



T.C.  
İSTANBUL AREL ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ  
İŞLETME YÖNETİMİ ANABİLİM DALI

**ÇALIŞAN MUTLULUĞUNUN İŞE İLİŞKİN DUYUŞSAL İYİLİK  
ALGISI İLE İLİŞKİSİ  
VE KUŞAKLAR ARASINDAKİ FARKLILIKLARIN  
İNCELENMESİ  
(Doktora Tezi)**

Tezi Hazırlayan: Gülbeniz AKDUMAN  
Öğrenci Numarası: 115600114

Tez Danışmanı: Prof. Dr. Gönen DÜNDAR

İstanbul, 2015



T.C.

İSTANBUL AREL ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ  
İŞLETME YÖNETİMİ ANABİLİM DALI

**ÇALIŞAN MUTLULUĞUNUN İŞE İLİŞKİN DUYUŞSAL  
İYİLİK ALGISI İLE İLİŞKİSİ  
VE KUŞAKLAR ARASINDAKİ FARKLILIKLARIN  
İNCELENMESİ**

(Doktora Tezi)

Tezi Hazırlayan: **Gülbeniz AKDUMAN**

T.C.  
İSTANBUL AREL ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜ  
DOKTORA SINAV TUTANAĞI

25/02/2015

Enstitümüz İşletme Anabilim dalı *Yönetim Organizasyon* doktora programı öğrencilerinden **115600114** numaralı **Gülbeniz AKDUMAN** "İstanbul Arel Üniversitesi Lisansüstü Eğitim - Öğretim ve Sınav Yönetmeliği"nin ilgili maddesine göre hazırlayarak, Enstitümüze teslim ettiği "**Çalışan Mutluluğunun İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı ile İlişkisi ve Kuşaklar Arasındaki Farklılıkların İncelenmesi** " konulu tezini, Yönetim Kurulumuzun **22.01.2015** tarih ve **2015/02** sayılı toplantısında seçilen ve Sefaköy Yerleşkesinde toplanan biz jüri üyeleri huzurunda, ilgili yönetmeliğin 48. maddesi gereğince (60) dakika süre ile aday tarafından savunulmuş ve sonuçta adayın tezi hakkında **oyçokluğu/oybirliği** ile **Kabul/Red veya Düzeltme** kararı verilmiştir.

İşbu tutanak, 4 nüsha olarak hazırlanmış ve Enstitü Müdürlüğü'ne sunulmak üzere tarafımızdan düzenlenmiştir.

**DANIŞMAN**

Prof. Dr. Gönen DÜNDAR

**ÜYE**

Prof. Dr. Koray BAŞOL

**ÜYE**

Prof. Dr. Reyhan Aysen WOLFF

**ÜYE**

Prof. Dr. Nevin DENİZ

**ÜYE**

Yrd.Doç.Dr. Nurten POLAT DEDE

## YEMİN METNİ

Doktora tezi olarak sunduğum “alışan Mutluluğunun İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı İle İlişkisi Ve Kuşaklar Arasındaki Farklılıkların İncelenmesi” baőlıklı bu çalışmanın, bilimsel ahlak ve geleneklere uygun şekilde tarafımdan yazıldığını, yararlandığım eserlerin tamamının kaynaklarda gösterildiğini ve çalışmanın içinde kullanıldııkları her yerde bunlara atıf yapıldığını belirtir ve bunu onurumla doğrularım.

**Gülbeniz AKDUMAN**



## ONAY

Tezimin/raporumun kağıt ve elektronik kopyalarının İstanbul Arel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü arşivlerinde aşağıda belirttiğim koşullarda saklanmasına izin verdiğimi onaylarım:

Tezimin/Raporumun tamamı her yerden erişime açılabilir.

Tezim/Raporum sadece İstanbul Arel yerleşkelerinden erişime açılabilir.

Tezimin/Raporumun 5 yıl süreyle erişime açılmasını istemiyorum. Bu sürenin sonunda uzatma için başvuruda bulunmadığım takdirde, tezimin/raporumun tamamı her yerden erişime açılabilir.

Gülbeniz AKDUMAN



## ÖZET

### ÇALIŞAN MUTLULUĞUNUN İŞE İLİŞKİN DUYUŞSAL İYİLİK ALGISI İLE İLİŞKİSİ VE KUŞAKLAR ARASINDAKİ FARKLILIKLARIN İNCELENMESİ

Gülbeniz AKDUMAN

Doktora Tezi, İşletme Yönetimi Anabilim Dalı

Danışman: Prof. Dr. Gönen DÜNDAR

Şubat, 2015- 253 sayfa

Bu araştırmada işletme performansında ve başarısında önemli bir yere sahip olan çalışanların mutluluğunun, işle ilgili mutlulukları ile ilişkisi incelenecektir. Araştırmanın amacı, çalışanın bireysel olarak mutluluğunun işteki mutluluğunu etkileyip etkilemediğini belirlemek ve farklı kuşaklar üzerinde hangi kriterlerin daha fazla etkili olduğunu ortaya koymaktır. Çalışan mutluluğunun işyerindeki mutluluğa ve dolaylı olarak da performans ve bağlılığa etkisinin olup olmadığı önemlidir. Bir diğer önemli soru ise, çalışan mutluluğunun değişik cinsiyet, medeni durum, kuşak ve eğitim durumuna göre fark edip etmediğidir. Farklı çalışan profiline sahip işletmelerin bu sorunun cevabına göre çalışan profili oluşturma şekilleri değişkenlik gösterebilir.

Araştırma anketi, “Oxford Mutluluk Envanteri (OHI)” ve “İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı (JAWS)” ölçeklerinde belirlenmiş sorulardan oluşmaktadır.

Bu çalışmayı yaparken izlediğimiz yol özetle şu şekilde belirlenmiştir: öncelikle araştırmada incelenecek kavramların tanımlanması ve aralarında olması beklenen ilişki ile ilgili yapılmış çalışmalara değinilerek başlanmış, sonrasında çalışmanın amacı, hipotezleri ve ölçümleme metotları aktarılmıştır. Ölçüm metotları ile toplanan verilerin analizleri ve sonuçları ve de bulguları aktarılıp, araştırma ile

ilgili sonuçlar ve araştırma süresinde karşılaşılan öneri ve kısıtlamalar bir sonraki çalışmalara ışık tutması için belirtilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Mutluluk, öznel iyi olma, işe ilişkin duyuşsal iyilik algısı, çalışma hayatında mutluluk, kuşaklar.

## **ABSTRACT**

### **Investigation Of The Relationship Between Employee Happiness With Job-Related Affective Well-Being And Analysis Of Differences Between Generations**

**Gülbeniz AKDUMAN**

**Doctorate Thesis, Business Management Department**

**Supervisor: Prof. Dr. Gönen DÜNDAR**

**February, 2015- 253 pages**

The aim of this research is to analyze, define and measure the terms of happiness and job-related affective well-being which is very important for the employee directly and for the organizations indirectly and to investigate the relationship which is supposed to exist between the happiness and job-related affective well-being.

The primary purpose of this study is to determine if the employee happiness is individually affect the happiness at work. In this study happiness and job-related affective well-being have been reviewed in the context of differences between X and Y Generations.

Happiness of employess is important for job-related affective well-being whether has effect on performance and commitment. Another important question is, employee happiness of different gender, marital status is whether the difference in the generation and education. Different business sectors with employee profiles can vary the shapes create a profile based on employee responses to this question.

Research survey consists of "Oxford Happiness Inventory (OHI)" and " Job-related Affective Well-being (JAWS) specified scale questions.

Summary of this study is the following: The variables will be primarily defined and the studies about relationship, expected to occur in-between, will be



referred. Then, the aim, hypothesis and measurement methods of our study will be handled. The measurement methods, analyses and results of the gathered data and the evidences of the study will be referred and the results of the study, the suggestions and limitations confronted during the research period will be indicated to illuminate the next studies.

**Keywords:** Happiness, well-being, job-related affective well-being, happiness at work, generations

## ÖNSÖZ

Pascal'ın dediği gibi, “*Her insan mutluluğu arar, bunun istisnası yoktur. Ne farklı yöntemler kullansalar da tek istedikleri bu amaca ulaşmaktır*”. Çalışma hayatında mutluluk yapılan işi severek yapmak ve yaparken de enerjiyle dolu olmaktır. Özetle, mutluluk ayakları geri geri gitmeden işe gitmek ve sadece alacağı para için çalışmamaktır. Yapılan araştırmalar mutlu çalışanların enerji dolu, daha az hata yapan, daha az hasta olan, verimli, yaratıcı, paylaşmaktan keyif alan ve daha az stresli kişiler olduğunu gösteriyor. Tüm bunların yanında mutlu çalışanlar, daha yüksek bağlılık ve performans gösteriyorlar. Bu da işletmeleri daha güçlü ve başarılı konuma getiriyor. Mutluluk aslında bağlılık ve performansın anahtarı konumundadır. Başarılı olmak isteyen işletmelerin öncelikle çalışanlarını mutlu etme konusuna odaklanmaları ve işletmelerini geleceğe taşıyacak kişilerin de mutlu, bağlı ve başarılı çalışanlar olacağını farkına varmaları gerekiyor. Bu anlayışın sonucu olarak araştırmamızda çalışan mutluluğu ve mutlu bir ortamda çalışma anlayışını konu alan “Mutluluk Yönetimi” kavramı bireysel ve iş hayatı bazında analiz edilmiştir.

Tez sürecim boyunca olumlu yaklaşımları, yönlendirmeleri ve güler yüzü ile beni sürekli destekleyen, sürekli iletişim halinde olduğumuz kıymetli danışman hocam Prof. Dr. Gönen DÜNDAR'a tüm katkıları, sabrı ve yol gösterici tutumu nedeniyle sonsuz teşekkür ediyorum.

Yüksek Lisans ve Doktora eğitimim boyunca katkılarını ve desteklerini hep üstümde hissettiğim Prof. Dr. Canan ÇETİN, Prof.Dr. Nevin DENİZ ve Prof. Dr. Deniz BÖRÜ hocalarıma teşekkür ediyorum. Ayrıca desteklerini daima hissettiğim hocalarım Prof. Dr. Ümit ATAMAN'a, Prof. Dr. Ayşen WOLLF'a ve araştırmalarım boyunca katkılarını esirgemeyen tüm hocalarıma çok teşekkür ediyorum.

Her konuda danıştığım, araştırma ve veri toplama sürecimde önemli yardımlarını gördüğüm değerli dostlarım Dr. Zeynep HATİPOĞLU ve Zeki YÜKSEKBİLGİLİ'ye çok teşekkür ediyorum.

Benim hayatımın her gününün bayram tadında geçmesini sağlayan, yüzümü sürekli güldüren, her zaman yanımda olan sevgili eşim güç kaynağım Dr. Can AKDUMAN'a sevgili annem ve babam Faik ve Mürvet BEŞİROĞLU, biricik ağabeyim İlker BEŞİROĞLU ve canım oğlum Efe AKDUMAN'a özellikle çok teşekkür ediyorum. Bana ilham veren ve hocam olan burada sayamayacağım kadar çok sevgili hocam, arkadaşım ve meslektaşım var, hepinize sonsuz teşekkür ediyorum.

GÜLBENİZ AKDUMAN, 2015

## İçindekiler

ÖZET .....	i
ABSTRACT.....	iii
ÖNSÖZ .....	v
TABLO LİSTESİ.....	ix
ŞEKİL LİSTESİ.....	x
1. BÖLÜM .....	1
GİRİŞ .....	1
2. BÖLÜM .....	7
MUTLULUK (ÖZNEL İYİ OLMA) KAVRAMI .....	7
2.1 Mutluluk (Öznel İyi Olma) .....	7
2.1.1 Mutluluğu İnceleyen Çeşitli Felsefe Akımları .....	15
2.1.2 Psikoloji Alanında Mutluluk .....	19
2.1.3 Denge Yaklaşımı .....	25
2.1.4 Mutluluk Kavramının Bileşenleri .....	27
2.1.4.1 Yaşam Tatmini/Memnuniyeti .....	28
2.1.4.2 Olumlu ve Olumsuz Duygular .....	32
2.1.5 Mutluluğu Etkileyen Değişkenler .....	36
2.1.5.1 Sosyal İlişkiler'in Mutluluk Üzerindeki Etkisi .....	38
2.1.5.2 Sosyal Desteğin Mutluluk Üzerindeki Etkisi .....	41
2.1.6 Mutluluğu Etkileyen Faktörler .....	43
2.1.7 Mutluluğun Ölçümlenmesi .....	57
2.1.8 Esenlik .....	61
2.1.8.1 Esenlik Çeşitleri .....	63
2.1.8.2 Esenlik Kuramları .....	67
3. BÖLÜM .....	69
İŞ HAYATINDA MUTLULUK VE KUŞAKLAR.....	69
3.1 Pozitif Çalışma Psikolojisinde Etkili Olan Yaklaşımlar .....	69
3.1.1 Pozitif Örgütsel Düşünce Okulu (Positive Organizational Scholarship) .....	70
3.1.2 Pozitif Örgütsel Davranış (PÖD) .....	71
3.2 İş Yaşamında Öznel İyi Oluş .....	71
3.3 İşe İlişkin Duyuşsal İyiye Algısı .....	83

3.3.1 İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısını Etkileyen Değişkenler .....	85
3.4 Çalışma Hayatında Mutluluğu Sağlamanın Yolları .....	101
3.5 İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısının Ölçülenmesi .....	128
3.6 İş Yaşamında Kuşaklar İle İlgili Kavramlar .....	131
3.6.1 Yaş .....	131
3.6.2 Fizyolojik Yaş .....	132
3.6.3 Yaşam Seyri Teorisi (The Life Course Theory) .....	132
3.6.4 Kuşak Tanımları .....	133
4. BÖLÜM .....	142
ÇALIŞAN MUTLULUĞUNUN İŞE İLİŞKİN DUYUŞSAL İYİLİK ALGISI İLE İLİŞKİSİNİN KUŞAKLARARASI İNCELENMESİ .....	142
4.1 Araştırmanın Amacı ve Kapsamı .....	142
4.2 Araştırmanın Modeli .....	142
4.3 Araştırmanın Hipotezleri .....	142
4.4 Araştırmanın Kısıtları .....	147
4.5 Verilerin Analizi .....	147
4.6 Bulgular .....	155
5. BÖLÜM .....	206
SONUÇ VE TARTIŞMA .....	206
5.1 Kuşaklara Göre Demografik Analiz Sonuçları .....	206
5.2 İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı ve Öznel İyilik Algısı İlişkisine Dair Sonuçlar .....	210
5.3 Kısıtlamalar ve Öneriler .....	213
KAYNAKLAR .....	215
EKLER .....	234
EK 1: Anket Formu .....	234
EK 2: Normallik Test Sonuçları .....	239

## TABLO LİSTESİ

Tablo 1. Yaşam Memnuniyeti Araştırması Sonuçları.....	30
Tablo 2. Sosyo-demografik Değişkenlerin Mutluluk Üzerindeki Etkisini İnceleyen Araştırmalar.....	57
Tablo 3- Terfi ve Tedbir Odaklı Çalışan Özellikleri.....	96
Tablo 4- İş Hayatında Mutluluk İle İlgili Kavranlar .....	106
Tablo 5- İşle ilgili İyilik Algısını İnceleyen Araştırmaların Karşılaştırılması.....	128
Tablo 6- Kuşakların Sınıflandırılması.....	134
Tablo 7- Türkiye'deki Kuşakların Nüfusa Göre Dağılımı .....	136
Tablo 8- Kuşakların Karakteristik Özellikleri.....	139
Tablo 9- Y Kuşağının Yöneticilerinden, Şirketlerinden ve Öğrenmeye Yönelik Olarak Beklentileri .....	141
Tablo 10- Araştırma Ölçekleri Hakkında Bilgiler .....	148
Tablo 11- Oxford Mutluluk (Öznel İyilik Algısı) Ölçeği Faktör Analizi Sonuçları	150
Tablo 12- Oxford Mutluluk (Öznel İyilik Algısı) Ölçeği Madde Analizi Sonuçları	151
Tablo 13- İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı Ölçeği Faktör Analizi Sonuçları.....	152
Tablo 14- İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı Ölçeği (İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı ) Madde Analizi Sonuçları .....	153
Tablo 15- Katılımcıların Demografik Özellikleri .....	155
Tablo 16- Katılımcıların Çalışma Günlerinin Nasıl Geçtiğine İlişkin Bilgiler.....	157
Tablo 17- Ölçekler ve Alt Boyutlarının Cinsiyete Göre Karşılaştırılması.....	158
Tablo 18- Ölçekler ve Alt Boyutlarının Medeni Duruma Göre Karşılaştırılması ...	160
Tablo 19- Ölçekler ve Alt Boyutlarının Çocuk Sayısına Göre Karşılaştırılması.....	163
Tablo 20- Ölçekler ve Alt Boyutlarının Öğrenim Durumuna Göre Karşılaştırılması .....	166
Tablo 21- Ölçekler ve Alt Boyutlarının Sektöre Göre Karşılaştırılması (X Kuşağı) .....	170
Tablo 22- Ölçekler ve Alt Boyutlarının Sektöre Göre Karşılaştırılması (Y Kuşağı) .....	172
Tablo 23- Ölçekler ve Alt Boyutlarının Pozisyona Göre Karşılaştırılması (X Kuşağı) .....	174
Tablo 24- Ölçekler ve Alt Boyutlarının Pozisyona Göre Karşılaştırılması (Y Kuşağı) .....	176
Tablo 25- Ölçekler ve Alt Boyutlarının Pozisyonadaki Hizmet Süresine Göre Karşılaştırılması (X Kuşağı) .....	178
Tablo 26- Ölçekler ve Alt Boyutlarının Pozisyonadaki Hizmet Süresine Göre Karşılaştırılması (Y Kuşağı) .....	179
Tablo 27- Ölçekler ve Alt Boyutlarının Kurumdaki Hizmet Süresine Göre Karşılaştırılması (X Kuşağı) .....	182
Tablo 28- Ölçekler ve Alt Boyutlarının Kurumdaki Hizmet Süresine Göre Karşılaştırılması (Y Kuşağı) .....	183
Tablo 29- Ölçekler ve Alt Boyutlarının Toplam Hizmet Süresine Göre Karşılaştırılması (X Kuşağı) .....	185
Tablo 30- Ölçekler ve Alt Boyutlarının Toplam Hizmet Süresine Göre Karşılaştırılması (Y Kuşağı) .....	186
Tablo 31- Çalışma Gününü Mutlu Geçirme Durumu1 ile Öznel İyilik Algısı ve İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı Ölçekleri İlişkisi .....	189
Tablo 32- Öznel İyilik Algısı ile Çalışma Gününü Geçirme Durumu Regresyon Analizi.....	191

Tablo 33- İş ile İlgili Pozitif Duygular ile Çalışma Gününü Geçirme Durumu Regresyon.....	192
Tablo 34- İş ile İlgili Negatif Duygular ile Çalışma Gününü Geçirme Durumu Regresyon Analizi.....	193
Tablo 35- İş ile İlgili Duygular (İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı ) ile Çalışma Gününü Geçirme Durumu Regresyon Analizi.....	193
Tablo 36- İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı ile Öznel İyilik Algısı İlişkisi.....	195
Tablo 37- İş ile İlgili Pozitif Duygular ile Öznel İyilik Algısı Öznel İyilik Algısı Regresyon Analizi.....	197
Tablo 38- İş ile İlgili Negatif Duygular ile Öznel İyilik Algısı Öznel İyilik Algısı Regresyon Analizi.....	198
Tablo 39-İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı ile Öznel İyilik Algısı Öznel İyilik Algısı Regresyon Analizi.....	199
Tablo 40- Öznel İyilik Algısı Puanlarının Kuşaklara Göre Betimsel İstatistikleri ..	200
Tablo 41- İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısına Göre Düzeltilmiş Öznel İyilik Algısı Puanlarının Kuşaklara Göre ANCOVA Sonuçları.....	200
Tablo 42- Ölçekler ve Alt Boyutlarının Medeni Duruma Göre Karşılaştırılması ...	201
Tablo 43- Hipotezler ve Sonuçları.....	202

## ŞEKİL LİSTESİ

Şekil 1- Filozofların Mutluluk Tanımları.....	16
Şekil 2- Psikolojik Esenlik Boyutları.....	64
Şekil 3- Öznel Esenlik Boyutları.....	65
Şekil 4- Gallup Esenlik Türleri .....	66
Şekil 5- Esenlik Kuramları.....	68
Şekil 6- Çalışanları Elde Tutmak ve İşten Ayrılmalarını Engellemek İçin Stratejiler .....	82
Şekil 7 - Terfi ve Tedbir Odaklı Çalışanların İş Uyumu.....	97
Şekil 8- İşyerinde Mutluluk ve Mutluluğu Etkileyen Kriterler ile ilgili Olarak Literatürde Yapılan Araştırmaların Özet Değerlendirmesi.....	125
Şekil 9- Organizasyonlarda Mutluluğun Ölçümlenmesi İle İlgili Göstergeler .....	129
Şekil 10- Kuşaklar ve Dönemleri.....	135

# 1. BÖLÜM

## GİRİŞ

Yüzyıllar boyunca iyi bir yaşam ve bu yaşama ulaşmanın yolları, felsefeciler, politikacılar, ekonomistler, din adamları ve psikologlar tarafından araştırılmıştır. Mutluluk, insanın hayatı boyunca en çok kullandığı ve duymaktan zevk aldığı kelimelerden biridir. Peki, mutluluk nedir? Mutluluk kelimesinin çok farklı anlamları vardır:

- Mutluluk bir duygudur. Mutluluk, yaptığımız bir iş sonunda hissettiğimiz duygudur ve adeta bizim ödülümüzdür.
- Mutluluk, yaşarken değil yani yaşadığımız an değil; yaşadıktan sonra farkına varılan bir duygudur.
- Türk Dil Kurumu sözlüğünde mutluluk, “Bütün özlemlere eksiksiz ve sürekli olarak ulaşılmaktan doğan kıvanç durumu” olarak tanımlanır.

Ruut Veenhoven yaptığı çok sayıda mutluluk araştırmaları sonucunda mutluluğu, “Hayatın bir bütün olarak düşünüldüğünde yaşamaktan alınan haz” şeklinde tanımlamıştır (Graham, 2004).

Sevginin verdiği mutlulukla sevincin aynı şey olduğunu savunan yaygın bir inanış vardır. Çoğu kişi içinde sevgi tek mutluluk kaynağı olarak görülür. İnsana özgü olan tüm diğer etkinliklerde olduğu gibi sevgi de yaratıcı olan ve yaratıcı olmayan şekilde ikiye ayrılarak incelenmelidir. Yaratıcı veya akla uygun olmayan bir sevgi mutluluk getirmeyecektir. İki kişi arasındaki en yakın ilişkiyi dile getiren, kişilerin herbirinin kişilik bütünlüğünü koruduğu yaratıcı sevgi bir bolluk olayıdır ve böyle bir sevgiye sahip olan kişinin olgunlaşmış olduğunu kanıtlar. Sevinç ve mutluluk yaratıcı sevgi ile birlikte oluşur. Mutluluk ve sevinç fizyolojik ya da psikolojik bir eksiklikten doğan bir ihtiyacın tatmini değildir. Sevinç ve mutluluk nitelik olarak birbirlerinden farklı olmamakla birlikte, sevinç tek bir şeyle ilgili iken



mutluluk sürekli ve bütünleşmiş bir yaşantıdır. Çoğul olarak sevinçlerden söz ederiz ama tekil olarak sadece mutluluk deriz (Fromm, 1994).

Mutluluk halini nasıl açıklayabileceğimiz konusunda ilk akla gelen para oluyor. Yapılan araştırmalar ise paranın mutluluğu satın alamayacağı yönündeki eski vecizeyi destekliyor. Sadece mali kaynaklar ve ekonomik güvenlik açısından bir yoksunluk olması durumunda mutsuzluk yaşanabiliyor. Benzer şekilde sağlıklı olmak mutluluğu sağlamayabilir ama sağlığın bozulması mutluluğu azaltabilir. Yaş ve cinsiyet ile mutluluk arasında ise yüksek bir ilişki olmadığı ortaya çıkmıştır (Schultz ve Schultz, 2007).

İnsan mutlu olmak istiyor. Soru şudur: Mutluluk nedir ve nasıl elde edilir. Bu soru çeşitli açılardan cevaplanmıştır. Bütün açılar bir bakıma mutluluğun tanımında birleşmektedir. Mutluluk genellikle hepsine göre "iyi olma, iyi yaşama" anlamındadır. Sadece mutluluğa ulaştıran araçlar farklıdır (Hancerlioğlu, 1969). Mutluluk kimilerine göre:

- Âşık olmak,
- Yaz gelmeden 10 kilo vermek,
- Çikolata yemek,
- Üniversiteyi kazanmak,
- Terfi almak, yükselmek,
- Daha çok para kazanmak,
- Anne olmak, baba olmak,
- Piyangodan para kazanmak,
- Ev almak,
- Spor bir araba almak,
- Askerliğini bitirmek,
- Özgür olmak,
- Borçlarını ödemek,
- Evlenmek,
- Ve bazıları içinse ayrılmak anlamına geliyor.

Aynı soru karşısında binlerce farklı cevap alabiliyoruz. Hatta aynı kişilere farklı zamanlarda sorduğumuzda bile cevaplar değişebiliyor. Herkesin hayattan beklentisi ve isteği farklı ama sonuçta herkes mutlu olmak istiyor. Sevdiğinden ayrı kalan bir âşık sevdiğine kavuşmak istiyor ve kavuşunca mutlu oluyor. Bir bebek annesinin kucağına kavuştuğunda mutlu oluyor. Müdür olma hırsıyla çalışan biri müdür olduğunda mutlu oluyor. Maddi sıkıntılar içinde boğuşan bir kişi, kredi kartı borcunu kapattığında mutluluğun doruklarına ulaşıyor.

İnsanların daha mutlu olabilmek için yapabilecekleri basit bazı şeyleri sıraladığımızda (Furnham, 2014):

- Başarının mutlulukla karıştırılmaması,
- Kişinin kendi hayatının ve programının kontrolünü eline alması,
- Kişinin mutlu davranışlar sergilemesi (gülümseme, iyimser ve cana yakın davranma) başkalarının da kişiye farklı yaklaşmasını sağlar ve kişi kendini gerçekten mutlu hisseder,
- Yetenek ve tutkuları geliştirecek iş ve boş zaman etkinlikleri yaratılması,
- Düzenli egzersiz yapılması,
- Düzenli uyuma,
- Sağlıklı beslenme,
- İlişkilere zaman ayrılması ve özen gösterilmesi,
- Başkalarını onaylama ve yardım etme,
- Yaşadığına şükretme ve inanç sahibi olma,
- Bir amaca ve umuda sahip olma.

Farklı düşünürler mutluluğu farklı şekilde tanımlamışlardır; Csikszentmihalyi'e göre kişinin yapmakta olduğu herşey aslında mutluluğu deneyimleme amacıyla yapıyor yani kişi aslında zenginlik, sağlık ya da ünlü olmak istemiyor, bunları kendisini mutlu edeceği için istiyor. Lyubomirsky'e göre de mutluluk terimi keyif, memnuniyet ya da refahın deneyimlenmesine karşılık gelir ve kişi mutlu olup olmadığını içgüdüsel olarak bildiği için mutluluk için bir tanıma ihtiyaç duymaz (Buettner, 2012).

Mutluluğu etkileyen onlarca, milyonlarca etken içinde, kişinin mutluluğunu koruması çok zordur. Mutluluğun desteklenmesi, mutluluğu etkileyen faktörlerin ve mutsuzluk yaratan engellerin de ortadan kaldırılması gerekiyor.

Günümüzde mutluluk her geçen gün önem kazanıyor. Örneğin Çin ile Hindistan arasında bulunan ve Himalayalar'daki son Budist ülke olan Bhutan'ın kralı, ekonomik gelişmeyi sağlamanın en iyi yolunun, ülkedeki ortalama yurtiçi üretimden ziyade ortalama yurtiçi mutluluğu arttırmak olduğuna karar vermiş. Bhutan'da mutluluğa verilen bu önem, topluma birçok yarar sağlamış. Ülkedeki nüfusun çoğunluğu, sadece kendini geçindirebilen, zengin olmayan çiftçiler olmasına rağmen, bu insanlar, ihtiyaç duydukları her şeyi kapsayan sağlık sigortasına sahipler ve çevrelerinin ve kırsal ekonomilerinin sağlık şartlarını ya da güzelliğini bozacak herhangi bir yatırımdan kazanacakları parayı reddetmektedirler.

Dünya'da mutluluk konusuna verilen önemin göstergesi olarak mutluluğu değerlendiren birçok uygulama ve anket vardır. Rotterdam Erasmus Üniversitesi'nden Ruut Veenhoven tarafından 1984 yılından beri yapılan çalışmada dünyanın dört bir tarafından gelen mutlulukla ilgili bilimsel çalışmalar bir araya getirilerek ülkelerin mutluluk düzeyleri karşılaştırılmaktadır. 1981 yılından beri 97 ülkede çeşitli araştırmacılar tarafından yapılan "Avrupa Değerler Araştırması" ile değişmekte olan değerlerin sosyal ve siyasal yaşam üzerindeki etkisi ölçülmektedir. Gallup Dünya anketinde ise, 155 ülkeye ait ekonomik şartlar, yönetim ve iş, sağlık hizmetleri, refah düzeyleri, eğitim ve hayattan doyum alma konularında sorular sorularak analizler yapılmaktadır (Buettner, 2012).

Bazı toplumların ya da bireylerin diğerlerinden daha mutlu olduğuna dair kanıtlar vardır. Örneğin latin halkları pasifik kıyıları halkından daha mutludurlar. Ulusal mutluluk iki şeyle ilgilidir: insanların içinde yaşadıkları toplumun refah, denge ve demokratik niteliği; olumlu duyguları yaşayıp olumsuzlardan kaçınma arzusunun yöneten toplumsal norm ve gelenekler (Furnham, 2014).

Psikolog Abraham Maslow demiş ki; "İnsanın yaşayabileceği en iyi kader, onun başına gelebilecek en büyük şans, çok sevdiği bir işi yaparken aynı zamanda o işten maddi kazanç sağlamasıdır". Hangi işin insana bu "büyük şans" getireceğini

kestirmek her zaman kolay değil. İnsanların işleri ile ilişkisini konu alan araştırmalar bu noktada bize ışık tutabilir.

Çalışmak ve işe gitmek çoğu zaman yapılması gereken zorunlu bir faaliyet olarak algılanıyor. Bu durumda çalışanın odaklandığı asıl nokta, kişisel tatminden ziyade kazanılacak maddi ödüllerdir. Sabah kalkıp işine giden bir kişi, o işe gitmek istediği için değil, mecbur olduğu için gider. Alacağı maaş dışında yaptığı işten gerçek anlamda hiçbir beklentisi yoktur. Çoğu zaman cuma günlerini ya da tatile çıkacağı günleri iple çeker. Kariyer yapmak isteyen birini motive eden asıl faktör, para ve mesleki ilerleme gibi dışsal etkenlerin yanında, güç ve saygınlık kazanma arzusudur. Ulaşmak istediği en önemli hedef, terfi edebilme ve hiyerarşik yapıda daha üst basamaklara çıkabilme arzusudur. Bütün hesaplar doğentlikten profesörlüğe, öğretmenlikten müdürlüğe, başkan yardımcılığından başkanlığa, editör yardımcılığından editörlüğe terfi etmek için yapılır. Hayalindeki işi bulmuş biri için yapılan iş, kendi içinde anlamlı bir hedef haline gelmiştir. Onun için, doğal olarak, maaş ve mesleki ilerleme gibi konular da önemli olmasına rağmen, o işte çalışmasının asıl nedeni, yaptığı işi keyif alarak ve isteyerek yapmasıdır. Onu motive eden şey, içsel etkenlerdir. Yaptığı iş, ona, kişisel tatmin sağlar. Koyduğu hedeflerin, kişiliğine uygun olmasına özen gösterir. Yaptığı işi büyük bir istekle yapar ve ondan büyük bir keyif alır; işini sıradan bir uğraş olarak değil, bir ayrıcalık olarak görür (Sharar, 2008).

Y Kuşaaını yönetmenin ve elde tutmanın zorluğu, ağır rekabet ortamı ve ekonomik krizler nedeni ile yeni eleman alımı her zamankinden daha zorlaştı. Çok masraflı ve beklenen performansa ulaşmak da uzun zaman alıyor. Günümüzde şirketler hedeflerine ancak işlerine gönülden bağlı ve yüksek performans gösteren çalışanlarla ulaşabilir. Bağlılık ve yüksek performans ancak mutlu çalışanlarla mümkün olabilir. Çalışanların mutlu ve huzurlu bir ortamda çalışmasını sağlamayı amaçlayan örgütler, bu amacını gerçekleştirebilmek için günlük operasyon yükü altında yeterli zamana sahip olamayabiliyor.

Bu araştırmanın temel amacı; dolaylı olarak işletmeler ve direkt olarak çalışanlar açısından son derece önemli olan mutluluk ve işte mutluluk (çalışan

mutluluğu) kavramlarının incelenmesi, tanımlanması, ölçümlenmesi ve de bireysel mutluluk ve işte mutluluk arasında olduğu varsayılan ilişkilerin ölçümlenmesi ve aralarında da güçlü bir ilişki olduğunun tespit edilmesidir.

## 2. BÖLÜM

### MUTLULUK (ÖZNEL İYİ OLMA) KAVRAMI

#### 2.1 Mutluluk (Öznel İyi Olma)

İnsanoğlu acıktığında yemek ihtiyacını, susadığında su ihtiyacını, başkaları tarafından kabul görme ve başarılı olma ihtiyacını karşılamak için harekete geçer ve bu doğrultuda davranır, öğrenir, hatırlar, düşünür, ihtiyaç duyar ve ister (Arkoñaç, 2005).

11. yüzyılda Karahanlı Uygur Türkler'inden Yusuf Has Hacib tarafından yazılan ve Türkçesi "Mutluluk Veren Bilgi" olan Kutadgu Bilig, İslamiyet'in Türkler tarafından kabulünden sonraki ilk yazılı eserdir. Mutluluk, felsefe, din, biyoloji, sanat, sosyal bilimler, iktisat olmak üzere çok çeşitli açılardan araştırılmıştır. Mutluluğun kimyası bile inceleme konusu olmuştur. Beynin hangi bölümünün mutluktan sorumlu olduğu, hangi hormonların mutluluğu sağladığı ve bunların azalması durumunda hangi hastalıkların ortaya çıkacağı araştırılmıştır (Bülbül ve Giray, 2011).

İnsanlık tarihinin başlangıcından bu yana mutluluk hep arzulanan bir şey olmuştur. Kişiler bireysel olarak, toplumlar da topluluk olarak mutluluğu elde etme çabasında ve bu amaca yönelik arayışlar içerisindeyler. Bu nedenle geçmişten günümüze mutluluğun ne olduğu ve nasıl elde edileceğine dair sorular sorulmuştur. Doğumundan ölümüne kadar hep mutlu olmak arzusu içerisinde olan insanoğlunun hayattaki amacı ve anlamı mutluluktur. Bu yüzden kişiler daima mutluluğu yaşatacak şeyi arayıp dururlar (Acaboğa, 2007). Leibniz (1985)'e göre mutluluğa ulaştırmada temel yol insan aklıdır ve insan davranışlarının yegane amacı mutluluktur. Leibniz akılcılığı mutluluğun bilimi olarak tanımlar (Aiton, 1985).

Yaşamak insanlar için yeterli olmuyor, yaşamak ancak ve ancak mutluluğa ait bir alan, bir zaman dilimi haline geldiğinde anlam ve tat kazanıyor. İnsanlar hayattan mutluluk istediği için bazen tüm ömrünü onu beklemekle bile geçirebiliyor. İyi ama

nedir mutluluğu yaratan? Bir nesne mi, çaba mı, bir zaman mı, umut vaat eden yarımlar mı, bir kişi mi, aşk mı, sağlık mı yoksa güzellik midir (Comte-Sponville vd., 2012)?

Arapça “saide” kökünden türetilen saadet kelimesi mutlu olma, kuvvetli ve uğurlu olma, hayra nail olma, mesut ve bahtiyar olma, insanın haz duyacağı bir hal içinde olma anlamına gelir ve bu kelimenin zengin olma talihli anlamına gelen İngilizce karşılığı olarak ise “happiness” kavramı kullanılır. Türkçede ise mutluluk sözcüğü bütün isteklerin yerine getirilmesi anlamında kullanılmakta olup, mesut olma kavramı mutluluk ile eş anlamlıdır (TDK, 1983).

Kabul görmüş bir tanıma göre mutluluk, "Gerçekleşmesi anlamlı etkinlik ve etkileşimle ulaşılabilecek bir ideal olan yetkin bir doyum durumu, arzu ve isteklerin tümüyle karşılanması" şeklinde tanımlanmaktadır. Bu tanıma göre mutluluk insanın ancak kendi eylemleri ile kazanabileceği bir idealdir. Modern dilde ise “mutluluk” olarak kullanılan kavram Yunanca’da “eudaimonia” olarak tanımlanmakta ve iyi bir hayatı tanımlamak için kullanılan bir sözcüktür. Hayatın iyi yaşanması ve iyi şeyler yapmaktır (Aral, 2012).

Gilbert (2007)’e göre insanlar mutluluğu sentez yoluyla ortaya çıkarırlar. İnsanların istediklerini elde ettiği zaman hissettiği doğal mutluluktur, bunun tersine istediklerini elde etmediklerinde yaşadıkları ise yapay mutluluktur. Yapay mutluluk da doğal mutluluk gibi gerçek ve yararlıdır. İnsanlar ilerlemeye ve istediğini elde etmeye ihtiyaç duyar, bunun aksine eğer yapmadığı zamanki kadar mutlu olacağını bilen kişi yapacağı işten vazgeçecektir (Hefferon, Boniwell, 2014).

Mutluluğu doğrudan bir amaç olarak görüp yaşayarak mutlu olunamayacağı düşüncesi on dokuzuncu yüzyılda yaşamış filozof John Stuart Mill tarafından da savunulmuştur. Ünlü düşünürü göre, mutluluk bir yan üründür ve asıl önemli olan insanın bütün kalbiyle isteyerek yaptığı ve sonucunda kendisini mutluluğa eriştirecek şeylerin ne olduğunu keşfetmesidir. Mutluluk hayatın bir yan ürünü mü yoksa ailemizde, arkadaşlarımızla vakit geçirdiğimizde veya bir fincan kahve içip veya bir dilim çikolatalı kek yediğimizde ulaşabileceğimiz türden bir duygu mudur? Mutluluğu yakalamak hergün eve gitmek kadar kolay mı yoksa Everest’e tırmanmak

kadar zor mudur? Bu sorularının cevaplarını arayan ve değerlendiren birçok kitap ve araştırma vardır. Mutlulukla ilgili sık sık söylenen, kabul görmüş söylemler; “daha az çalışın, ailenizle vakit geçirin, size yetecek miktarda para kazanın, formda kalın, hayatınızın bir amacı olsun” gibi tavsiyelerdir. Bu tavsiyelere bakıldığında, mutlu olmak bu kadar kolay ise neden halen çoğu insan mutlu olmadığı için mutlu olmanın yollarını arıyor? Eğer mutluluk bu tavsiyelerle kolay erişilebilen bir duygu olsaydı herkes bu tavsiyeleri uygulayarak mutlu olurdu ve bu konudaki araştırmalar da sona ererdi. Oysaki bu söz konusu bile değildir. Mutluluk davranışlarımızın altında yatan gizli bir gttir. Gizli güç olması hem hayatımızda yapmaya karar verdiğimiz Şeylerin altında yatan neden olması hem de bu davranışların sahip olmayı umduğumuz mutluluğa neden sebep olduğunu bilmiyor olmamızdan kaynaklanmaktadır. Çoğu insan aşırı derecede mutlu olacaklarını sandıkları uğraşlara enerjilerini harcayarak tükenmiş hale gelebiliyor. Amerikalı yazar Nathaniel Hawthorne'nun dediği gibi; “*Mutluluk bir kelebektir. Peşinden koşsanız da yakalayamazsınız ama eğer sakince oturup beklerseniz bir gün gelip sizin omzunuza konabilir*” (Vernon, 2011).

Yaşamın amacı mutlu olmaktır. Zihinsel durumdan çok bireyin içinde bulunduğu koşullar ve yaşadığı olaylar mutluluğu belirler. Mutluluğu yakalamak için davranış ve görüş açımızı yeniden biçimlendirmek ve yreklerimizle zihinlerimizi sistemli bir biçimde eğitmek gerekir. Yani mutluluğun anahtarı bizim elimizdedir (Lama ve Cudler, 2008).

Uzun zamandır görmediğimiz bir arkadaşımıza rastladığımızda genellikle ilk sorulan soru "Nasılsın?" olur. Bu soruya cevap vermeden önce sağlımızı, parasal durumumuzu, çalışıyorsak işimizin bizi tatmin edip etmediğini, çevremizle olan ilişkilerimizi yani hayatımızın farklı alanlarının genel bir değerlendirmesini yaparız. Bu değerlendirme sonucuna göre iyi olup olmadığımız cevabını veririz. Ahlak felsefesinin temelinde mutluluk, mutlak iyi olma hali vardır. Bireyin mutluluğu kendisi için iyi olanı belirtirken, kişiden kişiye iynin anlamı değişiklik gösterebilir. Ama arzu edilen amaç aynıdır, mutlak iyiyi yakalamaktır (İslamoğlu, 2010).

Prentiss (2013), kişilerin mutluluğa ulaşması için başlarına gelen/gelecek herşeyin başlarına gelecek en iyi Şey olduğunu kabul etmeleri gerektiğini



savunmaktadır. Nasıl  $1+1=2$  ise bu da bunun kadar basit ve şaşmaz bir gerçektir. Bunun doğruluğuna inanan kişi mutluluğa doğru açılan kapıdan geçerek daha eğlenceli bir hayata sahip olacaktır. Örneğin; bir kahve dükkanı açmak istiyorsunuz ve hesabınızda bulunan 100.000 TL bütçeniz var. İlk aşamada mekan bulup, çalışma arkadaşlarınızı işe almanız gerekir. Malzeme fiyatları, mobilyalar, mali müşavir ve tedarikçilerle görüşmeniz gerekir. Tüm bu işlemlerin bir plan yapıp sırasıyla yapılması gerekir. Bunun tersine hesabınızda hiç para yoksa düşüneceğiniz tek şey gerekli parayı nereden bulacağınız olacaktır. Gerekli paraya sahip olmadığınız içinde projeye başlamadan vazgeçmek zorunda kalırsınız. Para olmasa da paranız varmış gibi düşündüğünüzde ise, sanki para varmış gibi gerekli işlemleri sırasıyla yapıp gerekli olan tüm koşulları sağlarsınız. Tüm bu hazırlıkları yaparken de belki para bulup herşeyi yoluna koyabilirsiniz. Altı bin yıl öncesine dayanan bir Çin metninde söylendiği gibi “*Herşey belirlenmiş zamanında gelir*”. Başlangıçta proje için gerekli herşeyin hazır olmasına hiç gerek yoktur. Belirlenen zamana kadar ilerleme gösterdiğinizde yarattığınız enerji ile sizi başarıya götürecek olaylar zincirini de harekete geçirmiş olursunuz. Yani eylemlerinizi girişiminiz için gerekli kalemleri size doğru çeken bir enerji girdabı oluşturur. Mutluluk için aynı düşünce yapısı geçerlidir. Kişi her olayın kendi yararı için gerçekleştiği fikri ile hareket ettiğinde, herşey kişinin yararına olacak şekilde ilerler ve bir enerji girdabı yaratılmış olur (Prentiss, 2013).

İnsan hayatı boyunca birçok farklı duygu yaşar. Bu çok çeşitli duyguları basit olarak, mutlu, nötr ve mutsuz ana başlıkları altında sınıflandırabiliriz. Bu sınıflandırma sayesinde duygusal tanımlamalarda yaşanan karışık da sonlanmış olacaktır. Memnuniyet, heyecan, başarma hissi gibi duygular mutluluk kapsamında, korku, sinir, stres, nefret, düş kırıklığı gibi duygular da mutsuzluk kapsamında değerlendirilebilir (Fraser, 1971). Mutluluk normalde kişinin kendi öz değerlendirmesine bağlı bir kavramdır. Mutluluk mutsuzluğun tersi olarak tanımlanabilir. Mutsuzluk ise herhangi bir psikolojik değerlendirme yapılmasa bile bir kişide mevcut bir anormalliğin belirtisidir. Mutsuzluk ile kişinin yaşadığı psikolojik ve sağlık problemleri arasında yakın bir ilişki vardır (Wright vd., 1970).

Mutluluk ya da öznel iyi olma, bireyin yaşamına dair olumlu düşünce ve duygularının miktarca üstünlüğü yani bireylerin yaşamlarından aldıkları doyum ve

olumlu duyguların toplamıdır. Öznel iyi olma konusunda ilk doktora tezini 1960 yılında yapan Warner Wilson 1967 yılında Psychological Bulletin’de yayınlanan “Correlates of Avowed Happiness” isimli çalışmasında ilk kez mutlu bir kişinin genel profilini belirleyerek saptamasını yapmıştır. Saptamasına göre, en avantajlı durumda olan kişi en mutlu olandır (Wilson, 1967).

Mutlu olmak insanların yaşamlarında ulaşmak istedikleri en önemli amaçlardan biri olduğu için pek çok bilimsel disiplin alanı bireylerin amaçlarına ulaşmalarını kolaylaştırmak amacıyla bu konuyla ilgilenmektedir (Eryılmaz, 2011). Öznel iyi olma konusuna katkıda bulunan en önemli araştırmacılardan biri de takma adı “Dr. Mutluluk” olan Illinois Üniversitesi’nde psikoloji profesörü olan Ed Diener’dır. Diener’ın 1650’nin üzerinde, ölçek geliştirdiği çalışmalarıyla, 2500’ün üzerinde atıf almış ve yazının kilometre taşlarını oluşturmuştur. Mutluluğun pozitif psikolojide ele alınması öznel iyi olmanın irdelenmesi şeklinde olur. Günlük konuşma dilinde öznel iyi olmaya mutluluk denilmektedir. Yazında ise “mutluluk” terimi öznel iyi olma ile eş anlamlı olarak kullanılmaktadır. Biz bu çalışmamızda da aynı anlama gelecek şekilde kullanacağız (Kangal, 2013).

Mutluluk olgusu ve mutluluğa giden yol pozitif psikolojinin ilgilendiği en önemli konu olmanın yanı sıra felsefe ve sosyal bilimlerinde sonsuz ve en önemli sorunlarından birisini oluşturmaktadır. Bireylerin sürekli olarak mutluluğu yakalama, elde tutabilme ve artırma için çaba içinde olması pozitif psikolojinin mutluluğa giden yolu açıklamaya çalışmasına neden olmuştur. Peterson, Park ve Seligman’a göre mutluluğun zevk alma (ya da olumlu duygular), anlam ve meşguliyet olmak üzere üç ögesi vardır ve bu öğeler bireyde bulunursa birey mutluluğa erişir ve yüksek yaşam memnuniyetine sahip olur. Yani, hayattan zevk alıp olumlu duygular içinde bulunmak, yaşamın birey için anlamlı olması ve bireyin birşeylerle uğraşarak olup zaman ve mekan bilincini yitirdiği anı ifade eden meşguliyet, mutluluğu sağlayan unsurlardır (Solmuş, 2008).

Pozitif psikolojinin öncülerinden Martin Seligman’a göre pozitif psikoloji güncel psikolojinin karşıtı değildir. Mutluluk da üzüntü, hüzün, keder, korku, öfke gibi duyguların olmaması anlamına gelmemektedir. Seligman’a göre pozitif psikolojinin iyimserlik (esnek optimizm) ve otantik (halis) mutluluk olmak üzere iki

temel ayağı vardır. İyimserlik olumlu kognisyonların (kalıp düşüncelerin) ve olumlu emosyonların (kalıp duyguların) öğrenilmesi anlamını taşır ve asla Polyannacılık değildir. Otantik mutluluk hissi emek ve çaba ile elde edilebilen bir değerdir (Tarhan vd., 2014).

Pozitif psikolojiyle ilgili günlük hayattan bir örnek vermek gerekirse; kişiler tatilde olduklarında yaşadıkları birazcık engellenme veya sorun bile son derece yorucu görünür. Isıtan güneş, hafif esintili bir rüzgar kişinin tenini serinletirken güzel deniz ve lezzetli yemeklerle ve tabii ki kişiye eşlik eden beraberindeki kişilerle birlikte harika zaman geçirmektedir. Tam bu anda kişinin kaldığı odanın önünde yol tamiri başlayıp sabahtan akşama kadar gürültü olduğunda tatilin tüm neşesi uçup gider. Kişinin öfkesi kişiyi tüm tatilini mahvetmekle tehdit eder. Bu duygu yaşandığı anda kişinin derin ve farklı düşünce becerisi varsa krizi yönetebilecektir. İşte böylesine derin düşünce ve güçlü duygusal destek ancak pozitif psikoloji ile öğrenilerek kazanılabilir (Tarhan vd., 2014).

Herkesin içinde otomatik olarak mutlu olmak, anlaşılma ve sevmeye karşı bir istek olmasına rağmen ne psikolojide ne de psikiyatride mutlu bir hayata varmanın adımları halen çözülememiştir. Bu alanlarda sadece mutsuz insanlar incelenmiştir (Tarhan vd., 2014).

Günümüzde mutluluk ne bir vaat ne de politik bir düşüncedir. Mutluluk artık insanların en doğal hakkı hatta görevi haline gelmiş durumdadır. Var olmak, mutluluğa erişebilmek ve mutluluğu yapılması gereken bir ödev olarak bellek demektir. Ünlü bir seyahat acentesinin bir reklamında yer alan sloganda söylendiği gibi "*Yeniden olmak, daha fazla olmak ve mutlu olmak demek. Hayat sadece yaşanmaya değdiğinde yani mutlulukla dolduğunda hayattır* (Comte-Sponville, Delumeau, 2012)".

Ekonomistlerin bile mutluluk konusunu ele almalarının nedenleri ekonomi politikası, kurumsal koşulların etkisi yani hükümetin güvenilirliği ve bireysel refah için sosyal sermayenin büyüklüğü ve de öznel refahın oluşumunu anlayabilmektir (Selim, 2008).

Mutluluk konusunda yapılan araştırmaların çoğu Batı lkelerinde gerçekleştirildiği için lmlemeleri de sonuçları da Batı kültürünü yansıtılmaktadır. Örneğin, bu araştırmada ölçüm aracı olarak kullanacağımız Oxford Mutluluk Envanteri ile yapılan birçok araştırma da Batı ülkelerine aittir. Son yıllarda Çin, Tayvan, Japonya gibi toplulukçu kültürlerde mutluluk konusunda araştırmalar yapma konusuna önem vermeye başlamışlardır. Bu ülkelerde mutluluk kavramının oluşmasına farklı bileşenler de etki etmektedir. Örneğin, Çinli araştırmacı Lu'nun (1995) yaptığı mutluluk tanımında duygulanım (esenlik/haz), bilişsel (hayat memnuniyeti) boyutlarına ek olarak sıhhat boyutu da (akıl ve ruh sağlığı) yer alır ve tüm bu bileşenler sağlanmadığında mutluluktan söz edilemeyeceği vurgulanmaktadır. Yine Çin'de yapılan başka bir mutluluk tanımı "*Hayatın iyi olması ve herşeyin olumlu olması*" olarak belirtilmekte ve bu tanım içinde maddi bolluk, fiziksel sağlık, erdemli ve huzurlu bir hayat, ölüm korkusunu yenmek gibi kavramları da içermektedir. Bu örneklerden yola çıkarak özetle, mutluluk tanımında Doğu'da Batı'dan farklı olarak, sağlık, sosyal ilişkiler, saygı ve takdir gibi toplulukçu kültürlere özgü kavramların da yer aldığı grlmektedir (Kaya, 2010).

Mutluluk tüm Dünya ülkelerin ilgisini çeken bir konu olduğu için bu konuda birçok farklı araştırma yapılmaktadır. Dünyadaki en mutlu ülkeleri tespit etmek amacıyla 2010 yılında dünya mutluluk veri tabanında yapılan araştırma sonuçlarına göre en mutlu lke Kosta Rika, ikinci Danimarka, nc İzlanda olarak belirlenmiştir. Bu araştırma sonucuna göre en mutlu ülkelerin çoğunun güneş işığının sınırlı olduğu yarım kürenin kuzey tarafında olduğu grlmektedir. Araştırmada yapılan karşılaştırmalara göre soğuk iklimlerde yaşayan kişilerin sıcak iklimlerdekine göre daha yüksek intihar eğilim oranlarına sahip oldukları grlmektedir. Bu "güneş primi" denilen kavramla açıklanabilir. Güneş işığının az olması D vitamininin düşük düzeyde olmasına yol açar ve bu da beyindeki serotonin ile bağlantılıdır. Uzun zaman işık veya güneş görmeyen kişiler mevsimsel olarak duygusal rahatsızlık veya depresyon yaşayabilirler. Bu da onların intihar ile ilişkisini açıklayabilir. Bunun yanında yüksek oranda güneş işığı gören kişilerin mutluluklarında ise artma olur (Hefferon ve Boniwell, 2014).

Goleman'a (1995) göre mutluluk beyindeki olumsuz duyguları engelleyen bir enerji ortaya çıkarır ve kaygı verici düşünceleri de durdurur. Bu da kişinin

dinlenmesini sağladığı gibi elindeki daha iyi yapmasına ve çeşitli hedeflere doğru ilerlemek için hazır ve istekli bir hal içinde bulunmasına katkı sağlar (Goleman, 1996).

Mutlu kişilerin göz çevresinde bulunan kasları “Duchenne Gülümsemesi” adı verilen özel bir şekilde kasılır. Mutlu insanlar ortalamadan 8,5 yıl daha fazla yaşadıkları gibi boşanma oranları da daha düşüktür (Tarhan vd., 2014). Kansas Üniversitesinden Tara L. Kraft ve Sarah D. Pressman stres yaşayan ve bitkin bir şekilde yaşadıkları stresin geçmesini bekleyen kişilerin dişlerinin arasına bir çubuk koyarak kendilerini gülümsemeye zorlamaları durumunda nabız atışlarının %7 oranında yavaşladığını söylemektedirler. Araştırmacılar belirtilen ortamın yapaylığı dikkate alındığında bu bulguları genelleştirmenin kuşkulu olacağını kabul ederken, stres ortamında pozitif bir yüz ifadesine sahip olmanın ve gülümsemenin psikolojik ve fizyolojik faydaları bulunduğunu ileri sürmektedirler (O’Connel, 2014).

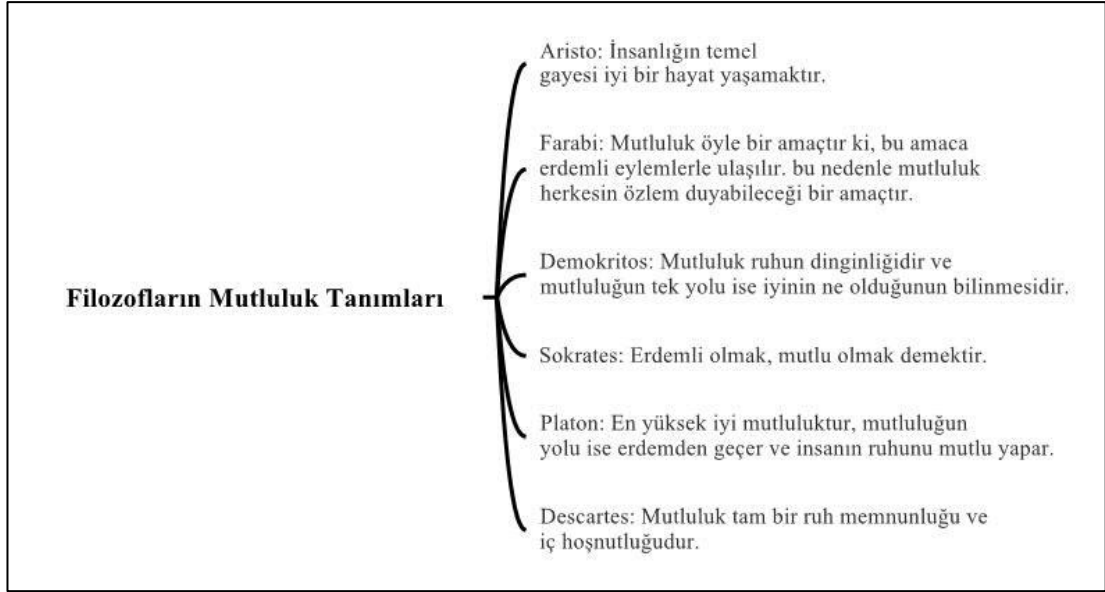
Kişiler gülümsediğinde iyi hissetmelerini sağlayan bir nörotransmitter olan seratonin salgırlar. Gülümseyen insanlar ve de onların gülümsediği kişiler kendilerini daha mutlu hissederler. Güler yüzlü olmak bir alışkanlık halinde geldiğinde ise kişinin hayatındaki mutlu anlar akışı sağlar ve mutluluk seviyesinin kalıcı olarak artmasına sebep olur. Mutluluğun diğer bir sembolü olan kahkaha da seratonin ve endorfin salgılanmasını sağlar. Araştırmalara göre bu salgılar bağışıklık sistemini güçlendirerek vücudun toksinleri atmasına yardımcı olur. Bu da çok kahkaha atan kişilerin daha iyi bir sindirim sistemine sahip olacağı, daha az soğuk algınlığı ve grip yaşayacakları anlamına gelir. Aynı şekilde mutluluğu artıran etkenlerden biri olan egzersiz yapan kişiler kaslarını kullanırken adrenal salgılar. Adrenalin uyanıklığı ve enerji salınmasını artırır. Egzersiz tamamlandığında ise kaslarda bir rahatlama ve memnuniyet hissi yaratan endorfin salgılanır (McKenna, 2013).

Mutluluk bilimi geleceğin bilimi olarak sistematize edilerek metodolojisi geliştirilmiş ve tanımlanmıştır. Bu nedenle psikolojik ve sosyal sermayenin tıpkı kaynak yönetimi gibi verimlilik ve sürdürülebilirlik ilkeleri temel alınarak üretilmesini ve tüketilmesini öğrenmeye başlamamız gerekmektedir (Tarhan vd., 2014).

### 2.1.1 Mutluluğu İnceleyen Çeşitli Felsefe Akımları

Filozoflar çok erken bir çağda mutluluğu bulma konusunda çalışmalara başlamışlardır. Düşüncelerin, soyutun uzmanı olan filozofların mutluluk gibi son derece somut olan bir konu hakkında çalışma yapmaları şaşırtıcı gelebilir. Epikuros, İÖ 3. Yüzyılda "*Felsefe hayatı mutlu kılan bir etkinliktir*" diye belirtmiştir. Felsefe salt bir söylemden ve mutluluk üzerine düşünmekten ibaret değildir aynı zamanda bir eylemdir. Bilgelik ise ona sahip olanı mutlu ettiğine göre mutluluğu dolayısıyla hayatın anlamını ve değerini tanımlama işini filozoflar yapabilir. Felsefe de amaç, insanları tanımak, insanları da kendilerini tanımaya yönlendirmektir. İnsanı tanımak, ona uyan kendi ölçüsünde ve kimsenin yardımı olmadan ulaşabileceği bir mutluluk sunmak demektir (Comte-Sponville vd., 2012).

Her insan mutlu olmak istediği halde çok az insan mutlu olmayı başardığı için Aristo ve Sokrates başta olmak üzere birçok filozof bunun nedenlerini araştırmıştır (Kara, 2010). Aristoteles, mutluluk kelimesi yerine "eudaimonia" sözcüğünü kullanmayı seçmiştir. Bu sözcükte yer alan, "eu" iyi, "daimon" da ruh yani bizim dünyamızla tanrılar dünyası arasında aracılık yapan varlık, "eudaimonia" ise içinde iyi bir tanrı barındıran ya da iyi bir tanrısı olan anlamına gelmektedir. (Vernon, 2011). Felsefe tarihinde yer alan farklı filozofların mutluluk tanımları Şekil 1'de sıralanmıştır (Kara, 2010):



**Şekil 1- Filozofların Mutluluk Tanımları**

**Kaynak:** Kara, 2010

Filozoflar mutluluğu her zaman iyi olma hali olarak tanımlarlar. Peki, hangi faktörler mutluluğu sağlar? Mutluluğumuz çevremizde olan insanlarla yaptığımız kıyaslamalara bağlı olarak değişir. Kıyaslama kriteri bazen para, akademik başarı veya romantik ilişkiler olabilir.

18. Yüzyıl Fransız filozofu Charles Montesquieu'ya göre eğer bir kişi sadece mutlu olmak isterse bu mümkün olabilir. Fakat insanlar diğer insanlardan daha mutlu olmak isterler ve bu her zaman çok zordur. Önemli mutluluk teorilerinden biri olan "Sosyal Mukayese (Kıyaslama) kuramı da Montesquieu'nun mutluluğun doğası ile ilgili düşüncelerini destekler niteliktedir. Bu teoriye göre, insanlar içinde buldukları durumu çevrelerinde yer alan diğer insanlarla kıyaslar ve eğer diğerlerine göre daha iyi konumda iseler de mutlu olmaktadır. Bu konuyu destekler şekilde kolej öğrencileri üzerinde yapılan bir araştırma sonucuna göre, öğrenciler sınıflarında kendilerinden daha başarısız olan bir öğrenci olduğunda daha mutlu hissetmişlerdir. (Sdorow, 1993).

Adaptasyon seviyesi teorisine göre de insanların mutluluğu sadece başkalarıyla kıyaslamasına bağlı değildir. Aynı zamanda kişi kendisi de kendisiyle de kıyaslama yapar. Kişiler mevcut içinde buldukları durum ve halleriyle geçmişteki hal ve durumlarını kıyaslarlar. Eğer kişinin içindeki bulunduğu durum iyileşirse

mutluluk standardı da yükselir. İkramiye kazanan kişilerin mutlu olma eşik seviyelerin, ikramiye kazandıktan sonra çok fazla yükselmesi araştırmalarla kanıtlanmıştır. 50.000-1 milyon arasında ikramiye kazanmalarına rağmen bu kişilerin mutluluk seviyelerinin ikramiye kazanmadan öncekinden daha yüksek olmadığı sonucuna varılmıştır. İkramiye kazandıktan sonra bu kişiler televizyon seyretmek, kıyafet alışverişi yapmak veya arkadaşlarla sohbet etmek gibi eğlenceli günlük aktivitelerden zevk almamaya başlamışlardır. Çünkü onların mutluluk standartları artmış ve mutluluk artık daha ulaşılmaz olmuştur (Sdorow, 1993).

Zihin, duygular ve beden arasındaki ilişkiyi gösteren birçok araştırma mevcuttur. Fizikçiler hastalarına iyileşmenin en önemli etkeninin yaşama hevesi olduğunu yüzyıllar boyunca söylemişlerdir. Yunan filozof Hipokrat bundan 2400 yıl önce öğrencilerine olumsuz duygu ve düşüncelerin hastalığa neden olabileceğini, olumlu duygu ve düşüncelerin ise iyileşme sürecinde önemli bir faktör olduğunu aktarmıştır (Prentiss, 2013).

Mutlu, enerjik ve heyecanlı olan kişilerin bağışıklık sistemi olumlu etkileneceği için sağlıkları optimum seviyede kalacaktır. Umutsuz, mutsuz, üzgün, yalnız, acı çeken ya da regresif olan kişilerin ise bağışıklık sistemi bu hisleri yansıtacak şekilde yanıt verecektir. Beyin ve beden sürekli alışveriş halinde olduğu için mutluluk, bağışıklık sistemi ve sağlık da birbirini sürekli olarak etkilemektedir. Yakın dönemde yapılan araştırmalara göre de insanlar sadece beyinleriyle değil tüm bedenleriyle düşünüp harekete geçmektedir. Tüm vücut beynin bir uzantısı olduğu için birçok bilim adamı “beden beyin” olduğumuzu düşünmektedir (Prentiss, 2013). Beynimiz duygu, düşünce ve kararlarımızı yönlendirirken, bedenimizde beyinden gelen yönlendirmelere göre hareket etmektedir.

Vücudumuzun muhteşem iletişim ağının önemli bir kısmını hücre reseptörleri oluşturmaktadır. Herbir hücre milyon adet reseptör barındırabilir ve her hücrede de 7 adet farklı reseptör çeşidi vardır. Dr. Pert duygunun molekülleri adlı kitabında bir hücrenin yaşamı ve herhangi bir anda o hücrenin ne yaptığı, yüzeyinde hangi reseptörün bulunduğuna ve reseptörlerin ligandlar tarafından sarılmış olup olmadığına bağlı olduğunu savunur. Nöratransmitterler (sinir taşıyıcıları), steroidler ve peptitler olmak üzere üç adet kimyasal ligand türü vardır. Tüm ligandların %95



kadarını oluşturan peptitler, beynin tam ortasında bulunan salgı bezi hipotalamusta düşündüklerimiz ve hissettiklerimize bağlı olarak üretilir. Peptitler, kırgınlık, nefret, mutsuzluk, hayal kırıklığı, depresyon, neşe ve coşku gibi her duyguyu ikiye katlar. Peptitler güverteye çıkıp tayfasına emirler yağdıran bir kaptan gibi davranışlarda, fiziksel etkinliklerde hatta ruh halimizde büyük değişimler yaratabilir. Hücre bölünmesi hücrelerin çoğalması, büyümesi, yenilenmesi ve zarar görmüş olanların yenilenmesi için gereklidir. Dakikada yaklaşık 300 milyon hücre bölünerek ölenlerin yerini alır. Kan hücrelerimizin ise hergün %2'si ölür ve yenileri yerine geçer. Her iki ayda bir kan hücrelerimiz tamamen değişir. Bir hücre oluştuğunda her zaman eski hücrenin bir klonu olmaz, bölünmesine sebep olan peptidin ne olduğu ile ilgili olarak farklı bir hücre olabilir. Eğer depresif duygular içinde üretilmiş bir peptit alırsa, yeni hücre daha fazla depresyon reseptörüne sahip olduğu için iyi hisler sonucu oluşan peptitler ile çok daha az ilişkiye girecektir. Kişi 1 saat boyunca depresif hissettiğinde yaklaşık 18 milyar depresyon odaklı peptiti çağırır, iyi hissetmesini sağlayacak peptiti de daha az çağırır yeni hücreler üretmiş olur. Kasvetli düşünmek, mutluluk düşünmeye odaklı bedenden ziyade kasvetli şeyler düşünmeye odaklı beden yaratır. Kişi hangi duygu ya da davranış ile daha fazla içli dışlı olursa ona olan ihtiyacı daha çok artacaktır. Bu depresyon dışında öfke ve mutluluk içinde geçerlidir. Örneğin; kişi öfkelenildiğinde çok kuvvetli bir uyarıcı olan adrenalin üretir. Kişi bu uyarıcıya ihtiyacı olduğu için öfkeye bağımlı olur. Yani öfkeye üzerimizde yarattığı psikolojik ve fiziksel etkisi yüzünden daha bağımlı olup, eşimizle, arkadaşlarımızla, iş arkadaşlarımızla ya da bir münakaşaya girebileceğimiz herkesle kavga ederiz. Mutluluğa daha duyarlı bir beden yaratmanın tek yolu da mutlu olmaktır. Beynimiz hayal edilen tecrübe ile gerçekten yaşanmış tecrübe arasında ayırım yapamadığı için bazı insanlar bir parça tebeşirin tahtada çıkardığı gıcırdama sesini hayal ettiklerinde bile tüyleri ürperir. Limon tadını düşündüğümüzde ağzımız buruşur veya kabus gördüğümüzde gerçekten yaşamış gibi korkarız. Harvard Üniversitesi araştırmacıları tarafından yapılan beyin taramalarında, ağaç resminin görülmesiyle, ağacın hayal edilmesinin beynin aynı bölgesini harekete geçirdiği gözlemlenmiştir (Prentiss, 2013).

## 2.1.2 Psikoloji Alanında Mutluluk

İnsanların davranışlarını ve bu davranışların oluşumunu tanımaya çalışan bilim dalına "psikoloji" adı verilir (Atkinson, 2002). Birinci yüzyıldan beri depresyon, bunalım gibi daha çok olumsuz duygulara odaklanmış olan psikoloji bilimi artık mutluluk, memnuniyet, hoşnutluk, haz duyma gibi olumlu duygulara da odaklanmaya ve önem vermeye başlamıştır (Myers ve Diener, 1995).

Psikolog Michael Fordyce (1989) yaptığı bir araştırmada, insanlara hayatlarındaki en önemli şeyin ne olduğunu sorduğunda, sorulan kişilerin yarısına yakın bir bölümünün "Mutluluk " cevabını verdiği sonucuna ulaşmıştır. Her kişinin kendine ait bir mutluluk tanımı vardır. Ama çoğu kişi mutluluğu kişinin pozitif duygusal duygular içinde olması ve kendi hayatından memnun olması şeklinde tanımlar. Amerikan Psikolojisinin kurucusu William James mutluluğu aşağıda yer alan formül ile tanımlamaktadır. Ona göre, kişiler istedikleri amaçlara ulaştıkça daha mutlu hissedeceklerdir (Loftus, Marshall, Wortman, 1992):

$$\text{Mutluluk} = \frac{\text{Kabiliyet (Yetenek)}}{\text{Özlem}}$$

Özlem

Dünya Sağlık Örgütü 1964 yılında sağlık anlayışına iyi oluşun olumlu yordayıcılarını da ekleyip, insanın fiziksel, akılsal ve sosyal olan tüm sistemlerini de göz önüne alarak sağlığı şu şekilde tanımlamıştır: "*Sağlık sadece hastalık veya zayıflık yokluğu değil, aynı zamanda bütün bir fiziksel, akılsal ve sosyal iyi oluş durumudur*". Bu tanımlama yapıldıktan sonra iyi oluş (mutluluk) konusunun önemi artarak, araştırmacıların daha çok ilgisini çekmeye başlamıştır (Dost, 2005).

Psikolojide mutluluk, "öznel iyilik durumu" (ÖİD) (subjective well being: SWB) adı altında incelenmekte ve "mutluluk" ile eşleştirmeli olarak birçok araştırmada kullanılmaktadır (Argyle, Martin Crossland). Ancak genel literatürde "mutluluk" kavramı daha popülerdir. Bu araştırmada da yüzyıllar boyunca etik, politik, ekonomik, psikolojik birçok bilim dalı tarafından birçok araştırmaya konu olmuş "mutluluk" kavramının kullanılması tercih edilmiştir (Diener, 1984).

İnsanların olaylara karşı sert tepki göstermeye yönelik benzersiz bir yatkınlıkları varken verdikleri tepkiler zaman içerisinde (yaklaşık 3 ay) azalır. Yapılan çoklu araştırma sonuçlarına göre, kişilerin iyi veya kötü haberler ya da olaylar sonrasında doğal bir mutluluk noktasına yaklaşık 3 ay sonra geri dönmeye eğilimli oldukları ileri sürülmektedir. Yaşanan bu evrimsel adaptasyon süreci hassal çark ya da hedonik adaptasyon kuramı olarak bilinir. Bu kurama göre insan hayatında mutlu dönemler kaçınılmaz olarak mutsuz dönemleri takip ederek birbirini sıfırlar ve mutluluğu artırmak için yapılan her çaba başarısız olur. Brickman'ın (1978) piyango talihlileri arasında mutluluk üzerine yaptığı boylamsal araştırmada 5000-1000000 Amerikan doları arasında para kazanan piyango talihlileriyle görüşmeler yapılmıştır. Piyango talihlileri diğer kontrol grubuna göre günlük olayların daha az zevkli olduğunu ve piyango kazanma öncesine göre daha çok mutlu olmadıklarını belirtmişlerdir. Aynı araştırmada belden aşağısı felçli olan 11 kişi ve elleri ve ayakları felçli 18 kişi, piyango talihlileri ile mutluluk seviyelerinde aynı puanı almışlardır. Bu sonuç felçlilerin içinde buldukları durumdan mutlu oldukları anlamına gelmemektedir. Onların geçmişleri hakkında olumlu düşünceye şimdiki günlük yaşamlarında ise düşük tatmine sahip olma eğilimleri vardır. Sonuç olarak, bu araştırma iyi ya da kötü olsun sonuçta geri döneceğimiz doğal bir nokta olduğunu savunan hedonik adaptasyon kuramını destekler. Hedonik adaptasyonu önlemenin yolu çeşitliliktir. Bireylerin herhangi bir adaptasyon mekanizmasının etkisini yok edebilmesi için sürekli yaklaşımlarını ve mutluluk stratejilerini değiştirmesi gereklidir (Hefferon, Boniwell, 2014).

Psikologlar kişilerin mutluluklarına katkıda bulunan faktörleri araştırma konusuna son dönemde bir hayli ilgi göstermiştir. Yapılan bu araştırmaların odağında insanlara yaşamlarını doyasıya yaşamaları için imkan sağlayacak bilgi ve yetenekleri yer almaktadır.

Psikologlar bilim ve akıl hastalığını tedavi ederek öğrendikleri bilgileri insanları devamlı olarak daha mutlu yapacak bir yöntem yaratmaya çalışmaktadırlar. Mutluluk ile ilgili yapılan araştırmaların çoğu bazı kişilerin diğerlerinden neden daha mutlu olduğunu anlamak üzerine yoğunlaşmıştır. Araştırmacılar genetik ve çevrenin mutluluk üzerindeki etkisini değerlendirmeye çalışmışlardır. Bunun yanında araştırmacılar mutluluğu etkileyebilecek iş kaybı veya eş ölümü gibi yaşam

olaylarının mutluluğu negatif yönde etkilediği sonucuna varmışlardır. Aynı şekilde insanların yaşam durumlarında süregiden farklılıkların mutluluk üzerine etkisini değerlendirdiklerinde en önemli tek mutluluk kaynağının iyi sosyal ilişkiler olduğunu ileri sürmüşlerdir. Sağlık ve mutluluk arasındaki ilişkiyi incelemek amacıyla da birçok araştırma yapılmıştır. Temel ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla mücadele veren insanlar çoğu zaman düşük seviyede yaşam memnuniyetine ve mutluluğa sahip olmaktadır. Temel ihtiyaçlarının güvende olduğu eşiği geçtiklerinde ise varlık ve mutluluk arasındaki ilişki oldukça ılımlı hale gelir. Daha fazla para ve daha fazla arkadaş arasında bir seçim yapılması gerektiğinde insanlar çoğu kez daha fazla arkadaş yönünde seçim yapmaktadırlar (Gerrig ve Zimbardo, 2012).

Uluslararası ve ulusal literatürde pozitif psikoloji odaklı araştırmalar sayısını arttırarak devam etmektedir. Seligman ve Csikszentmihalyi'nin (2000) yaptıkları çalışmada pozitif psikoloji yaklaşımının üç önemli alanda araştırma yaptığı belirtilmektedir (Eryılmaz, 2013):

- Bireylerin pozitif deneyimlerinin neler olduğu,
- Bireylerin pozitif özelliklerinin neler olduğu,
- Pozitif kurumlar üzerinde yapılan çalışmalar.

Mutluluk kavramıyla ilgili psikoloji biliminde yapılan araştırmaların son yıllarda artış gösterdiğini kanıtlayan en önemli kanıt, psikoloji alanındaki en kapsamlı araştırma veri tabanı olan PsychINFO'da mutluluk kelimesiyle arama yaptığımızda karşımıza 4000'e yakın makale çıkmasıdır. Buna karşın aynı kelimeyle bağlantılı olan majör depresyonla ilgili arama yapıldığında 30.000'e yakın, stresle ilgili de 40.000'e yakın makaleye ulaşılmaktadır. Martin Seligman'a göre bu durumun nedeni psikolojinin temel var oluş amacının çoğunlukla mevcut patolojik durumların düzeltilmesi veya iyileştirilmesi olarak algılanmasıdır (İslamoğlu, 2010). 1950'lerin sonu ile 1970'ler arasında Jahoda, Maslow ve Shostrom'un yaptıkları çalışmalar ile psikolojik iyi oluş ve olumlu ruh sağlığına duyulan ilgi en yüksek noktasına ulaşmış fakat sonra ilgi tekrar azalmıştır (Dost, 2005).

Hümanistik psikolojinin konusu olan insan niteliklerin hem en iyilerini hem de en kötülerini, hem olumlu hem olumsuz kişilik özelliklerini incelemeleri gerektiği

fikri 1998’de APA başkanı Martin Seligman tarafından tekrar gündeme getirilerek, insan doğası ve potansiyeli hakkında pozitif bir fikir geliştirmeleri vurgulanmıştır. Seligman’ın bu çağrısı psikologlar tarafından coşkuyla karşılanmış ve bu konuda birçok araştırma çalışmaları, makaleler ve kitaplar yayınlanmaya başlamıştır. 2001 yılına kadar mutluluk ve diğer pozitif duygular arasındaki ilişkileri ve bunların nedenlerini inceleyen öznel mutlulukla ilgili yayınların sayısı en büyük artışı göstermiştir. 2000 yılında APA’nın önde gelen akademik dergilerinden biri olan Amerikan Psikologları (American Psychologist) pozitif psikoloji ile ilgili 200 sayfalık özel bir sayı yayınlamıştır. Ertesi yılda bir sayılarında pozitif psikoloji ile ilgili dört makale yayınlamışlardır. 2002’de Seligman, “Otantik Mutluluk: Kalıcı Bir Memnuniyet İçin Yeni Pozitif Psikolojiyi Kullanarak Kendi Potansiyelinizi Anlama” adında bir kitap yayınladı. Bu kitapla birlikte pozitif psikoloji Newsweek’te “araştırma psikolojisinde tamamen yeni bir dönem” olarak tanımlandı ve hem psikoloji çevrelerinde hem de kamuoyunda büyük hevesle karşılanmıştır. Günümüzde ise, pozitif psikoloji hakkındaki ders kitapları çoğunlukla iyilik hali, mutluluk bilimi, yaşam doyumu, duygulanma, duygusal yaratıcılık, iyimserlik, umut kuramı, hayat ve mutluluk için amaç belirleme ve işte pozitif psikoloji gibi konuları içermektedir (Schultz ve Schultz, 2007).

Prof. Dr. Martin Seligman 1998 yılında Amerikan Psikoloji Derneği başkanlığı yaparken, insanların sorunlarına değil, onları mutlu eden konulara yönelmeye başlamış ve Pozitif Psikoloji hareketini başlatmıştır. Seligman'a göre; psikolojinin çalışma alanları sadece hastalık, zayıflıklar ve hasarlar olamaz. Tedavi, yalnızca yanlışları düzeltmek anlamına gelmez, doğruları inşa etmeyi de hedeflemelidir. Psikoloji, iş, eğitim, anlayış, aşk, gelişim ve oyun gibi konularla da ilgilenir. Pozitif Psikolojinin amacı hep olumsuz konular yerine psikolojinin bakış açısını olumlu özelliklere doğru yönlendirmektir. Pozitif psikoloji, öznel düzeyde değer verilen deneyimler, bireysel düzeyde olumlu özellikler ve grup düzeyinde sivil erdem ve kurumların bireyleri daha iyi vatandaşlık davranışına yönlendirmesi olarak aşağıda sıralanan üç boyutta ele alınmıştır (Seligman ve Csikszentmihalyi 2000):

1. Öznel düzeyde değer verilen deneyimler; geçmişte iyi olma hali, memnuniyet ve doyum; gelecek için umut ve iyimserlik; şimdiki zaman için mutluluk ve hayatın doğal akışına duyarlılıktır.

2. Bireysel düzeyde olumlu özellikler; aşk ve meslek, cesaret, kişilerarası ilişki becerisi, estetik duyarlılık, kararlılık, bağışlayıcılık, özgünlük, geleceğe dönüklük, maneviyat, yüksek yetenek ve bilgelik ile ilgilidir.
3. Grup düzeyinde sivil erdem ve kurumların bireyleri daha iyi vatandaşlık davranışına yönlendirmesi, sorumluluk, duygusal bakım ve destek, nezaket, ılımlılık, hoşgörü ve iş ahlakı ile ilgilidir.

Bireylerde ve gruplarda olumlu duygulara, erdemli davranışlara ve optimum performansa neden olan etmenleri ve süreçleri pozitif psikoloji araştırır. Psikologlar sağlık, uyum ve doruk performans ile ilgili her zaman ilgilenmiş olsa da mutluluk üzerine daha az sayıda çalışma yapmışlar hatta bu konuyu önemsiz bulmuşlardır. Günümüzde de psikoloji kitaplarını incelediğimizde her 100 ciddi psikoloji kitabı ve makalesinden 99'unun konusu depresyonla ilgiliyken yalnızca biri mutlulukla ilgilidir. Bunun yanında 50 yıldır mutluluğun mutsuzluğun karşıtı olmadığı ve bu iki kavramın neredeyse birbirleriyle ilişkilerinin olmadığını biliyoruz. Mutluluk psikolojisiyle ilgili ilk kitaplar 1980'lerde basılmıştır. 1969 yılında Bradburn, "The Structure of Psychological Wellbeing" yayınlandı. 1987 yılında "The Psychology of Happiness" kitabı Argyl tarafından yayınlandı. 1998 yılı ise pozitif psikolojinin resmi kuruluş tarihidir. 1999 yılında "First Break All the Rules" kitabı Buckingham ve Clifton tarafından yayınlandı. 2002 yılında ise Seligman "Authentic Happiness" kavramını ortaya çıkardı. Bilim tanımla başladığı için öncelikle mutluluğun tanımını yapmak gerekir. Mutluluk çoğu zaman iyi olmakla, halinden memnun olmakla, huzur ve tatmin duygusuyla, yaşamdan memnun olmakla ya da psikolojik bir sıkıntı bulunmamasıyla aynı anlamda tanımlanır. Haz, keyif ve neşe içinde olmak veya akış halinde olmak da mutlu olmak demektir. Araştırmacıların kullandığı terim ise bireylerin kendi yaşamları ve genel tatminleri hakkında nasıl genel ve kişisel bir değerlendirme yaptıklarını ifade eden öznel iyilik halidir. Yani kendi iyilik halini değerlendiren bireyin ne danışmanları, ne koçları, ne öğretmenleri, ne de terapistleridir. Kendi iyilik halini değerlendiren bireyin kendisidir. Kişinin yaptığı bu değerlendirmeler işte ve evde memnun kalmak, kendinden ve başkalarından memnun olmak şeklinde iki alana ayrılabilir. Kişi kendini bu alanlardan birinde memnun

diğerinde memnuniyetsiz olabilir. Ancak bu iki alan birbiriyle sıkı sıkıya bağılıdır (Furnham, 2014).

Pozitif psikolojinin odak noktası kişisel zayıflıkları araştırıp onları düzeltmek ya da değiştirmekten çok, güçlü yanların incelenmesine doğru kaymıştır. Amaç gerçek mutluluk ve iyi yaşam sürmeyi desteklerken sağlığı da desteklemektir. Pozitif psikolojiye giriş kapsamında hem popüler yazarlar hem de araştırmacılar tarafından güçlü yanlar ve değerler listelenerek sınıflandırılmaya çalışılmıştır. Bu konuda görüş ayrılıkları mevcut olsa da en güncel liste aşağıda yer almaktadır (Furnham, 2014):

- Bilgelik ve Bilgi: Yaratıcılık, merak, açık fikirli olmak, öğrenme sevgisi
- Cesaret: Yüreklilik, sebat ve dürüstlük
- İnsanlık: Sevgi, nezaket ve sosyal zeka
- Adalet: Vatandaşlık, adillik ve liderlik
- İlimlilik: Bağışlayıcılık ve merhamet, edep ve tevazu, kendine hakim olmak.
- Aşkınlık: Güzellik ve mükemmelliği takdir, kadir bilme, umut, mizah duygusu ve ruhanilik.

Literatürde pozitif psikoloji yaklaşımına ilişkin olarak, araştırma temelli olması ve kuramsal açıklamalara az yer vermesi nedeniyle eleştiriler de mevcuttur. Özne iyi oluş açısından bakıldığında literatürde uyum kuramı, sabit nokta kuramı, yukarıdan aşağıya ve aşağıdan yukarıya kuramı, erek kuramı, etkinlik kuramı, evrimsel kuramın açıklamaları, yargı kuramı ve akış kuramı gibi pek çok kuram karşımıza çıktığı için bu eleştiriler kısmen yanlıştır. Tersine pozitif psikoloji yaklaşımı hem kuramsal hem de ampirik anlamda güçlü bir yaklaşımdır (Eryılmaz, 2013).

Günümüzde pozitif psikolojinin bu kadar çok tartışılmasındaki diğer bir neden de arzulanan bir değer olarak mutluluğun karşımıza çıkmasıdır. Kırk yedi farklı ülkede bulunan toplam 9000 öğrenci üzerinde gerçekleştirilen bir araştırmanın sonuçlarına göre, toplam 20 değer kategorisi içinde mutluluk önem sırasına göre birinci değer olarak belirlenmiştir. Türkiye'de yapılan değerler araştırmasında ise

mutluluk diğerk değer boyutlarına göre daha ön sıralarda yer almaktadır (İslamoğlu, 2010).

Pozitif psikolojinin en önemli araştırma konularından biri olan öznel iyi oluş (mutluluk) üzerine yapılan çalışmalarda araştırmacılar mutluluğun ne olduğu, neden bazı insanların daha mutlu olduğu, insanların mutlu olmak için hangi stratejileri kullandıkları ve mutluluğun belirleyicilerinin neler olduğu gibi sorulara cevap bulmaya çalışmaktadırlar. Öznel iyi oluş, bireyin yaşamına ilişkin değerlendirmelerinin ve olaylara verdiği duygusal tepkilerin bir sonucu olarak kabul edilmektedir. Buna göre öznel iyi oluş, olumlu duyguların sık, olumsuz duyguların az yaşanması ve yüksek yaşam doyumu alma şeklinde tanımlanmaktadır. Bu tanımda yaşam doyumu, öznel iyi oluşun bilişsel boyutunu oluşturmakta ve bireyin çeşitli yaşam alanlarına (evlilik, iş, sağlık, başarı vb.) ilişkin değerlendirmelerini kapsamaktadır. Olumlu ve olumsuz duyguların yaşanma sıklığı ise öznel iyi oluşun duyuşsal boyutunu oluşturmaktadır (Doğan, 2013).

Psikolojik iyi oluş konusunda yapılan çağdaş araştırmalar genellikle daha önceden var olan iyi oluş ölçeklerinin kullanılmasıyla, belirli bir gruptaki iyi oluş seviyesini arttıran veya azaltan değişkenlerin saptanması amacıyla yapılmıştır. Bu çalışmaların odak noktası ise iyi oluşu etkileyen değişkenlerin saptanmasıdır. Günümüzde iyi oluşla ilgili olarak yapılan çalışmalar incelendiğinde iyi oluşun yanında, psikolojik iyi oluş, yaşam doyumu, yaşam kalitesi, iyilik hali ve olumlu duygulanım gibi kavramların da incelendiği görülmektedir. Bu kavramların ifade ettikleri anlam aynı olmamakla birlikte kişinin olumlu işlevde bulunmasını ve mutluluğunu sağlayan koşullarla ilgili olmaları nedeniyle birbirleriyle büyük oranda ilişkilidirler (Dost, 2005).

### **2.1.3 Denge Yaklaşımı**

Cummins ve arkadaşlarına göre mutluluğun uzun vadede sabit olma durumu "Homeostasis" terimi ile açıklanmaktadır. Vücut ısımızın belirli bir derecede sabit kalmasıyla nasıl fiziksel mekanizmamız dengeleniyorsa, mutluluk düzeyimiz de benzer bir fiziksel ve bilişsel mekanizma ile dengelenir. Denge mekanizmasının bir



sonucu olarak mutluluk pozitif bir durumdur ve her kişinin ortalama bir denge aralığı vardır. Bu dengenin ne kadar bozulduğuna göre mutluluk artar veya azalır. Cummins'in örneğine göre bu denge %73-78 arasındadır. Buna göre, kişinin mutluluk endeksi %70'in üzerinde ise denge mekanizması normal çalışıyor, %50'in altına düştüğü zaman ise denge mekanizmasının çalışmadığı ve kişinin depresyonda olduğu söylenebilir. Denge yaklaşımına göre, kişiler iyi şeyler yaşadıklarında bunun onları belirli bir süre mutlu ettiği, kötü şeyler yaşadıklarında ise, yine belirli bir süre için mutsuz oldukları savunulmaktadır. Çevresel birtakım olaylar mutluluk algımızı etkiler ancak mutluluk düzeyini asıl koruyan kişinin kendi nitelikleridir. Kişiye ait olmayan bir nitelik olan para mutluluk seviyesini uzun vadede pek etkilememektedir. Uzun vadede belirleyici olan etken duygusal kontrol, empati, eleştirel düşünme, sosyal girişkenlik, yeniliğe açıklık gibi kişisel özelliklerdir. Bu özelliklerin ölçülmesinde yüksek değer alan çalışanların düşük değer alanlara göre daha mutluluk düzeylerini daha fazla koruyabildikleri görülmüştür (İslamoğlu, 2010).

Her bireyin karakteri tarafından belirlenen kendine has öznel iyi oluş (mutluluk) seviyesi vardır ve iş değişikliği gibi bazı özel koşulların değişmesi mutluluk seviyelerini olumlu ya da olumsuz açıdan etkilemektedir. İş değişikliği yapıldığında kişi çok mutlu hissedebildiği gibi yaşanan bu değişim kişiyi strese sokabilmektedir. “Balayı Etkisi” olarak adlandırılan mutluluk seviyesindeki artış, kişinin önce hızla mutlu olmasına sebep olurken kısa süre içinde kişinin ayaklarını yerden kesen bu mutluluk azalarak yerini başka duygulara bırakmaktadır. Kişi yaşamı boyunca balayı etkisini yaşatacak birçok farklı olayı veya duyguyu yaşayarak mutluluk seviyesinde sürekli iniş ve çıkışlar yaşamaktadır (Vanderberghe, 2011).

Hayatta önemli olan sağlıklı olmak, başarı kazanmak ve huzur duymak bileşenlerinden oluşan dengeli mutluluğa ulaşmaktır. Dengeli mutluluk insanın fiziksel, zihinsel ve ruhsal bütünlüğünü sağlayan ve belirtilen her bir kriterde asgari tatminini sağlayacak şekilde yaşamasıdır. İş yaşamında kişilerin başarı (üretkenlik ve sonuç alma) duygusunu bulduğu ve gerçekleştirdiği iş yerlerinde bulunması kendi mutluluklarına yapacakları en büyük katkıdır (İçöz, 2011).

#### 2.1.4 Mutluluk Kavramının Bileşenleri

Diener'a (1994) göre öznel iyi oluş kavramının tanımında üç temel öge yer almaktadır. Aşağıda tanımlanan bu üç ayırt edici özellik konu alanı sınırlandırmasına rağmen ilgili yazında öznel iyi oluşla ilgili aşağıda sıralanan farklı ve çeşitli tanımlamalar da bulunmaktadır (Diener, 1994):

1. Öznel iyi oluş bireyin yaşantısında yer alır ve öznedir.
2. Öznel iyi oluş sadece olumsuz faktörlerin yokluğu değil olumlu ölçümlerin de olmasıdır.
3. Öznel iyi oluş yaşamın tüm yönlerinin genel bir değerlendirmesidir.

Lu ve Shih (1997) mutluluk kavramını neşelenmek gibi olumlu duygusal bir durum ve yaşamın tamamından ya da bir bölümünden tatmin olmak şeklinde iki temel gruba ayırarak incelemiştir. Yaptıkları araştırmalarında mutluluk ve yaşam kalitesi kavramını analiz ederek; ihtiyaçların karşılanma oranının yarattığı mutluluk, kişisel ilişkilerdeki uyum, maddi ihtiyaçların tatmini, çalışma yaşamındaki başarı, kolay bir yaşam, başkalarının yarattığından sağlanan mutluluk, kendini gerçekleştirme duygusu, mutluluk sağlayan olumlu etkiler ve sağlık olmak üzere dokuz temel mutluluk kaynağı belirlemişlerdir. Bu sonuca göre mutluluk kaynaklarının önemli ölçüde subjektif değerlendirmeye dayalı olduğu görülmektedir (Lu and Shih, 1997).

Andrews ve Withey (1976) mutluluk kavramını olumlu duygu, yaşamdan duyulan tatmin ve olumsuz duyguların olmaması şeklinde üç temel gruba ayırarak incelemiştir. Ryff (1989) ise bu temel gruplara dördüncü olarak kişisel gelişme ya da kendi gerçekleştirme eklemiştir (Yurtseven, 2003).

Mutluluk kavramını incelemek için tanımda yer alan bileşenleri de incelemek gerekmektedir. Mutluluk kavramının yargısal ve bilişsel boyutu yaşam memnuniyeti iken, duygusal boyutunu da olumlu-olumsuz duygular oluşturmaktadır (Myers ve Diener, 1995).

#### 2.1.4.1 Yaşam Tatmini/Memnuniyeti

Yaşam tatmini veya yaşam memnuniyeti genel olarak kişinin belirli bir duruma ilişkin tatminini değil bütün yaşamını ve bu yaşamın tüm boyutlarını içerir. Kapsamında hayattan zevk almak, anlamlı bir hayata sahip olmak, hayatta amaç ve hedeflerinin olması ve bunlar için uğraşta bulunmak gibi kavramlar yer alır. Yaşam memnuniyeti, günlük ilişkiler içinde olumlu duygunun olumsuz duyguya egemen olması şeklinde kısaca tanımlanabilir (Kara, 2010).

Yaşam memnuniyeti ve mutluluk birbirini hem tamamlayan hem de birbirinden ayrı düşünülemez kavramlardır. Kaliteli bir yaşam, memnuniyet ve mutluluk getirdiği gibi kalite, memnuniyetin ve mutluluğun bir sonucudur. Dolayısıyla da yaşamından genel olarak memnun olduğunu dile getiren bireyin mutluluğunun da önünde herhangi bir engel olmadığı konusuna varılabilir. Çoğu bilim adamı yaşam kalitesiyle mutluluğu ilişkilendirerek sübjektif yaşam kalitesi ve mutluluğu aşağıda belirtilen üç kategoriye ayırmışlardır (Şentürk, 2011):

- Yaşam kalitesinin doğruluk, kutsallık gibi dış kriterlerle tanımlanmasıdır.
- Bilim adamları bireylerin hayatlarında neleri pozitif olarak değerlendirdiğine odaklanarak sübjektif yaşam kalitesini yaşam memnuniyetiyle açıklamışlardır. Marcus Aurelius'a göre "*kendisini düşünmeyen insan mutlu olamaz*". Shin ve Johnson ise mutluluğu "*bir insanın hayat kalitesinin seçtiği kriterlere göre şekillendiğini*" açıklayarak tanımlamıştır. Bu tanımlamalardan da anlaşıldığı üzere mutlulukla ilgili tanımlamalar bireyin amaç ve yaşam memnuniyetine uygun olmalıdır.
- Burada günlük hayata daha yakın olarak yapılan tanımlamaya göre sübjektif yaşam kalitesi duygusal deneyimlere bağlıdır.

Sayar'a (2014) göre mutluluk bir yorum meselesidir. Kişiler beklentilerini düşük tutup hayatın basamaklarını çıkarken her basamağın tadını doyasıya

çıkarırlarsa kendilerini daha mutlu hissedeceklerdir. Hayattan öğrendiği her yeni şeyi, kazandığı her yeni bakış açısını kutlamaya değer bulan kişi mutlu demektir. John Milton'un ifade ettiği gibi zihin neresi olmak isterse orasıdır. Kendi içinde cehennem cennete, cenneti de cehenneme çevirebilir (Sayar, 2014).

Howell vd. (2011) tarafından hayatın tadını her an çıkarmak, anlık mutluluk (yaşanan memnuniyetten yaşanan stres çıkarılarak bulunan mutluluk) ve anlık ihtiyaç tatmini arasındaki ilişkiyi analiz etmek amacıyla 144 katılımcıyla yapılan araştırma sonucunda, psikolojik olarak ihtiyaçların tatmininin saatler bazında bireysel olarak değişmesine bağlı olarak anlık mutluluğun değiştiği bulgusuna ulaşılmıştır. Bireysel olarak farklılık gösteren ihtiyaçların tatmin seviyesi mutluluk eşik seviyelerinin de farklı olmasına sebep olmaktadır. Sonuç olarak her bireyin mutluluk eşik seviyesi farklı olsa da anlık ihtiyaç tatmini ile anlık mutluluk hissi arasında pozitif bir ilişki vardır (Howell vd., 2011).

Türkiye'de Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) tarafından 2003 yılından beri her yıl düzenli olarak, tüm ülke çapında hane halkına yüz yüze görüşme yöntemi ile uygulanan anket çalışmasıyla "Yaşam Memnuniyeti Araştırması (YMA)" gerçekleştirilmektedir. Bu araştırma resmi istatistik niteliğinde Türkiye'de yapılan ve mutluluk konusunu ele alan ilk çalışmadır. Amacı ise Türkiye'deki bireylerin öznel mutluluk algılamasını, sağlık, sosyal güvenlik, örgün eğitim, çalışma hayatı, gelir gibi temel yaşam alanlarındaki memnuniyetlerini ölçmek ve bunların değişimini takip etmektir. Bu çalışmada mutluluk algısını ölçmek amacıyla katılımcılara kişisel bildirim (self-report) yöntemine dayanarak "bir bütün olarak yaşamınızı düşündüğünüzde ne kadar mutlusunuz?" sorusu sorularak "1-çok mutluyum, 5- çok mutsuzum" olmak üzere derecelendirmeleri istenmektedir. Araştırma sonuçlarına göre mutlu kadınların oranı %50,75 ve çok mutlu kadınların oranı %9,70'dir. Mutlu erkeklerin oranı %47,46 ve çok mutlu erkeklerin oranı ise %7,71'dir. Hem mutlu hem de çok mutlu kategorilerinde kadınların mutluluk yüzdeleri erkekleri geçmiştir. İlgili yazında bu bulguyu destekleyen çalışmalar da mevcuttur. Yaş gruplarına bakıldığında da mutluluğun yaş gruplarına göre değişiklik gösterdiği ve en düşük mutluluk yüzdesine sahip olan yaş grubunun 45-54 olduğu ve en yüksek mutluluk yüzdesine sahip grubun ise 65 yaş ve üstü olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Türkiye örnekleme için ise yaş grubunun olumlu, olumsuz ya da "U" şeklinde istikrarlı bir

sonuç gösterdiğini söylemek zordur. Eğitim seviyelerine göre mutluluk düzeyleri arasında farklılıklar vardır. Bu sonucu destekler şekilde Bülbül ve Giray'ın (2011) TÜİK 2008 yılı verilerine dayanarak yaptıkları çalışmada eğitim düzeyi ile mutluluk arasında olumlu bir ilişkinin varlığı tespit edilmiştir. Medeni durum kategorisinde ise % 51,02 ile en yüksek orana sahip olanlar evli kimseler, %25,55 ile en düşük orana sahip olanlar ise boşanmış kimselerdir. Selim (2008), Bülbül ve Giray da (2011)'de yaptıkları araştırmalar sonucunda evli bireylerin daha mutlu oldukları sonucuna ulaşmışlardır. Türkiye'de yapılan araştırma sonuçlarına bakıldığında aşağıdaki sonuçlara varılabilir (Kangal, 2013):

- Evli olan bireyler, evli olmayan, eşi ölen, boşanmış ya da eşinden ayrı yaşayan bireylere göre daha mutludurlar.
- Üniversite ya da yüksekokul mezunları, ilköğretim, lise mezunları ve hiçbir okuldan mezun olmayan kimselere göre daha mutludurlar.
- Türk kadınları Türk erkeklerinden daha mutludurlar.

Araştırma sonuçları aşağıdaki tabloda yer almaktadır (Kangal, 2013):

**Tablo 1. Yaşam Memnuniyeti Araştırması Sonuçları**

ÖİO Değs. Mutluluk Düzeyleri	CİNSİYET		YAŞ						EĞİTİM					MEDENİ DURUM				
	Kadın (%)	Erkek (%)	18-24 (%)	25-34 (%)	35-44 (%)	45-54 (%)	55-64 (%)	65 + (%)	Yok (%)	İlk okul (%)	İlk ögr. (%)	Lise (%)	Üniv. (%)	Bekâr (%)	Evli (%)	Eş öldü (%)	Boşandı (%)	Ayrı yaş. (%)
Çok Mutsuz	2.66	2.51	1.88	2.23	2.78	3.10	3.32	3.0	4.15	2.67	2.01	1.98	1.69	2.47	2.20	5.48	8.79	13.57
Mutsuz	8.54	11.24	9.15	9.87	10.25	10.15	10.06	11.16	13.94	9.77	9.57	8.21	6.99	11.88	8.56	16.00	24.68	20.86
Orta	28.35	31.08	27.36	30.35	31.53	31.19	28.20	26.73	26.68	30.90	30.08	30.55	26.77	31.67	28.76	32.39	36.65	43.40
Mutlu	50.75	47.46	49.62	48.29	48.18	47.91	50.66	51.77	49.05	48.58	48.62	49.29	52.78	45.45	51.02	42.71	25.55	16.23
Çok Mutlu	9.70	7.71	11.99	9.35	7.35	7.65	7.76	7.34	6.18	8.08	9.72	9.97	11.77	8.53	9.28	3.42	4.33	5.94

Kaynak: TÜİK 2004-2010 Genel Yaşam Memnuniyeti Araştırması. Hesaplamalar yazar tarafından yapılmıştır.

Mutluluk ve özsaygı arasında birbirinden ayrı düşünülemez bir bağlantı vardır. Kendisine değer veren ve saygı duyan yani özdeğer ve özsaygıyı geliştirmiş olan bireyler kendilerini daha mutlu hissetmektedirler. Aksine kendine değer vermeyen ve saygı duymayan bireyler ise genellikle mutsuzdurlar. Literatürde yer alan ampirik kanıtlar da (Andrews, 1991; A. Campbell vd., 1976; A. Campbell, 1981; Diener and Diener, 1995; Fordyce, 1988; Kozma and Stones, 1978;

Lyubomirsky and Lepper, 1999; Schimmack vd., 2004) özdeğer ve özsaygı ile mutluluk arasındaki ilişkide yer alan yüksek korelasyonu destekler niteliktedir. Bu kavramlar birbirlerinden tamamen farklı olmakla birlikte birbirlerini yakından etkilemektedirler (Lyubomirsky, 2006).

Avrupa Birliği Avrupa Yaşam Kalitesi Araştırması soruları ve sonuçları baz alınarak (28 ülke bazında ve 26257 kişiyle yüz yüze yapılan 65 soruluk anket) Çakıroğlu (2007) tarafından yapılan analizde sosyodemografik özelliklerin mutlulukla ilişkisi incelenmiştir. Araştırma kapsamındaki 28 ülke içerisinde sadece Türkiye’de mutluluk cinsiyete bağlı olarak değişim göstermektedir ve kadınlar erkeklerden daha mutludur. Yaş sadece Macaristan için mutluluğu etkileyen bir kriterdir ve yaşlılar gençlerden daha mutsuzdurlar. Yaşanılan bölge sadece Bulgaristan’da mutluluğu etkilemektedir, şehirde yaşayanlar kırsal kesimde yaşayanlara göre daha mutludurlar. İşsizlik ise Bulgaristan, Macaristan ve Türkiye’de mutluluğu olumsuz olarak etkilemektedir. Eğitim seviyesi tüm ülkeler için önemlidir ve eğitim seviyesi arttıkça mutluluk seviyesi de yükselmektedir. Sosyal hayat ve başkalarıyla kurulan ilişkiler Bulgaristan, Danimarka ve Macaristan’da mutluluğu olumlu yönde etkilerken sosyal ilişkilerin mutluluğu en çok etkilediği ülke Türkiye olmaktadır. Sağlık tüm ülkeler için mutluluğu olumlu etkileyen bir kriterdir. Çevresel problemler ise Macaristan haricinde tüm ülkelerin mutluluğunu olumsuz yönde etkilemektedir. Yapılan tüm değerlendirmeler ışığında eğitim seviyesi, yaşam koşulları, sosyal ilişkiler ve sağlığın tüm ülkelerde mutluluk üzerinde önemli role sahip olduğu söylenebilir. Türkiye’deki en düşük mutluluk seviyesi yaşam koşulları ile ilgilidir. Sıralamaya bakıldığında sosyal yaşam, işsizlik durumu, cinsiyet, sağlık, çevresel koşullar ve eğitim seviyesi mutluluk değerlendirmesinde yer almaktadır. Türkiye’nin mutluluk değerlendirmesinde aldığı düşük puanın nedenleri yoksulluk, devlet tarafından sağlanan ücretsiz yardımların az oluşu, toplum içinde kişilerin birbirine güvenmemesi, sosyal güvenlik sistemi, toplumda yer alan kişilerin birbirinden kopması, işsizlik, kadınlara yapılan ayrımcılık, sağlık problemleri, çevre problemleri ve düşük eğitim seviyesi olarak sıralanabilir. Bulgaristan ve Macaristan da Türkiye gibi mutluluk seviyesinde düşük puan almışlardır. Almanya ise en yüksek mutluluk seviyesine sahiptir. Almanya da mutluluğu en yüksek derecede etkileyen kriter sosyal ilişkilerdir (Çakıroğlu, 2007).

Tüm bu bulgular incelendiğinde, cinsiyet, eğitim, medeni durum ve özsaygı gibi kişilik özelliklerinin Türk hane halkı için yaşam memnuniyeti ve öznel iyi olma durumunu etkileyen önemli belirleyiciler olduğu sonucuna varılabilir (Kangal, 2013).

#### **2.1.4.2 Olumlu ve Olumsuz Duygular**

Olağanüstü karmaşık deyimler olan duyguları bazı bilim adamları öznel (sübjektif) hisler olarak görmekte ve sadece bu duyguları yaşayan insanların sözel açıklamalarını incelemeye değer bulmaktadırlar (Deiner vd., 2000).

İnsanın yaşadığı içsel deneyimler duygusallık kavramıyla açıklanmaktadır. Duyguların aşağıda belirtilen 5 temel unsuru olduğu söylenebilir (Barutçugil, 2002):

1. Fiziksel (dışsal) ve psikolojik (içsel) uyarı,
2. Genellikle zevk alma ya da almama şeklinde kendini gösteren hisler,
3. Deneyimin bilinçli olarak farkında olmak ve değer vermek,
4. Duygusal olarak açıklayıcı davranışlar,
5. Duygusal davranışın çevresel sonuçları.

Duygular bir insanı biyolojik, psikolojik ve sosyal olarak bütünüyle kapsar. Lazarus'a göre duygular kişinin hedeflerine bağlı olarak tanımlanmaktadır. Ona göre olumlu ve olumsuz duyguların hepsi hedef odaklıdır. Kişi hedeflerine ulaşamadığında hissettiği duygulara olumsuz duygular adı verilmektedir. Örneğin çok çalışıpda sınavı geçemeyen bir öğrenci hayal kırıklığı, sinir, suçluluk, utanç, düşmanlık, kıskançlık gibi olumsuz duygular hissedecektir. Okulundan başarı ile mezun olan bir kişi ise mutluluk, gurur, sevgi, memnuniyet gibi olumlu duygular hissedecektir (Kreitner, Kinicki, 2004).

Çok boyutlu analiz teknikleriyle gerçekleştirilen araştırmaların (Russel, 1980; Watson ve Clark, 1992; Davidson, 1993) sonucunda bireylerin öznel iyi olma (mutluluk) durumuna yönelik değerlendirmelerinin pozitif ve negatif duygu alanlarını ayırtıracak biçimde belirlediklerini göstermektedir. Russel (1980) tarafından geliştirilen modelde pozitif ve negatif duygu alanlarının görünümü 4'lü

ayrışım modeli ile açıklanarak bireylerin duyarlılıkları altyapılara ayrıştırılmış, mutluluk ve mutsuzluk gibi zıtlıklar bir araya getirilmiştir. Mutluluk alanı alt alanlara ayrılarak memnuniyet ve coşku gibi, mutsuzluk alanı da depresyon ve gerilim gibi alt boyutlara ayrıştırılarak kişilerin iyi olma haline etki eden duyguların varlığı ortaya konulmuştur (Russel, 1980).

Solmuş'a (2005) göre bireyin, belirli bir olay, kişi ya da duruma karşı gösterdiği öfke, sevinç, ağlama ve üzüntü gibi tepkileri ifade eden duygulanım olumlu ve olumsuz olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. Olumsuz duygulanıma sahip bireyler genel olarak yaşadıkları dünyanın ve insanların hep olumsuz yönlerine odaklandıkları için hayata, insanlara ve en önemlisi kendilerine karşı hep olumsuz tutumlar gösterirler. Örneğin, olumsuz duygulanıma sahip bireyler; insanlara güvenmez ya da hayatında hiçbir şeyi değiştiremeyeceğine ya da hiç sevilmeceğine ya da değer görmeye layık biri olmadığına inanırlar. Öfke, nefret, küçümseme, suçluluk duygusu, korku ve depresyon yaşamaya eğilimlidirler ve genel olarak hayattan yeterince tatmin sağlayamadıklarını savunurlar. Buna karşın olumlu duygulanıma sahip bireyler ise; enerjik, heyecanlı, yaşamdan zevk alan, güdülenmeleri yüksek, sevgi dolu, bağışlayıcı, yaratıcı, yardımsever, kibar ve sosyal kişilerdir (Solmuş, 2005).

Rhoades, Arnold ve Clifford (2001) sorun çözücü yaklaşım gösteren kişilerin olumlu tutumlara sahip olduklarını belirtmişlerdir (Rhoades, Arnold, Clifford, 2001). Barsade (2002) tarafından gruplarla yapılan çalışmada da olumlu duyguların grup üyeleri arasında yardımlaşma ve işbirliğine yol açtığı bulunmuştur (Barsade, 2002). Olumlu duygular kişilerin sadece zorluklara daha kolay dayanmalarını sağlamaz. Aynı zamanda negatif (olumsuz) durumlarla karşı karşıya kaldıklarında da daha kolay üstesinden gelmelerine destek olur (Ünal, 2014).

Kızgınlık gibi olumsuz duyguların kişinin karşı tarafa tutumu ve çatışma sırasındaki davranışlarını etkilediği gibi müzakere sonuçlarını da olumsuz etkilemektedir. Olumsuz duygusal deneyimler, farklılık ve anlaşmazlıklar konusunda açık iletişim kurmayı engellemenin yanısıra sorun çözmeyi de zorlaştırdığı için kişilerin karşı karşıya gelip kavga etmesine veya yüzyüze gelmekten kaçınmasına neden olmaktadır (Börü ve İslamoğlu, 2007).



Mutluluğun (öznel iyi oluş) duygusal boyutlarının yanı sıra bilişsel boyutları da karmaşık bir olgu olarak birçok araştırmacı tarafından incelenmiştir. Dilmaç ve Bozgeyikli (2009) tarafından 600 kişi üzerinde yapılan araştırmada öznel iyi oluş ile karar verme stilleri arasında anlamlı ve pozitif bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Rasyonel karar verme ve sezgisel karar verme stilleri ile öznel iyi oluş arasındaki ilişkinin de pozitif olduğu gözlemlenmiştir (Dilmaç ve Bozgeyikli, 2009).

Mutluluk (öznel iyi oluş) seviyesi yüksek olan insanlar kendi yaşamlarında meydana gelen olayları ve yaşam koşullarını olumlu değerlendiren bireylerdir. Mutsuz insanlar ise yaşamlarındaki faktörlerin birçoğunu zararlı ya da amaçlarını engelleyici bir güç olarak değerlendiren bireylerdir (Diener, 1994).

Mutluluk, korku ve öfkenin aksine hoş bir duygu olarak sınıflandırılmakta ve bir ihtiyacın tatmini sağlandığında ya da bir hedefe ulaşıldığında duyulan hoş bir duygu olarak tanımlanmaktadır. Bir bireyin ihtiyaçları ve amaçları sürekli olarak değiştiği ve ulaşılan amaçları daima yeni amaçlar izlediği için mutluluğun hem nedenleri hem de ölçütleri sürekli olarak değişebilmektedir. Örneğin; ilk bebeklik döneminde ihtiyaçlarımız çoğunlukla fizyolojik kökenli olduğu için fizyolojik ihtiyaçlarımız karşılandığında kendimizi mutlu hissederiz. Yaş ilerledikçe yeni amaçlar ve ihtiyaçlar ortaya çıktığı için mutluluk bu yeni ihtiyaçların tatmini ve amaçların gerçekleşmesine bağlı olarak değişecektir (Özkalp ve diğerleri, 2005).

Profesyonel ve özel hayatta duygular ve duyguların yönetiminin önemi birçok akademik ve güncel yayında vurgulanmıştır. Duyguları fark edip önemini anlamak evde, okulda, işte ve sosyal hayatta kişiler arası ilişkileri etkili bir şekilde yönetebilmek için önem taşımaktadır (Bodtker ve Jameson, 2001).

Son zamanlarda olumlu ve olumsuz duygu hallerinin örgüt davranışını etkilediğini gösteren örgüt ve yönetim alanında birçok çalışma yapılmıştır. Deneysel olarak olumlu ve olumsuz duygu hallerinin değerlendirildiği çalışmaların bazılarında olumsuz duygu hali içinde olan çalışanların olumlu duygu hali içinde olanlara kıyasla daha az öz-yeterlilik ve iş doyumu hissettikleri gözlemlenmiştir. Türkiye’de iş yerinde gözlenen duygular ve duygusal düzenleme dinamiğini incelemek amacıyla,

temel olarak “Duyuşsal Olaylar Kuramı”nın yöntemine göre yapılan bir çalışmada iş yerinde gözlenen ayrık duygu yaşantıları ve bunları başlatan öncül olaylar ile ortaya çıkan duyguların düzenlenmesi konusu araştırılmıştır. Bu çalışma ağırlıklı bir şekilde servis sektöründe çalışan 150 kişiyle yarı-yapılandırılmış görüşme tekniğiyle birebir çalışma ortamlarında veri toplanarak yürütülmüştür. Duygusal işçilik hem müşteri hem de çalışma arkadaşlarıyla olan ilişki kapsamında ele alınmıştır. Katılımcılardan son 1 hafta içerisinde iş yerlerinde müşteriler ile yaşadıkları ve kendilerinde yoğun bir duygu yaşatan bir olayı hatırlamaları ve bu durumda ne hissettiklerini, müşteriye nasıl bir duygusal tepkide bulduklarını hatırlamaları istenmiştir. Bu çalışmanın sonucuna göre müşterilerle ilişki sırasında hissedilen ve yansıtılan duygular sıralamasında mutlu – neşeli hissedilenlerin yüzdesi sadece %3.95, iş arkadaşlarıyla ilişki sırasında hissedilen duygulara göre de %5.67 olmuştur (Solmuş, 2007).

Günümüz dünyasında bireyler en çok zamanı çalışırken harcadığı için çalışanların duygusal durumlarına daha fazla önem verilmelidir. Bu nedenle duygular iş hayatının içinde yer alır ve iş hayatının ayrılmaz parçasıdır. Örneğin; mutsuz bir birey iş ortamında meydana gelen olayları olumsuz bakış açısıyla algılama ve yorumlama eğiliminde olduğu için yaşadığı yoğun duygusal gerilimi ve temelde kendisi ile ilgili olan inançlarını (ne zaman neyi becerdim ki zaten ya da benden iş çıkmaz, ben böyleyim gibi) besleyeceği için mutsuzluk ve iş tatminsizliği yaratacaktır. Koşullar ne olursa olsun olumsuz duygulanıma sahip mutsuz çalışanlar yaşama dair olumsuz algı ve beklentileri nedeniyle olumlu duygulanıma sahip mutlu çalışanlar kadar mutlu olmayacaklardır. Daha mutlu ve doyumlu bir iş yaşamı için koşulların değişmesi yeterli değildir. Önemli olan kişinin koşullara karşı gösterdiği algı, beklenti ve inançlardır yani kişiye ait özelliklerdir. İş yaşamı açısından bakıldığında olumsuz duygulanıma sahip çalışanların, yoğun olarak iş-özel yaşam dengesini kuramadıkları ve sık sık çatışma yaşadıkları, buna bağlı olarak özellikle iş performanslarının olumlu duygulanıma sahip çalışanlardan daha düşük olduğu, işten kaç eğiliminde oldukları ve başarı konusundaki güdülerinin de düşük olduğu görülmektedir. Myers ve Diener’a (1995) göre mutluluğun en önemli belirleyicileri olumlu bakış açısına sahip olma, olumsuz bakış açısına sahip olmama, hayattan memnun olma bileşenlerine ek olarak kendini gerçekleştirme, kişisel gelişimini sağlayabilme ve hayata dair amaç ve hedeflerine ulaşmak için çaba sarf etmesidir (Kaya, 2010).

### 2.1.5 Mutluluğu Etkileyen Değişkenler

Mutluluk hali zihinlerimiz tarafından üretilir ve kişinin içinden gelir. Mutluluğa etki eden dış etkenler, objeler ve durumlar olsa da bunlar kişinin mutlu olmasının sebebi değildir. Mutluluğunun sebebi bu obje, durum ve etkenlerle ilgili kişinin hissettikleri ve düşündükleridir. Basit iki örnek konuyu açıklamamıza yardımcı olacaktır: Binlerce insanın spor etkinliğini izlediği bir stadyumda maç bittiğinde, tuttıkları takım kazanan kişiler mutlu olurken, yenilenler ise mutsuz olmaktadır. Spor müsabakasının sonucunda mutlu ya da mutsuz olmak dışarıda olan olaylara karşı içsel tepki vermemizden kaynaklanır. Mutluluk da mutsuzluk da etkinliğin içinde var olan şeyler değildir. Eğer etkinliğin içinde var olsalardı, maçı izleyen herkes maç sonucunda aynı şeyi hissederdi. Oysaki her insanın mutlu ya da mutsuz olma durumunu belirleyen etken olaylar değil, olayların insanlara ne ifade ettiğidir. Bu örnekte olduğu gibi hayata ki diğer olaylar da bu şekilde işlemektedir. Olayın kendisi mutluluğun belirleyicisi değildir, olayları yorumlayan zihnimizin durumudur (Prentiss, 2013).

Vanderberghe (2011) tarafından 170 kişiyle yapılan araştırma sonucuna göre, işyerinde çalışanları strese sokacak belirsizlik, çatışma ve aşırı iş yükü durumlar çalışanların iş tutumları (duygusal bağlılık ve iş tatmini) üzerinde negatif etki yaratmaktadır. Bu etki aynı zamanda çalışan bağlılığını da düşürürken, işten ayrılma oranını da arttırmaktadır. Özellikle işe yeni başlayan çalışanların mutsuz olmasına ve hatta işten ayrılma kararı almalarına bile sebep olmaktadır. Araştırmada yeni işe başlayan 170 çalışana işe ilk başladıklarında, ikinci ve üçüncü aylarında aynı değerlendirme uygulandığında, işyerinde yaşanan rol çatışması ve aşırı iş yükünün çalışanın duygusal açıdan mutsuz olmasına ve bağlılıklarının azalmasına, işten ayrılma isteklerinin de artmasına sebep olduğu sonucuna ulaşılmıştır. İşe yeni başlayanlarda heves, istek ve mutluluk yüksek iken zamanla iş yükünün ve belirsizliklerin artması ve yaşanan rol çatışması nedeniyle mutlulukları, hevesi ve çalışma istekleri azalmaktadır. Çalışanların iş yükünün ve rol çatışmalarının artması mutluluklarını ve duygusal bağlılıklarını düşürürken, organizasyonların işten ayrılma oranlarını da olumsuz yönde etkilemektedir (Vanderberghe, 2011).

Majidi vd.'in (2012) 116 çalışan katılımıyla yaptıkları araştırma sonucuna göre stres ve çalışan mutluluğu arasında negatif bir ilişki vardır. Çalışanların stresi arttıkça mutlulukları düşmekte, aksine mutlulukları arttıkça da stresleri azalmaktadır (Majidi vd., 2012).

Yurtseven (2003) tarafından yaşam kalitesi ve mutlulukla ilgili olarak gerçekleştirilen araştırmada en önemli mutluluk kaynakları sırasıyla; sağlık, kişisel ilişkilerde uyum, yaşamla barışık olmak, çalışma yaşamında başarı, kendini gerçekleştirme, sevinç ve olumlu etkiler, maddi ihtiyaçların tatmini, saygınlık ihtiyacı ve başkalarının yaşattığı mutluluk olarak belirlenmiştir (Yurtseven, 2003).

Mutluluğu etkileyen kriterlerin neler olduğu konusunda literatürde kuramcıların öne sürdüğü pek çok farklı görüş vardır. Sabit nokta kuramına göre, mutluluğun belirleyicisi büyük oranda genetik ve kişilik özellikleridir (Doğan, 2013). Sabit nokta kuramına göre bireylerin mutluluklarının sabit bir düzeyi vardır ve bireylerin mutlulukları uzun süreli olarak incelendiğinde mutluluklarının bir kararlılık gösterdiği ve çok az değişim gösterdiği görülür (Eryılmaz, 2009). Bu kurama göre genetik ve kişilik özellikleri değiştirilmesi mümkün olmayan ve sürekliliği olan faktörler olduğu için bireylerin mutlulukları çeşitli yaşam olaylarından etkilense bile belli bir süre sonra tekrar eski düzeyine gelecektir. Mutluluğa karamsar bir bakış açısı olarak değerlendirilebilecek bu kurama göre mutluluk genetik ve kişilik özelliklerine bağlı ise hangi kişilik özelliklerinin mutluluğa etkisinin olumlu yönde olacağı konusunda çeşitli araştırmalar yapılmıştır (Doğan, 2013).

Mutluluk üzerinde etkili olan değişkenler; kişisel (duygusal kontrol, iyimserlik, sosyal girişkenlik, yeniliğe açıklık, empati, iç kaynaklı güdülenme, eleştirel düşünme, özgüven, öz yeterlilik, benlik saygısı), sosyal (sosyal destek) ve çevresel (kültür, teknoloji) olarak üç ana başlık altında toplanabilir. Kişiden kişiye öznel iyi oluşu etkileyen değişkenler farklılık gösterebilir ancak günümüze kadar yapılan tüm araştırmalar mutluluk için en temel gereksinimin ilgi ve sevgi olduğunu göstermiştir (İslamoğlu, 2010).

### 2.1.5.1 Sosyal İlişkiler'in Mutluluk Üzerindeki Etkisi

Mutluluğun üç haftalık bir bebekte bile kendisini göstermesi, yaklaşık 4 veya 5 haftalık iken mutluluğun yüz hatlarından belli olması hazzın temelde sosyal bir yönü olması ve sosyal etkileşimin veya sosyal ilişkilerin mutluluğun ortaya çıkmasında en önemli etken olduğunu ortaya koyar. Bebeklikten çocukluğa, çocukluktan ergenliğe ve ergenlikten yetişkinliğe yaşam evremizde yer alan her süreçte sosyal çevremizde gelişmektedir. Çevresel olgular ve farklı rollerin getirdiği farklı sorumluluklar mutluluğumuz üzerinde etkili olur. Örneğin; eş, evlat, ebeveyn, arkadaş ya da komşu gibi birbirinden farklı rollerde birey sevilip, değer görüyorsa ve gerektiğinde yardım görüyorsa kendini güvenli ve mutlu hissedecektir. Aksine, sosyal ilişkileri bozuk ya da yetersizse birey olumsuz duygular karşısında endişe, çaresizlik ve değersizlik hissedecektir (İslamoğlu, 2010).

Küçük, büyük veya dolaylı çevrelerde mutlu insanlar ile günlük olarak etkileşimde olan insanlar daha mutludur. Yani mutluluk bulaşıcıdır. Arkadaşlar ve geniş sosyal ağlar kişilerin mutluluğunu etkiler (Hefferon, Boniwell, 2014).

Kişilerin karşılıklı olarak birbirlerinde herhangi bir duyguyu tetiklemesi hislerin kişiden kişiye yayılmasını sağlayan güçlü mekanizmanın kanıtıdır. Bu şekildeki bulaşmalar görünürde yapılan iş ne olursa olsun insanlarla yaşanan her türlü karşılaşmaya eşlik eden duygu alışverişini temsil etmektedir. Örneğin; yerel bir süpermarkette çalışan bıcı bıcı ve neşeli bir şekilde konuşan bir kasiyer herkesi güldürmeyi başarır hatta en asık suratlılar bile marketten gülümseyerek ayrılır. Bu kasiyer örneğinde olduğu gibi zeitgeber'lerin yani biyolojik ritmimizi kendilerine uyduran doğal güçlerin duygusal muadili gibi etki yapmaktadırlar. Bu şekilde bir duygusal bulaşma trajik bir film seyredenlerin gözlerinin yaşarması gibi görünür şekilde olabildiği gibi bir iş toplantısında ortamın gerginleşmesi gibi belli belirsiz bir biçimde ve aynı anda birçok insan arasında meydana gelebilir. Kişiler bu duygusal bulaşmanın gözle görülür sonuçlarını kolaylıkla algılayabilirken duyguların tam olarak nasıl yayıldığını büyük ölçüde gözden kaçırmazlar. Duyguların bulaşması beynin alt yolu diyebileceğimiz kendiliğinden ve hiç gayret sarf etmeden muazzam bir hızda bilinçaltımızda çalışan devrelerden oluşur. Alt yol amigdala ve benzeri otomatik

nodüllerden (düğümlerden) geçen sinir devrelerini kullandığı için bir duygu kişiden kişiye sessizce ve farkına varılmadan geçebilir (Goleman, 2007).

İnsanlara kendilerini neyin mutlu ettiğini sorduğumuzda ve yaşamdaki değerli şeylerin sıralamasını yaptıklarında meslek, kişisel başarılar ve maddi varlıklardan önce sevdikleri insanlar ve kurdukları ilişkilerden söz ederler. İnsanların kurduğu ilişkiler en büyük mutluluk kaynağı olduğu gibi bazen de stres kaynağı olabilir (Burger, 2006).

Kraut ve Johnston (1979) yaptıkları araştırmayla kişilerin başkalarıyla birlikte olduklarında yalnız olduklarından daha fazla mutluluk gösterdikleri sonucuna ulaşmışlardır. Kişiler yalnızken mutlu olsalar da mutluluklarını sadece bir gülümseme ile gösterirken, topluluk içinde mutlu olduklarını gösteren birçok hareket yapmaktadır. Bunun yanında yalnızken hiç gülmedikleri bir olaya başkalarıyla birlikte iken gülebilmektedirler. (Carlson ve diğerleri, 2007).

Kişinin iş, aile ve özel yaşamında kuracağı sağlıklı ilişkiler, çevreye duyduğu güven ve gerekirse çevresinden destek göreceğine inanması kişinin kendini mutlu olarak değerlendirmesini sağlar. Sosyal çevreyle kurulan güçlü bağlar mutluluk ve iş tatminini arttırmanın yanı sıra yaşanan olumsuz olaylar karşısında da kişilerin kendilerini daha çabuk toparlamalarını sağlar (İslamoğlu, 2010).

Karahan vd. (2007) tarafından üniversite öğrencilerinin stresle başa çıkma tarzlarının, sosyal beceri düzeylerine ve mutluluk algılarına göre anlamlı düzeyde değişip değişmediği incelemek amacıyla 1276 katılımcıyla yapılan araştırma sonucunda, sosyal beceri düzeyi düşük olan öğrencilerle kendini genel olarak mutsuz hisseden öğrencilerin stresle başa çıkmada çaresiz yaklaşımı daha çok kullandıkları bulgusuna ulaşılmıştır. Sosyal beceri düzeyi yüksek olan öğrenciler ve kendini genel olarak mutlu hisseden öğrencilerin ise stresle başa çıkmada kendine güvenli yaklaşımı daha çok kullandıkları saptanmıştır. Araştırmada ayrıca kendini mutlu hisseden öğrencilerin sosyal beceri düzeylerinin, kendini mutsuz hisseden öğrencilere göre daha yüksek olduğu görülmüştür. Araştırma sonucuna dayanarak sosyal beceri düzeyi düşük olan ve kendini mutsuz hisseden öğrencilerin, stresle başa

çıkımda kendilerini daha güçsüz ve çaresiz hissettikleri ve psikolojik yardıma daha çok ihtiyaç duydukları ileri sürülebilir (Karahana vd. ,2007).

Daniel Kahneman (2004) deneyim örnekleme yöntemiyle insanların gün boyunca mutluluklarını irdelemiştir. Kişilerden gün içinde kiminle, ne yapıyor oldukları ve ne kadar mutlu olduklarını yazmaları istenmiştir. Yapılan bu araştırma sonucuna göre kişiler başkalarıyla beraberken en mutlu yalnızken ise en mutsuzdur. Kişileri en mutlu eden etkinlik çoktan aza doğru sıralandığında: işten sonra sosyalleşme, rahatlama, akşam yemeği, öğle yemeği, televizyon izleme, işte sosyalleşme, evde telefonla konuşma, yemek yapma, çocuk bakımı, ev işleri, çalışmak, işten dönüş, işe gidiştir (Hefferon, Boniwell, 2014).

Harvard Üniversitesinden Robert D. Putnam'a göre kişinin kulüp veya sosyal aktivitelere düzenli katılımı, kişinin gelirinin iki katına çıkması ya da üniversiteden mezun olmasıyla aynı seviyede mutluluk artışı sağlamaktadır. Arizona eyalet üniversitesinden Chris M. Herbst'e göre de bu şekilde kurulan sosyal bağlantılar sadece kişinin mutluluğuna değil sağlık durumları üzerinde de olumlu etki yapmaktadır (O'Connell, 2014).

Delivering Happiness at Work (İşyerinde mutluluk dağıtmak) adlı web sitesinin ziyaretçileri arasında 2013 yılında yapılan anketin sonuçlarına göre küçük şirketlerde çalışanlar 1000 ve üzeri çalışanı bulunan büyük kuruluşlarda çalışanlara göre %25 daha mutludurlar. Çalışan sayısının daha az olduğu küçük şirketlerde çalışanlar arasında daha fazla temas kurma imkanı olduğu için sosyal ilişkiler de daha kuvvetlidir. Aynı araştırmanın bir başka çarpıcı sonucu da başka kişileri denetlemenin (denetlenmenin tersine) daha fazla mutluluk getirmesidir (O'Connell, 2014).

İnsanların mutlu olabilmeleri için hem kendileriyle hem de çevreleriyle barışık olmaları ve diğer insanlarla, sevgiye dayanan ilişkiler kurmaları gerekir. Ayrıca kendine ve topluma yararlı olan eylemler yapmalı, kendi hayatını ve başkalarının hayatını ellerinden geldiği ölçüde iyiye, doğruya ve güzele yöneltmeye çalışmalıdırlar (Alain, 1990). İnsan bunun tersine toplumdan uzak ve ayrı kalırsa yaşamı çekilmez bir hale dönüşür. Başka insanlarla ya da düşüncelerle

bütünleşmemeye devam ederse yani bu kaostan kurtulmazsa çıldırabilir. İnsanın içindeki en güçlü istek olan birbiriyle yakınlaşma isteği, insanın yaşadığı topluma uyum göstermesini sağladığı gibi insanın huzuru bulmasına da yol açar (Fromm, 2003).

#### **2.1.5.2 Sosyal Desteğin Mutluluk Üzerindeki Etkisi**

İnsanlar toplumsal varlıklar olduğu için en küçük yaşam olaylarında bile birbirlerine ihtiyaç duyarlar. İnsanların psikolojik, biyolojik ve sosyal açıdan gelişmeleri için küçük ya da büyük bir çevre gereklidir. Bireyi sarmalayan bu çevre onun için en önemli mutluluk kaynaklarından biridir. İnsanlar çevreleriyle etkileşime girdiklerinde, yakınlarıyla birlikte olduğunda veya dostluklarını ilerlettiklerinde mutlulukları da artmaktadır. Bireyin yer aldığı çevreden pozitif tepki alması veya pozitif tepki vermesi de mutluluğu arttırmada etkili olmaktadır. Eryılmaz ve Yorulmaz'ın (2006) yaptıkları araştırmayla, insanlarla olumlu ilişkiler içinde olma, saygı ve sevgi görme, haz arama ve olumlu akademik deneyime sahip olma, romantik yakınlık içinde olma, mutluluğu koruma ve olumsuz duyguları kontrol etme eylemlerinin ergenlerin mutluluğunu arttırdığını belirlemişlerdir (Eryılmaz ve Aypay, 2011).

Çevrelerinde güvenebilecekleri, kendileri ile ilgilenen, değer veren ve onları seven kişilerin varlığını hisseden bireyler sosyal destek sistemi içinde bulduklarını düşünürler. Sosyal desteğin kişilerin mutluluğu üzerinde iki önemli etkisi vardır. Birincisi, belirli bir çevre içinde, aile, akraba, dost ve akrabalarıyla gündelik ilişkilerinde çevre tarafından kabul gören ve sevildiğini bilen kişilerin yaşam tatmini olumlu etkilenmektedir. Birtakım olumsuz olaylar karşısında tek başına mücadele etmek yerine çevreden destek almak, dost ve akrabaların gerekli kaynağı yaratması da tampon bir etki yaratır. Örneğin; 2008 yılında yaşanan ekonomik kriz sonrasında bazı firmalar işten çalışan çıkarmak durumunda kalmışlardır. Çalışanların işine son vermek durumunda olan firmalardan bazıları, işten çıkardıkları çalışanlara yeniden yerleştirme (outplacement) hizmeti sağlamışlardır. Bu hizmet sayesinde çalışanlar işten ayrılmanın getirdiği olumsuz ruhsal durum ile daha kolay başa çıkabilmiştir. Bunun yanında işten çıkartılmayıp firmada kalanlar için de kazazede sendromu



denilen iş ve kurumla ilgili olumsuz tutum geliştirme sorununu engellemiştir. Bu kurumlarda işten ayrılan ve işte kalanlar arasında yapılan araştırmalarda çalışanlara kendilerini nasıl hissettikleri sorulduğunda alınan cevap çalışanların kendilerine değer verildiği ve kurumun destek vermesinin moral olarak da kendilerini güçlendirdiği ve kuruma olan güvenlerinin artmasına sebep olduğudur (İslamoğlu, 2010).

Yürümeye başladıkları andan itibaren tüm çocuklar birbirleriyle birlikte olmaktan hoşlanırlar. Birlikte olma gereksinimi geniş bir oyun alanının bir yerinde bir araya gelen küçük çocuklarda kolaylıkla görülebilir. Çocuklardaki birlikte olma gereksinimi kısmen merak ve kurcalama güdüsü ile desteklenir. Birlikte olma gereksinimi korku ile de ilgilidir. Doktor Gregory Zilstein bu konuda bir deney yapmıştır. Doktor elektrik şokunun önemi üzerine kısa bir konuşma yaptıktan sonra bir grup deneye onları kaygılandırmak üzere hazırlanmış yönergeyi verir ve kendilerine acı verecek fakat zararlı olmayan şoklar uygulayacağını söylemiştir. Diğer gruba ise daha hafif şoklar verileceğini aktarmıştır. Deney başlamadan önce de bir süre beklemeleri gerektiğini isterlerse sınıfın yanında yalnız olarak isterlerse de diğer deneklerle bekleyebilecekleri söylenmiştir. Doktor deneklerin şoka ilişkin kaygılarını ve yalnız ya da başka bir denekle birlikte bekleme tercihlerini değerlendiren bir anket doldurmalarını istemiştir. Sonrasında deneklere deneye devam etme veya terk etme seçenekleri sorulmuştur. Tüm denekler kararını verdikten sonra deney sona ermiştir. Sonuçta acı verici şok alacakları bildirilen deneklerin yaklaşık üçte biri deneyi tamamlamayı istememiştir. Diğer gruptan ise vazgeçen olmamıştır. Bu sonuç kaygı yaratan yönergenin seçim üzerinde etkili olduğunu gösterir. Bu grupta bulunan 32 denekten 20 si başka bir denekle beklemeyi seçerken ikinci gruptaki 30 denekten sadece 10 u başkasıyla beklemeyi seçmiştir. Yani başkalarıyla birlikte olma isteği kayı ya da korkuyla direk ilişkilidir. Günlük gözlemlerimiz de bu deneyin sonucunu desteklemektedir. Zor durumda olan güçlük çeken insanlar diğer insanlarla birlikte olma eğilimi gösterirler. Bunun başkalarıyla birlikte olma güdüsünde tek etken olup olmadığı bilinmese de etkilediği görülmektedir (Morgan, 2011).

### 2.1.6 Mutluluğu Etkileyen Faktörler

Mutluluk üzerinde etkili olan değişkenler olduğu gibi kişinin bilişsel ve duygusal olarak mutluluğunu etkileyen mutlu veya mutlu olma durumunu belirleyen faktörler de bulunmaktadır.

Komik reklam filmleri gibi anlık keyifler veya güzel bir randevu gibi kısa süreli keyif ve eğlenceler veya iyi bir ilişki gibi uzun süreli keyiflerden kaynaklanan mutluluk genellikle gülümseme veya gülme ile ifade edilir. Beynin içinde yer alan amygdala bir fıkra gibi mutlu olayların hatırlanması ve mutlu yüz ifadelerinin fark edilmesi ile ilgilidir. Mutluluk ile ilgili beyinde bir de ödül/zevk merkezi vardır. Yapılan araştırmalara göre yemek yemek, romantik bağlılıklar geliştirmek, güzel müzik dinlemek gibi davranışların beynin ödül/zevk merkezini harekete geçirerek kişinin kendini mutlu ve keyifli hissetmesini sağladığını ortaya çıkarmıştır. Örneğin; büyük bir ikramiye kazanan bir kişinin beynindeki ödül/zevk merkezi harekete geçer ve amygdalasına da mutlu bir olay olarak kaydedilir. Yüklü bir para kazanmak aynen kişilerin alışveriş yaparken hissettiği gibi anında mutluluğu tetiklese de birkaç ay sonra hala mutlu olmasını sağlayamamaktadır. Piyangoda kazanan birçok kişi gibi paranın hayatı kolaylaştırabildiğini ancak uzun süreli mutluluğu satın alamadığını fark ederler. Yapılan araştırmalarda piyangoda büyük para kazanan kişilerin 1-12 ay sonra elde ettikleri maddi güvenlik, yeni mallar, daha fazla boş zaman ve erken emeklilik gibi olumlu gelişmelerden bahsederken mutluluklarını derecelendirmeleri istendiğinde piyango kazanmadan önceki döneme göre daha mutlu olmadıkları görülmüştür. Piyangoda para kazanmanın getirdiği mutluluğun etkisini neden devam ettirmediği uyum düzeyi teorisi ile açıklanabilir. Bu teoriye göre para, iş, araba, diploma gibi büyük şanslar elde etmeye çok çabuk alıştığımız ve büyük şansların çok kısa süre içerisinde kanıksadığımız savunulmaktadır. Bu nedenle de iyi şansın ilk başta yarattığı etki zamanla azalır ve uzun süreli mutluluğumuz üzerinde etkisini kaybeder. Örneğin piyangoda para kazandıktan 3 hafta sonra oğlu dünyaya gelen bir kişi için piyangoda para kazanmak çok heyecan verici olsa da yeni doğan oğlu ile asla karşılaştırılmaz seviyededir. Yapılan araştırmalara göre mutluluk sabit bir durum değildir ve daha fazla para, araba, kıyafet veya terfiden kaynaklanmaz. Bu tür başarılar uyum düzeyi teorisinde de savunulduğu gibi zamanla duygusal etkilerini yitirir (Plotnik, 2009).

Uyum kuramına göre, bireyler başlangıçta yeni koşul ve olaylara tepki verirken zamanla olaylara ve koşullara alışacakları için başlangıç seviyelerine geri döneceklerdir. Olaylar bireyler de mutluluk ve mutsuzluk yaratsa da zamanla etkilerini kaybederler (Eryılmaz, 2009).

Mutluluk basit, günlük olayların, insanların veya durumların keyfini çıkarmak için sarf edilen çaba ile bağlantılı olan sürekli bir süreçtir. Günlük küçük sevinçler, kişisel hedeflerin izlenmesi, bir anlamlılık anlayışının geliştirilmesi, yakın ilişkilerin yaşanması ve kişinin kendisini başkalarının yaptıklarıyla değil kendi yaptıkları ile ölçmesinden mutluluk oluşur. Piyango kazandığı için çok sevinen bir kişinin çocuğu olduğunda yaşadığı mutlulukla kıyaslanamaması örneği bu durumu açıklamaktadır. Kişinin bireysel mutluluk kurulum noktası bazı insanların genel olarak daha mutlu olmasının sebebidir. Her kişinin belli bir düzeyde mutluluk yaşamak üzere bir kurulum noktası vardır. Bu kurulum noktası bazıları için daha düşük bazıları içinse daha yüksektir. Zaman zaman mutluluk artıp azalmasına rağmen genellikle kişinin kurulum noktasına geri döner. Yapılan araştırmalara göre kişinin mutluluk seviyesi yarı yarıya olumlu ve olumsuz bilişsel ve kişisel özelliklerin gelişmesine etki eden, miras alınmış veya genetik etkilerden, yarı yarıya ise kariyer, ilişki ve maddi durum gibi çeşitli çevresel faktörlerden kaynaklandığını göstermektedir (Plotnik, 2009).

Kişilerin mutluluk seviyesine uzun süreli olumsuz etki eden tek yaşam deneyimi bir eşin ölümü ve uzun süreli işsizliktir. Yapılan araştırmalar bu gibi sorunlar yaşandığında önceki mutluluk seviyesine dönmenin yaklaşık 5-7 yıl süreceğini öne sürmektedirler. 130000 den fazla birey birçok yıl takip edildiğinde, 1 yıldan daha uzun süre işsiz olan erkeklerin önceki mutluluk seviyelerine geri dönemedikleri sonucuna varılmıştır. (Hefferon ve Boniwell, 2014).

Krause (2013) tarafından işsizlik ve mutluluk arasındaki ilişkiyi incelemek amacıyla 2 yıl süresince yapılan araştırmada işsizliğin mutluluk üzerinde “u” şeklinde bir etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Yani işsizlik mutsuzluk seviyesinde öncelikle ani bir düşüşe neden olmakta ama zaman ilerledikçe kişi işsizlik durumuna alışmaya başladığı için mutluluk seviyesi de yavaş yavaş eski haline dönecektir. Sadece erkeklerde işsizlik mutluluk seviyesi üzerinde daha fazla bir etkiye sahiptir.

Bunun nedeni de erkeklerin aile babası olarak para kazanma ve ev geçirme sorumluluğunu üzerlerinde hissetmeleridir. Bu araştırmada elde edilen diğer bir sonuçta, mutlu insanların iş olma olasılığının daha yüksek olduğu ve iş bulma sürelerinin de daha kısa olmasıdır (Krause, 2013).

Mutluluğun belirleyicilerinin ne olduğu ve bunların ulaşılabilir olup olmadıklarını belirlemek amacıyla Lyubomirsky, Sheldon ve Schkade (2005) tarafından bu konuda yapılan tüm araştırmaların meta-analizi yapılarak mutluluğu belirleyen  faktör olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Birinci faktör, yaş, cinsiyet, eğitim düzeyi, yaşanılan yer gibi demografik değişkenlerden oluşan ve mutluluğu %10 oranında etkileyen yaşam şartlarıdır. İkinci faktör, mutluluğu %50 oranında etkileyen genetik faktörlerdir. nc faktör ise, mutluluğu %40 oranda etkileyen iyilik yapmak, mutlu olmaya yönelik doğrudan faaliyetler, dini inancın gereğini yerine getirmek, sosyal ilişkileri geliştirmek, egzersiz yapmak, olumlu düşünmek gibi öğrenilebilen ve geliştirilebilen amaçlı etkinliklerdir (tok, Doğan ve Sapmaz, 2013).

Kişisel gelişimcilerin birçoğu da mutluluğu genellikle sosyal kazanımlara bağlayarak kişilerin mutluluktan anladıkları, mutluluğu nerelerde aradıkları yani kısaca mutluluğa bakış açıları ve nelerin mutluluk düzeyleri ile ilişkili olduğu konusunda da araştırmalar yapmaktadır (Bülbül ve Giray, 2011).

Yaş, cinsiyet, eğitim ile mutluluk arasındaki ilişkiye bakıldığında; yaşlı kişilerin daha ge olanlar kadar mutlu oldukları sonucuna ulaşılmıştır. Erkekler ve kadınların mutluluk düzeyleri arasında ise anlamlı bir fark yoktur. Yüksek mutluluğa sahip olan kişiler daha düşük oranlara sahip olanlara göre daha yüksek eğitimsel kazanıma sahip olma eğilimi göstermektedir. Genetiğin kişilerin mutluluğu üzerinde kuvvetli bir etkisi vardır. Yapılan araştırmalar sonucunda kişilik özelliklerine göre yaşam doyumunda ngrsel değişkenlik bulunmuştur. Dinamik denge kuramına göre; kişiliğin duygusal tepkilerin temel hatlarını belirlediği savunulur. Olaylar bizi kısa dönemde etkilese de zaman içerisinde genetik denge noktamıza geri döneriz. Ayrıca ev yaşamında mutlu olan insanların işte de mutlu olma eğiliminde oldukları savunulmaktadır. Bu da iş/serbest zaman arası yani durumlar arası tutarlılığı gösterir (Hefferon, Boniwell, 2014).

Bazı araştırmacılar mutluluğun doğası ve kaynağına ilişkin doğruluğu onaylanmayan bir takım görüşler sıralamışlardır. Bunlardan bazıları aşağıda yer almaktadır (Furnham, 2014):

- Mutluluk kişinin başına gelen şeylerin niteliğine ve niceliğine bağlıdır.
- Eskisine göre insanlar daha mutsuzdur.
- Ciddi fiziksel engelleri olan kişiler daima daha mutsuzdur.
- Hayatın baharındaki gençler yaşlılara göre daha mutludur.
- Evli çiftlerin mutluluğu çocuklarla birlikte artar.
- Çok para kazanmak kişileri uzun vadede daha mutlu eder.
- Erkekler kadınlara göre genellikle daha mutludur.
- Mutluluğun peşinde koşan mutluluğu kaybeder.

Minnesota niversitesi'nden emekli Profesör David Lykken “*Daha mutlu olmaya çalışmak belki de daha uzun olmaya çalışmak kadar nafiledir.*” diyerek mutluluğun kalıtsallığı fikrini teşvik etmiştir. Lykken şimdiye kadar yapılmış en kapsamlı karşılaştırmalı ikizler araştırmasını yaklaşık 1500 çift yetişkin ikizle birlikte yapmıştır. Katılımcıların 700 ifti tek yumurta ikizi yani genetik materyalleri aynıydı. İvizler birbirlerinin cevaplarından haberleri olmadan anket sorularını yanıtlamışlardır. Anket sonucuna göre tek yumurta ikizleri çift yumurta ikizlerinden (farklı genlerle doğanlar) ok daha fazla sıklıkta benzer cevaplar vermişlerdir. Bu sonuçta mutluluğun genetik olarak etkilenebileceğinin bir kanıtıdır. Genler herhangi bir hastalığın başlamasını veya rotasını etkiledikleri gibi mutluluğu etkileyebilir veya mutsuzluk getirebilirler. Fakat genler sürekli aynı şeyi yapan bir bilgisayar programı gibi işlemediği için bu tip u vakalardan genel olarak tüm popülasyona değer biçmek mümkün değildir. İnan organizmasında belirli bir genin etkisi büyük lde dış dünya ile etkileşimine bağlı olduğu için beyin ve sinir sistemi kadar gen işleyişi de çevrenin dürtülerinden etkilenir. Sonuç olarak bedenin tüm bu parçaları mutluluğu ve mutsuzluğu belirler (Tarhan vd., 2014).

Bilişsel ve duygusal olarak öznel iyi olmayı etkileyen faktörler araştırmacılar tarafından uluslararası düzeyde geniş örneklem büyüklükleriyle sistematik olarak incelenmiştir:

- 1. Cinsiyet:** Mutluluk ve cinsiyet arasında ilk tespiti yapan Wilson her iki cinsiyetten bireylerin de mutlu olabileceği ve cinsiyetin mutluluk üzerine etkili olmadığı sonucuna ulaşmıştır. Son zamanlarda yapılan farklı çalışmalarda da (Cristoph ve Noll, 2003; Suhail ve Chaudhry, 2004; Tan ve vd., 2006) elde edilen bu sonuç desteklenmiştir. Diener ve Diener (1995) tarafından 31 ülkede bulunan 49 farklı üniversiteye mensup 17-25 yaş arasındaki 13118 öğrenci ile yapılan çalışmada mutluluğun kadın ve erkekler arasında anlamlı düzeyde farklı olmadığını göstermiştir. Yazında mutluluk ve cinsiyetin arasındaki anlamlı ve olumlu ilişkiyi bulan çalışmalar olsa da, kadın ve erkeklerin mutluluk düzeylerinde anlamlı bir farklılaşmanın olmadığı ve kadın ya da erkek olmanın mutluluğun önemli bir belirleyicisi olmadığı sonucuna ulaşılmıştır (Kangal, 2013).
- 2. Yaş:** Stock vd. (1983) yaş ve mutluluk arasındaki ilişkiyi inceleyen yayınlanmış 221 adet çalışmanın metaanalizini yaparak yaşın öznel iyi olmanın %1 inden fazla bir bölümünü açıklamadığı sonucuna ulaşmıştır. Bu analiz sonucunda yaş ile öznel iyi olma arasındaki korelasyonun sıfıra yakın olduğu ve bu sonucun ilişkiye giren diğer değişkenler denetlense de denetlenirse de aynı olduğunu kanıtlamışlardır. Öznel iyi olma ve yaş arasındaki ilişkiyi büyük örnekleme inceleyen Diener ve Suh (1997), 40 farklı ülkeden yaşları 20 ile 80 arasında değişen yaklaşık 60000 yetişkin ile yaptıkları çalışmada ölçülen 3 öznel iyi olma bileşeninden sadece olumlu duygunun yaşla birlikte azalma gösterdiği, olumsuz duygunun tüm yaş grupları arasında çok az bir değişim sergilediği, yaşam doyumunun ise ilerleyen yaşlara doğru az bir artış eğilimi gösterdiği sonucuna ulaşmışlardır. Bazı yazarlar (Conceição ve Bandura, 2008) yaşlı insanların gençlerden daha mutsuz olduğu yönündeki görüşleri desteklerken bazıları da (Tan ve vd., 2006) yaşlı insanların hayatta daha çok şey başarması ve düzenli bir gelire sahip olmaları gibi nedenlerle daha mutlu olduklarını ifade etmektedir. Başka bir görüşe göre de (Blanch, Flower ve Oswald, 2004) yaş ve öznel iyi olma

arasında “U” şeklinde bir ilişki olduğunu savunmaktadırlar. Yani öznel iyi olma gençken en yüksek, 30 ya da 40 yaşlarda en düşük ve sonra tekrar yükselen bir değere sahip olmaktadır (Kangal, 2013).

Mutluluk ve yaşam kalitesi arasındaki ilişkiyi orta yaşlı ve yaşlı bireyler (50 yaş ve üstü) bazında incelemek amacıyla Wikman vd. (2011) tarafından 11.523 katılımcıyla yapılan araştırma sonucunda, hastalıkların ilerleyen yaşlarda bireysel mutluluğu etkilediği ve kişileri depresyona soktuğu, bunun yanında pozitif duygulara sahip ve mutlu olan bireylerin hastalıklarla başa çıkmada daha başarılı oldukları, kanser, diyabet vb. kronik hastalıklar karşısında bile mutluluklarını koruyabildikleri bulgularına ulaşılmıştır (Wilkman vd., 2011).

Öznel iyi oluşun her yaşta birey için ne kadar önemi varsa yaşlılar için de aynı derecede önemli olduğunu savunan Eryılmaz ve Aypay (2011) 218 yaşlı birey (yaş ortalaması 67,60 olan) üzerinde yaptıkları araştırma sonucunda yaşlıların algılanan kontrol düzeyinin yükselmesine bağlı olarak sorumluluk düzeyleri de yükseldiği için öznel iyi oluş düzeylerinin düştüğü bulgusuna ulaşmışlardır. Yaşlıların öznel iyi oluşları üzerinde yalnızlığın da dolaylı etkisi olduğu da anlamlı bulunmuştur (Eryılmaz ve Aypay, 2011).

Yazında yaş ve öznel iyi olma arasındaki ilişkiye yönelik araştırmacılar tarafından bir fikir birliği sağlanamamıştır. Bu nedenle bu iki değişken arasında tutarlı bir ilişki olmadığı yapılan araştırmalar tarafından kanıtlanmıştır (Kangal, 2013).

- 3. Eğitim:** Eğitim ve öznel iyi olma arasında anlamlı bir ilişki olduğunu gösteren yazında birçok araştırma (Diener ve vd. , 1993; Gaygısız, 2010; Zagor Ski ve vd.) vardır. Resmi eğitimle geçirilen süre ile yaşam doyumu arasında olumlu ilişki bulan çeşitli çalışmalar (Blanch Flower ve Oswald, 2004) da vardır. Witter vd. (1984) konu ile ilgili 556 çalışmanın meta analizini yaparak eğitim ile öznel iyi olma arasında olumlu yönde anlamlı bir ilişki olduğunu saptamış ve bu ilişkinin varyansının %1 ile %3 arasında açıkladığını belirtmiştir. Aynı çalışmada eğitim ve öznel iyi olma ilişkisinin

50 yıllık bir zaman dilimi süresince anlamlı bir değişiklik göstermediği sonucuna ulaşılmıştır. Eğitimin öznel iyi olma üzerindeki etkisi araştırmacılar tarafından çoğu kez gelir ve statü ile birlikte olmasına bağlanmıştır. İlgili yazı incelendiğinde eğitim ile öznel iyi olma arasında zayıf bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Kangal, 2013).

- 4. Evlilik:** Evliliğin öznel iyi olma üzerindeki etkisini ilk inceleyen Wilson olmuştur. Daha sonra yapılan birçok araştırmada bu olumlu ilişki tekrar etmiştir. Haring vd. (1985) tarafından bu konudaki 58 çalışma incelenerek yapılan meta analiz çalışması sonucuna göre medeni durum ile öznel iyi olma arasında ortalama 0.14 korelasyon bulunmuştur. Diener vd. (2000) tarafından 42 ülkede 59169 kişi ile yapılan çalışma sonucunda ise medeni durum ile öznel iyi olma arasındaki ilişkinin küçük varyasyonlara rağmen tüm dünyada benzer özellikler gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır. Geniş örneklem büyüklükleriyle yapılan çalışmalarda (Lee vd., 1991; Hayo ve Seirfert, 2003) her iki cinsten evli insanların hiç evlenmemiş, dul veya ayrı yaşıyan insanlardan daha fazla mutlu oldukları sonucuna ulaşılmıştır. Yazında öznel iyi olma üzerinde evliliğin olumlu ve anlamlı etkisini bulamayan az sayıda çalışma (Frijters vd., 2004; Tiliouine vd., 2006) mevcuttur (Kangal, 2013).

Mutluluk ile evlilik ilişkisine bakıldığında daha mutlu insanların evlenme olasılığı ve evli kalma olasılığı daha yüksektir. Bunun yanında mutlu bir evlilikleri vardır. Son dönemde yapılan boylamsal araştırmalara göre evlilikten sonraki ilk 1 yıl bireyler eski mutluluk seviyelerine geri dönmektedir. Evlenmeden önce birlikte yaşıyan çiftler ise diğerlerine oranla daha az memnun olmaya eğilimlidir (Hefferon, Boniwell, 2014).

Yazındaki araştırma sonuçlarına bakılarak evlilik ve aile doyumunun öznel iyi olmanın önemli bir belirleyicisi olduğu söylenebilir (Kangal, 2013).

Çocuk sahibi olma ve mutluluk ilişkisine bakıldığında çocukları olan bireylerin çocuğu olmayanlara göre daha az mutlu oldukları görülmektedir. Ayrıca ilk çocuktan sonra eklenen çocukların ebeveynlerin mutluluk seviyelerinin düşürme eğilimleri vardır (Hefferon, Boniwell, 2014).



**5. Gelir:** Elde edilen gelir ile öznel iyi olma arasında olumlu ilişki olduğunu gösteren fazla sayıda çalışma (Blanch Flower ve Oswald, 2004; Wang ve Vanderweele, 2011) yazında mevcuttur. Daha yüksek gelire sahip olan bireyler temel ihtiyaçlarını karşılama, isteklerini satın alma gibi imkanlara sahip oldukları için düşük gelire sahip olan bireylere göre daha yüksek öznel iyi olma seviyesine sahiptirler. Veenhoven (1994) tarafından 1991 den 1994 yılına kadar 69 ülkede gerçekleştirilen 603 çalışma ve 7838 bulgu incelenip ülke içinde yapılan çalışmalar da bu sonuçlara eklenerek kişisel gelirin mutluluk ile küçük ama anlamlı korelasyonu olduğu sonucuna ulaşmıştır (Kangal, 2013).

Ed Diener ve meslektaşları tarafından Forbes'in en zengin Amerikalılar listesinden 100 kişiye ve birçok kıtadan birçok insan grubuna da uygulanan anket sonuçlarına göre net servetleri 125 milyon doların üstünde olan en zengin Amerikalıların mutluluk seviyeleri rastgele kontrol grubunun biraz üstünde çıkmıştır. Zengin listenin %37'si ortalama bir Amerikalıdan daha düşük mutluluk seviyesine sahiptir (Hefferon, Boniwell, 2014).

Gelirin mutluluk üzerindeki etkisi kesin olmadığı gibi bazı faktörlere bağlıdır. Diener (1984)'e göre mutluluk üzerinde mutlak gelir seviyesinin ötesinde iyi olmayı etkileyen 3 tane varsayım vardır: Birinci olarak gelir sadece aşırı düzeydeki fakirliklerde etkili olmaktadır ve temel ihtiyaçlar bir kere karşılandığı zaman gelir etkili olmamakta, artan refah seviyesi az etki yapmaktadır. İkincisi, gelirle birlikte değişen statü ve güç gibi etkenler gelirin öznel iyi olma üzerindeki etkisinden sorumludur. Bu faktörler bir cemiyet içinde göreceli kavramlar olduğu için gelir arttıkça artmamaktadır. Kişinin elde ettiği gelir içinde yaşadığı sosyal çevreye göre anlam taşımaktadır. Üçüncü olarak, insanlar sosyal karşılaştırma yaparak yani hallerinden ne kadar memnun olduklarını başka insanlarla karşılaştırarak karar verirler (Kangal, 2013).

Collins (2002) tarafından 1965-1995 yılları arasında Fortune 500 listesinde yer alan 1435 şirket arasında yapılan analizler sonucunda "iyiden

mükemmele” dönüşen 11 şirket belirlenmiştir. Bu araştırma sonucuna göre çalışanlara ödenen ücret paketleriyle şirketin iyiden mükemmele dönüşmesi arasında sistematik hiçbir bağlantı bulunmamaktadır. Teşvik sistemleri ve ücret paketlerinin amacı yanlış insanların doğru davranmalarını sağlamak değil öncelikle doğru insanları şirkete kazandırıp sonra da onları bünyede tutmaktır. Yani önemli olan ücret paketinden önce doğru çalışanı işe almaktır. Eğer işletmenizde doğru çalışanlar varsa onlar şirketinizi mükemmel hale dönüştürmek için ellerinden geleni yapacaklardır. Ücret sistemi tembel ve mutsuz çalışanları çalışkan ve mutlu çalışanlar haline getirmeyi amaçlamamalıdır. İnsanlar işletmelerin en önemli varlığıdır şeklinde söylenen atasözü artık eskide kalmıştır. İyiden mükemmele dönüşüm sürecinde en önemli varlık insanlar değil, doğru insanlardır (Collins, 2002).

Yapılan araştırmalara göre şiddetli yoksulluk insanları kesinlikle mutsuz kılarken, büyük bir zenginlik kişinin kendisini iyi hissetmesine çok fazla katkıda bulunmaz. Kişiler maddecileştikçe daha mutsuz olmaktadır. En mutlu kişiler ise hep iyi dostlara sahiptir (Furnham, 2014).

Gelir ve mutluluk arasında erkekler için ilişki varken kadınlar için ilişki yoktur. Evli eşlerden erkeklerin düşük geliri depresyon ile ilgiliyken kadınlarındaki değildir. Bekar kadınlar için düşük gelir depresyonla ilgili iken evli kadınlar için değildir. Yüksek gelir elde etmek ve korumak beraberinde daha çok vakit harcama, boş vakitlere ve sosyal ilişkilere az zaman ayırma gibi bir çok dezavantajı beraberinde getirir. En önemlisi de “Hassal Çark” denen zengin insanların koşullarına uyarlamaya, beklentilerini ve arzularını yükseltmeye zorlayarak mutluluğa zarar verir ve içinde buldukları şartlarda mutlu olmalarını zorlaştırır. Yapılan araştırmalar her ay 5000 dolar kazanmasının bir birey için yeterli olduğu ve bu miktardan daha çoğunun mutluluğu artırmada az etkili olduğunu göstermiştir. Yıllık fazladan kazanılan 10000 dolar mutluluk düzeyini sadece %2 yükseltecektir (Hefferon, Boniwell, 2014).

McBride (2010) tarafından gelir (ücret) ve mutluluk ile ilgili yapılan araştırma sonucuna göre, çalışanlara ödenen ücretin çalışanların mutlulukları

üzerinde çok büyük bir etkisi vardır. Çalışanın beklediği ücret ve gerçekten aldığı ücret arasında fark olması ve beklentisinden daha az ücret alması durumunda ise mutsuzluğu artacaktır. Bu durumda çalışan kendisini diğer çalışanlarla kıyaslayacak ve onların aldığı ücreti biliyorsa özellikle kendisi ile benzer işleri yapan çalışanlarla kıyaslama içine girecektir. Mutluluk ve ücret konusunda literatürde yapılan araştırmaların aksine yüksek ücretin mutluluk üzerinde olumlu bir etkiye sahip olduğu kanısına ulaşılmıştır. Mutluluk ve ücret genel olarak çalışanın beklentisine bağlıdır ve bu beklenti de zaman ve koşullara bağlı olarak değişebilir (McBride, 2010).

İngiltere’de bulunan London School of Economics’den araştırmacılar (2014) mutluluğun parasal değerini ölçmek amacıyla 40.000 İngiliz üzerinde yapılan bir araştırma ile bir sistem geliştirmiştir. Çalışmada öncelikle insanları en çok hangi etkinliğin mutlu ettiği araştırıldıktan sonra insanların mutluluk oranı bu histe en çok paya sahip başka bir etken olan para ile karşılaştırılmıştır. Üniversite çalışanları geliştirdikleri sistem üzerinden yaş, sağlık ve eğitim durumu gibi etkenleri çıkararak en mutlu eden etkinlikleri katılımcılara sormuştur. Araştırmanın sonunda sanatsal ve kültürel aktiviteler ile sporun insanlara, yıllık gelirlerinde 5000 sterlinlik (yaklaşık 18.000 TL) artış olmuşçasına mutluluk verdiği ortaya çıkmıştır. İnsanları en çok mutlu eden aktivite ise dans etmek olarak saptanmıştır. Dans etmenin verdiği mutluluğu sağlayacak parasal karşılık ise 1670 sterlin (yaklaşık 6.000 TL) olarak ölçülmüştür. Dans etmenin zirvede olduğu aktivite listesinde ikinci sırayı yüzmek parasal mutluluk karşılığı olan 1630 sterlin (yaklaşık 5.800 TL) ile almıştır. Haftada bir gün yüzmek kişinin maaşında 1630 sterlinlik bir artış olmuş kadar iyi hissettirebiliyor. Müzik dinlemek ve diğer sportif faaliyetler de listede yer almıştır. Yine bu araştırma sonucuna göre belirtilen aktivite ve hobilerini gerçekleştiren kişilerin mutlu olmanın yanı sıra toplum ortalamasından da daha sağlıklı oldukları ortaya çıkmıştır (Çete, 2014).

- 6. Kişilik:** Kişilik özelliklerinin öznel iyi olmayla tutarlı ve olumlu olarak ilişkisi olduğunu gösteren çok sayıda çalışma (Gomez vd., 2009; Grant vd., 2009; Quevedo ve Abella, 2001; Weiss vd., 2008) yazında mevcuttur. Steel vd. (2008) tarafından yapılan araştırma kişilik özelliklerinin öznel iyi

olmadaki değişimi %39'a kadar varan oranla açıklamaktadır. Myers ve Diener (1995) tarafından yapılan araştırma sonucunda, beş büyük kişilik özelliği gibi çeşitli kişilik özelliklerinin incelenmesiyle birlikte öznel iyi olmanın dışa dönüklük, nevrozizm, özsaygı, iyimserlik ve iç kontrol odağı gibi dört önemli kişilik özelliği ile daha çok ilişkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Kişilik özellikleri içinde öznel iyi olma ile en çok ilişkili olduğu düşünölen ve araştırmalarla desteklenmiş olan iki kişilik özelliği dışa dönüklük ve nevrozizmdir. Sosyal ve arkadaş canlısı olma gibi durumları içeren dışa dönüklük ile gerginlik ve huysuzlukla açıklanan nevrozizm arasında negatif ilişki vardır. Yapılan araştırmalar bu iki değişkeni birlikte ele alarak dışa dönüklüğün olumlu duygular ile nevrozizmin ise olumsuz duygularla güçlü bir ilişkisi olduğunu ortaya koymaktadır. Scheier ve Carver'a (1985) göre iyimserlik bir kişinin hayatında olumlu sonuçlar beklemesi olarak tanımlanmaktadır. İyimser insanlar belirlemiş oldukları amaçlara ulaşmak için çaba gösterirler ve bu çabalarının karşılığında olumlu sonuçlar beklerler. İyimserlik ve öznel iyi olma arasındaki ilişkiyi inceleyen Ayyash, Abdo ve Alamuddin (2007) tarafından 689 üniversite öğrencisi ile yapılan çalışmada bu iki değişken arasında 0.39 korelasyon bulunmuştur. Öznel iyi olma ile sürekli ilişkisi bulunan özsaygı ile ilgili olarak Campbell (1981) tarafından yapılan çalışmada özsaygı ile yaşam doyumu arasında 0.55 korelasyon bulunmuştur (Kangal, 2013). Doğan ve Sapmaz'ın (2012) Fen-Edebiyat ve Eğitim faköltelerinde öğrenim gören 206 üniversite öğrencisi üzerinde yaptıkları araştırma sonucunda da, iyimserlik, mutluluk ve yaşam doyumu arasında pozitif yönde anlamlı ilişki olduğu belirlenmiştir. İyimserlik hem mutluluğu hem de yaşam doyumunu pozitif ve anlamlı yönde etkilemektedir (Doğan ve Sapmaz, 2011).

Doğan (2013) tarafından 234 kişi üzerinde kişilik özellikleri ve öznel iyi oluş (mutluluk) arasındaki ilişkiyi incelemek amacıyla yapılan araştırma sonucunda, nevrozik kişilik özelliği ile öznel iyi oluş arasında negatif yönde anlamlı bir ilişki olduğu bulunmuştur. Dışadönüklük, sorumluluk, yumuşak başlılık ve deneyime açıklık kişilik özellikleriyle öznel iyi oluş arasında ise pozitif yönde anlamlı ilişkiler bulunmuştur. Nevrotik kişilik özelliği öznel iyi

oluşu negatif yönde, dışadönüklük ise pozitif yönde anlamlı düzeyde yordalamaktadır (Doğan, 2013).

Literatürde bu konuda yapılan bir diğer araştırma 112 katılımcıyla Premuzic, Bennett ve Furnham (2007) tarafından yapılarak beş büyük karakter modeli, duygusal zeka ve mutluluk arasındaki ilişki incelenerek mutluluğun belirleyicileri belirlenmeye çalışılmıştır. Literatürde daha önce yapılan çalışma sonuçlarıyla paralel olarak beş büyük karakter özelliğinden istikrar, dışa dönüklük, sorumluluk ve yumuşak başlılık özelliklerinin mutluluk üzerinde olumlu etkisi olduğu, duygusal zekanın ise mutluluk ve karakter özelliğini dengeleyici rol oynadığı sonucuna varılmıştır (Premuzic, Bennett ve Furnham, 2007).

Wilson (1967) mutlu kişinin genel profilini çoğu demografik değişkenlere bağlı olarak ilk defa belirlemiş ve mutlu kişiyi “*genç, sağlıklı, iyi eğitilmiş, iyi ücret alan, dışa dönük, iyimser, kaygısız, dindar, evli, iş erdemi yüksek, makul isteklere sahip, her iki cinsiyetten ve zeki kişi*” olarak tanımlamıştır. Michalos (1991) ise birçok çalışmadan derlediği bilgilerle mutlu insanın psikolojik profilini, “*düşük düzeyde korku, kin, gerilim, suçluluk ve öfke duyan, yüksek düzeyde enerjisi ve canlılığı olan, özgüven sahibi, duygusal olarak istikrarlı, yüksek sosyal oryantasyonu olan, sağlıklı, tatminkar, sıcak bir sevgiye ve sosyal ilişkiye sahip, aktif bir yaşam tarzı ve anlamlı bir işi olan, göreceli olarak iyimser, kaygısız olan, şimdiki zaman oryantasyonu olan kimse*” olarak tanımlamıştır (Kangal, 2013).

- 7. Kültür:** Kültür, gelenek ve göreneklerin yanında yetenekleri, becerileri, değerleri ve alışkanlıkları da içine alan karmaşık bir kavramdır. Bireylerin psikolojik fonksiyonlarında ve özellikle duygusal yaşantılarında önemli bir rol oynayan paylaşılan kültürel değerler iyi olma üzerinde doğrudan bir etkiye sahiptir. Bireyci kültürler bireyin bağımsızlığını güçlendirip içsel yaşantısına odaklandığı için duyguların ifade edilmesini destekler ve tüm bunların sonucunda bireylerin iyi olma düzeylerine katkıda bulunur (Schimmack vd., 2002).

İnsan doğumdan ölüme kadar içinde bulunduğu toplumun kültürel değerlerini ve normlarını benimseyerek kişilik özelliklerini kazanır ve bu kazandığı kişilik özellikleriyle başkalarıyla ilişki kurar (Başaran, 1998). Toplulukçu kültürlerde kişisel amaçların önemli olmaması ve bireylerin yaşamlarına yön veren toplumun normları olduğu için bireysel güdüler ve duygular ikinci planda kalmaktadır. Bu da bireylerin iyi olma düzeylerini olumsuz yönde etkilemektedir (Diener, Suh ve Oishi, 1997; Schimmack vd, 2002).

- 8. Alışkanlıklar:** El hareketlerinden, konuşma biçimine, yeme-içme tercihlerinden tatil için gidilen yerlere kadar yaşamın her alanında insanların tercihlerini oluşturan alışkanlıkları vardır. Düşünce ve hislerimizde de alışkanlıkların etkisi görülmektedir. Mutsuz kişiler mutsuzluklarını koruyan alışkanlıklara sahipken, mutlu olanlar ise mutluluklarını sürdürmeye yönelik alışkanlıklara sahiptir. Mutluluk psikoloğu olarak tanınan Dr. Robert Holden alışkanlıkları değiştirerek nasıl mutlu olunabileceği konusunda BBC belgeseline de konu olan bir araştırma yapmıştır. Bir grup kişiye deneyin başında MR taraması yapılarak sol prefrontal (alın lobu) yani mutlu düşünceler ve hislerle ilgili alana görüntü odaklanmıştır. MR sonucunda bu kişilerin depresyonla ilişkili belirtiler gösterdiği görülmüştür. Deneklerden günde en az 20 dakika gülümsemeleri veya kahkaha atmaları, her gün en az 20 dakika egzersiz yapmaları ve ev/iş yerlerinde her odaya renkli noktalar yerleştirmeler ve her renkli nokta gördüklerinde olumlu bir anı, olay veya olasılık düşünmeleri istenmiştir. Denekler bu uygulamayı 1 ay boyunca yaptıktan sonra her biri kendini daha mutlu hissettiğini söylemiştir. Deneklerin hepsine tekrar MR taraması yapıldığında ise sol prefrontal lobda dikkate değer biçimde bir etkinlik artışı olduğu gözlemlenmiştir. 1 ay içinde denekler depresyondan çıkarak mutluluk seviyelerini artırmışlardır. Araştırma sonucunda ulaşılan bulgular öylesine inanılmazdır ki BBC MR makinasında sorun olup olmadığını anlamak için kontrol edilmesini ister ve makinada sorun olmadığı anlaşılır. Deneklerde yaşanan bu değişimin kalıcı olup olmayacağını anlamak için 6 ay boyunca denekler takip edildiğinde artan mutluluk seviyelerinin korunduğu sonucuna ulaşılmıştır (McKenna, 2013).

**9. Din:** Düşünce biçimleri dinden etkilenecek bireylerin duygularına yön vererek onların iyi olma düzeylerini etkileyebilmektedir. Bu konu ile ilgili yapılan bir çalışmada derin dinsel bağlılığı olan engelli bir çocuğa sahip annelerin depresyondan daha az etkilendikleri ve yaşamlarından daha fazla haz aldıkları, dinsel olarak kader anlayışına sahip olan bireylerin ise boşanma, işsizlik gibi durumların üstesinden daha kolaylıkla geldikleri tespit edilmiştir (Çankaya, 2009).

**10. Psikolojik İhtiyaçların Doyumu:** Cinsiyetleri, grupları ya da kültürleri ne olursa olsun temel psikolojik ihtiyaçlar tüm insanları ilgilendirmektedir. Bireyler temel ihtiyaçlarını doyurabilirlerse tam olarak fonksiyonda bulunup gelişim gösterebilirler. İhtiyaçların doyumu engellenirse de bireylerin ruh sağlıkları bozulduğu gibi tam olarak fonksiyonda da bulunamazlar. Bu nedenle ihtiyaçların doyurulma düzeyi direk olarak insanların iyi olma düzeyleri ve mutluluklarıyla ilgilidir (Çankaya, 2009).

Sosyo-demografik değişkenlerin mutluluk (öznel iyi olma) üzerindeki etkisini inceleyen yazındaki çalışmalar sınıflandırılarak Tablo 2’de verilmiştir (Kangal, 2013):

**Tablo 2. Sosyo-demografik Değişkenlerin Mutluluk Üzerindeki Etkisini İnceleyen Araştırmalar**

Kaynak: Kangal, 2013

CİNSİYET		YAŞ		EĞİTİM		EVLİLİK		GELİR	
Fark Var	Fark Yok	Fark Var	Fark Yok	Fark Var	Fark Yok	Fark Var	Fark Yok	Fark Var	Fark Yok
Blanchflower ve Oswald (2004);	Christoph ve Noll (2003);	Agrawal vd. (2011);	Biswas-Diener ve Diener (2001);	Diener vd. (1993);	Haller ve Hadler (2006);	Blanchflower ve Oswald (2004);	Frijters vd. (2004);	Biswas-Diener ve Diener (2001);	Boes ve Winkelman (2010);
Haller ve Hadler (2006);	Diener ve Diener (1995);	Blanchflower ve Oswald (2004);	Christoph ve Noll (2003);	Gaygısız (2010);	Keng ve Hooi (1995);	Diener vd. (1993);	Keng ve Hooi (1995);	Blanchflower ve Oswald (2004);	Clark ve Oswald (1994);
Wang ve Vander Weele (2011);	Fugl-Meyer (2002);	Michalos vd. (2005);	Keng ve Hooi (1995);	Oswald (1997);	Kousha ve Mohsemi (2000);	Lee vd. (1991);	La Barbera ve Gürhan (1997);	Oswald (1997);	Keng ve Hooi (1995);
Webb (2009);	Suhail ve Chaudhry (2004);	Tan vd. (2006).	Kousha ve Mohsemi (2000);	Scoppa vd. (2008);	Michalos vd. (2005);	Oswald (1997);	Tan vd. (2006).	Tan vd. (2006).	Kousha ve Mohsemi (2000);
Wood vd. (1989).	Tan vd. (2006).	Wang ve Vander Weele (2011);	Suhail ve Chaudhry (2004).	Zagorski vd. (2010).	Selim (2008).	Suhail ve Chaudhry (2004).	Tilouine vd. (2006).	Wang ve Vander Weele (2011);	Tilouine vd. (2006).

Yazın incelendiğinde öznel iyi olmanın Türk araştırmacılar tarafından da çalışılan bir konu olduğu görülmektedir. Üniversite öğrencileriyle yapılan geniş örneklem büyüklüğüne sahip çalışmalar (Dost, 2010; Durak vd. 2010; Cenk Seven ve Akbaş, 2007) , Türkiye'deki sosyoekonomik durumu, yaşam doyumu ve mutluluğu inceleyip genel/yerel profili ortaya koyan çeşitli çalışmalar (Gitmez ve Morçöl, 1994; Selim, 2008; Bülbül ve Giray, 2011) yerli yazında mevcuttur (Kangal, 2013).

### 2.1.7 Mutluluğun Ölçülmesi

Mutluluk basit olarak kişiye ne kadar mutlu olduğu sorduğumuzda aldığımız hayatının tümüne ait bir değerlendirmedir. Yaşam kalitesi ve mutluluk ile ilgili bir analiz yapmak istediğimizde genel olarak araştırmalarda kullanılan soru "Hayatınızdaki herşeyi bir bütün olarak değerlendirdiğinizde ne kadar mutlusunuz? Mutlu, çok mutlu veya mutsuz musunuz?" bu soru karşısında alınan cevaplar büyük ölçüde farklılık gösterecektir. Bireysel olarak alınan cevaplar farklı olduğu gibi ülke



bazında da mutluluk seviyeleri arasında da farklılıklar vardır. Bunun nedeni ülkelerin farklı sosyokültürel özelliklere, sosyal açıdan kaliteye ve toplumsal yaşama standartlarına sahip olmalarıdır. Bunların yanı sıra her ülkenin sosyal eşitlik anlayışı, yaşam koşulları, ekonomik koşulları, sosyal güvenlik anlayışı ve koşulları ve politik açıdan özgürlükleri de farklıdır. Farklı ülkelerde yapılan mutluluk ölçümlerinde aşağıda sıralanan bir takım sorunlardan ötürü standardizasyon sağlanamamaktadır (Çakıroğlu, 2007):

- Çeviri Problemleri: Mutluluk araştırmalarında farklı kültürlerde ve farklı dillere çevirilerek hazırlanan sorularda yanlış anlaşılmalara olabilmektedir. Örneğin araştırma sorularında mutluluk kelimesi yerine memnuniyet, esenlik gibi kelimeler kullanılabilir.
- Mutluluğun Sosyal Çekicilik Gücü: Mutluluk farklı ülkelerde farklı sosyal çekiciliğe sahiptir. Örneğin Latin ülkelerinde mutluluk ve memnuniyet belirten duygulara ulaşmak çok istenen bir olgu iken Çin gibi Budist ülkelerde mutsuzluk ve memnuniyetsizlik belirten duygular daha önemlidir. Yani mutluluğun sosyal çekiciliğe sahip olması demek ilgili ülke ve kültürde mutluluğun ulaşılmak istenen bir duygu olup olmaması anlamını taşımaktadır.
- Karakteristik Özelliklerin Mutluluğu Tanımlaması: İlgili ülkenin bireyci veya toplumcu yapıda olması mutluluk tanımını etkilemektedir. Toplumcu kültürlerde kişiler kendilerini ortalama vatandaş olarak tanımlamakta ve mutluluk seviyelerini de hep orta düzeyde tanımlamaktadırlar. Bireyci toplumlarda ise her birey kendini diğerinden farklı görmekte ve kendi mutluluk seviyesini daha üst düzeyde belirlemeye çalışmaktadır.
- Mutluluğun Tipik Bir Batı Konsepti Olması: Batı dışındaki toplumlarda kişiler mutluluk kelimesine pek aşina olmadıkları için yapılan mutluluk analizlerinde cevap vermeyen veya bilmiyorum diyenlerin sayısı fazla çıkmaktadır.

Mutluluğun (öznel iyi oluş) ölçülmesinde literatürde sıkça kullanılan ölçekler “yaşam doyumu ölçeği (satisfaction with life-SWL)” ve “olumlu ve olumsuz duygu ölçeği (positive and negative affect scale – PANAS)” dir. Yapılan çalışmalarda bu ölçekler ya ayrı ayrı kullanılmakta ya da öznel iyi oluşun aşağıda belirtilen kurumsal tanımlamasına dayanmaktadır. Bu tanımdan yola çıkarak öznel iyi oluş aşağıdaki eşitlik kullanılarak ölçülmektedir. Yaşam doyumu (SWL) ile olumlu ve olumsuz duygu (PANAS) ölçekleri birlikte kullanılarak toplam öznel iyi oluş puanı hesaplanmaktadır (Eryılmaz ve Ercan, 2010):

$$\text{Öznel iyi oluş} = (\text{Yaşam doyumu} + \text{Olumlu duygu}) - \text{Olumsuz duygu}$$

Yaşamdan duyulan tatmin, olumlu etkilerin varlığı ve olumsuz etkilerin yokluğu bölümlerini içeren Oxford Happiness Inventory (OHI) yöntemi mutluluğu ölçmenin bilimsel yöntemlerinden birisidir. Bu yöntem, olumlu anlayış, toplumsal bağlılık, olumlu etki, kontrol duygusu, fiziksel sağlık, kendinden tatmin ve düşünsel hazırlık olmak üzere mutluluk kavramını kişisel duyguya ağırlık vererek açıklayan yedi mutluluk alanından oluşmaktadır (Bradburn, 1969).

Oxford Mutluluk Envanteri (Ölçeği) (OME), Argyle, Martin ve Crossland (1989) tarafından kişisel mutluluğu ölçmek için Oxford Üniversitesi Deneysel Psikoloji bölümünde geliştirilen 29 maddelik 4’lü likert tipi (0-3) bir ölçektir. Onlara göre mutluluk, olumlu duygulanım veya neşenin sıklığı, belirli bir yaşam sürecinde yaşanan yüksek yaşam doyumu düzeyi ve öfke, kaygı, korku gibi olumsuz duyguların azlığı gibi üç temel bileşeni içermektedir. Daha sonra Hills ve Argyle (2002) tarafından revize edilen ölçek kısa formu 6’lı likert tipinde geliştirilmiştir. Ölçeğin güvenilirliğini belirlemeye yönelik olarak 55 Kuzey İrlandalı üniversite öğrencisi üzerinde yapılan çalışmada iki hafta arayla uygulama yapılarak testin güvenilirlik katsayısı 69 olarak bulunmuştur. İç tutarlılık katsayısı ilk uygulamada 62, ikinci uygulamada 58 olarak saptanmıştır. Callaway (2009) ise 201 üniversite öğrencisi üzerinde güvenilirliğini inceleyerek iç tutarlılık katsayısını 76 olarak hesaplamıştır. Oxford Mutluluk Ölçeği kısa formu Çin, Japonya, Portekiz, Arap ülkeleri, Almanya gibi birçok ülkede çevrilerek psikometrik özellikleri incelenerek mutlulukla ilgili araştırmalarda yaygın olarak kullanılmaktadır. Oxford Mutluluk Ölçeği’ni Türkçe’ye uyarlamak ve psikometrik özelliklerini incelemek amacıyla

Doğan ve Çötök (2011) tarafından önce ölçeğin orijinal formundan Türkçe'ye çevirisi yapılmış ve geri çeviri yöntemiyle dilsel olarak eşdeğerli sağlayıp sağlamadığı kontrol edilmiştir. Bu aşamadan sonra yapılan madde analizi ile maddelerin ölçeği temsil etme gücü kontrol edilerek 30 ve üzerinde değer alan maddelerin ölçeği temsil etme gücünün yeterli olduğu sonucuna varılmıştır. 532 üniversite öğrencisi ile yapılan bu çalışmada madde analizi, açımlayıcı ve doğrulayıcı faktör analizi, benzer ölçek geçerliliği, iç tutarlık ve test tekrar test yöntemleriyle incelenmiştir. İnceleme sonucunda ölçeğin iç tutarlık ve test tekrar test güvenilirlik katsayıları sırasıyla 74 ve 85 olarak bulunduğu için bu ölçeğin Türk katılımcıların mutluluğunu ölçmede kullanılabilir geçerli ve güvenilir bir ölçek olduğu söylenebilir (Doğan ve Çötök, 2011). Argyle, Martin ve Lu (1995) tarafından daha sonra geliştirilen ölçek Amerika, İngiltere, İspanya, Çin, İsrail ve Avustralya'da güvenilirlik ve geçerlilikleri test edilerek kullanılmaktadır (Hill ve Argyle, 2001).

Oxford Mutluluk Ölçeği Türkçe formunun psikometrik özelliklerinin güvenilirlik ve geçerliliğini analiz etmek amacıyla Doğan ve Sapmaz (2012) tarafından 491 üniversite öğrencisine yapılan uygulamada öncelikle ölçeğin dilsel eşdeğerliği sağlandıktan sonra ölçeğin yapı geçerliliğini incelemek amacıyla açıklayıcı ve doğrulayıcı faktör analizi yöntemleri kullanılmış, ölçüt bağlantılı geçerlilik için ölçeğin diğer ölçme araçlarıyla (Yaşam doyumunu ölçeği, yaşam yönelimi testi, pozitif-negatif duygu ölçeği) korelasyonlarına bakılmıştır. Ölçeğin güvenilirliği ise bileşik güvenilirlik, iç tutarlılık ve test yarılama yöntemleriyle incelenmiştir. Yapılan açımlayıcı faktör analizi sonuçlarına göre, özdeğeri 8,3 olan ve toplam varyansın %29.84'ünü açıklayan bir yapı ve ölçeğe ilişkin faktör yüklerinin 0.32 ve 0,77 arasında değiştiği görülmüştür. Doğrulayıcı faktör analizi sonucunda ise, ölçeğin tek faktörlü yapısının Türk üniversite öğrencilerinden oluşan örnekleme korunduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Ölçüt bağlantılı geçerlilik için uygulanan analiz sonucunda Oxford Mutluluk Ölçeği ile mutluluğu ve iyimserliği ölçen diğer ölçme araçları arasında anlamlı düzeyde ilişkiler olduğu saptanmıştır. Güvenirlik analizlerinde ise ölçeğin Cronbach alfa iç tutarlılık katsayısı 0.91, test yarılama yöntemiyle elde edilen güvenilirlik katsayısı 0.86 olarak bulunmuştur. Ölçeğin bileşik güvenilirliği 0.91 olarak saptanmıştır. Ölçeğin 5. Maddesi faktör yükünün ve madde toplam korelasyonunun değerinin düşük olması nedeniyle

ölçekten çıkartılmıştır. Bu çalışmanın bulgularına dayanarak aşağıdaki sonuçlara ulaşılmıştır (Doğan ve Sapmaz, 2012):

- Oxford Mutluluk Ölçeği (OMÖ) Türkçe formu tek faktörlü bir yapıya sahiptir.
- Oxford Mutluluk Ölçeği (OMÖ) Türkçe formunun güvenilirliği yüksek düzeydedir.
- Oxford Mutluluk Ölçeği (OMÖ) Türkçe formu mutluluğu ölçen diğer ölçeklerle kıyaslandığında aralarında yüksek düzeyde korelasyon olduğu görülmüştür.
- Oxford Mutluluk Ölçeği (OMÖ) Türkçe formu toplam puanları açısından cinsiyete göre farklılık içermemektedir.
- Oxford Mutluluk Ölçeği (OMÖ) Türkçe formu mutluluğu ölçmede geçerli ve güvenilir bir ölçme aracı olarak kullanılabilir.

Araştırmamızda mutluluğu (öznel iyi oluş) ölçmek için Oxford Mutluluk Ölçeği (OMÖ) kullanılacaktır.

### **2.1.8 Esenlik**

Gün içinde hatırımız sorulduğunda "çok iyiyim, kendimi iyi hissediyorum ya da bomba gibiyim (olumlu anlamda) ya da pek de iyi değilim, moralim bozuk" gibi kendimizi nasıl hissettiğimize dair ifadeleri sıkça kullanırız. Çalışan kişilerin zamanlarının çoğunu işyerlerinde geçirdikleri düşünüldüğünde, kendilerini nasıl hissettikleri hem çalıştıkları kurumları hem de o kurumdaki diğer kişileri yakından ilgilendiren bir konudur. Son yıllarda kişilerin kendilerini nasıl hissettikleri olumlu yönden pozitif psikoloji alanında ele alınarak esenlik (wellbeing) kavramından söz edilmeye başlanmıştır (İslamoğlu, 2010).

Mutluluk ya da daha derin ve geniş çağrışımlara sahip olduğu için mutluluk yerine kullanılan iyi hissetme ya da esenlik mutlu insanları bile üzerinde durup düşünmesi gereken son derece önemli bir konudur (Vernon, 2011).

Esenlik çoğu zaman mutlulukla eş anlamlı olarak kullanılır ve çoğu kişi esenliğin sırf mutluluğun konusu olduğuna inanır. Ama sırf zengin ya da başarılı olmak veya fiziksel sağlık ve afiyet içinde olmak esenlik anlamına gelmez. Hergün yaptıklarımız hoşumuza gidiyorsa, parasal olarak sıkıntımız yoksa fiziksel olarak sağlığımız yerindeyse, içinde bulunduğumuz topluma katkılarımız gururumuzu okşuyorsa, bu etkenlerin hepsi birleşip aralarında etkileşim sağlayarak esenliğimizi oluşturur (Harter ve Rath, 2012).

Mutluluk ile esenlik arasında bazı açılardan benzerlikler olsa da birçok farklılık mevcuttur. Mutluluk, akılla, erdemle ulaşılabilen ve dengede olma durumuyla ilgili en yüksek amaç olarak tanımlanırken, esenlik olumlu ve olumsuz duygular ve yaşamdan alınan haz bileşenlerinden oluşan kişinin kendisini iyi hissetmesi olarak ifade edilir. Yani, insanlar ulaşmak istedikleri yere ulaşmış, kendilerini iyi ve mutlu hissettiklerinde esenlik gerçekleşir (İslamoğlu, 2010).

Mutluluk ve esenlik kelimeleri çoğu zaman aynı anlamda kullanılsa da esenlik kelimesi mutluluğa oranla daha az kullanıldığı için canlılığını halen korumaktadır. Bir uygulama örneği ile açıklarsak; Business in the Community adında bir kuruluş tarafından başlatılan yeni projede amaç çalışanlarının sağlıklarını korumalarıydı. Çalışanlar sağlıklarını koruyup daha çok özen gösterdiklerinde şirkette yüklü miktarda sağlık harcaması yapmaktan kurtulacaktı. Çalışan sağlığı ile ilgili yapılan araştırmalara göre, çalışanlarının yarısından çoğunun işyerinde stres, üçte birinden fazlasının depresyon ve yaklaşık dörtte biri de panik atak sorunları yaşamaktadır. Bu da işletmelerin çalışan sağlığıyla ilgili mutlaka çalışma yapmaları gerektiğini göstermektedir. Bu projede bu fikirden yola çıkarak amaçlanan çalışan sağlığı, hedef ise çalışan esenliği olarak belirlenmiştir. Kuruluş çalışmada mutluluk yerine esenlik sözcüğünü kullanmayı özellikle tercih etmişlerdi. Çünkü çalışmanın tatminkar olduğunu söylemek bir yana bir de çalışanları mutlu eden birşeyler olduğunu söylemenin konuyu indirgeyici bir yaklaşım olduğuna inanıyorlardı. Mutluluğa kıyasla daha az kullanılan esenlik sözcüğü iyi hissetme anlamı taşır. The Oxford Dictionary of Quotations'da, mutluluk ve mutlu kelimeleri için çok fazla sayıda alıntı girdisi bulunurken, esenlik sözcüğü için hiçbir alıntı yer almamaktadır. Aynı durum Türkçe için de geçerlidir. Kişiler iyilik hallerini ifade etmek için

“esenim” kelimesi yerine “mutluyum” kelimesini kullanmayı tercih eder (Vernon, 2011).

Esenlik sözcüğü, sağlık, memnuniyet, psikolojik gelişme ve fiziksel refah kavramlarını da içinde barındırır. İnsanlar yalnız değil sosyal varlıklar olduğu için esenliğin bir bireysel bir de toplumsal yanı vardır. Esenlik yani iyi hissetme hali sadece mutluluğa ulaşmak için beslenen hazlar ve güçlerle değil, erdem ve anlayış gibi içsel değerlerle de ilgilidir. Bu anlamların hepsi esenliğin İngilizce karşılığı olan “wellbeing” yani iyi olma halinin içerisinde yer almaktadır. Yaşam tarzı dergilerinin ve kitaplarının çoğunda “wellbeing” kelimesi, kilo verme, spor yapma ve diyet gibi bedenle ilgili konularda sıklıkla kullanılmaktadır. Yani daha çok fiziksel iyi olma hali popüler olarak kullanılmaktadır (Vernon, 2011).

Türk Dil Kurumu sözlüğüne göre esenlik; sağlık, afiyet, sıhhat, selamet olarak tanımlanır ve iyi hissetmenin anlamdaşdır. İngilizce’de "wellbeing" olarak adı geçen kavramın Türkçe karşılığı esenlik, iyilik, refah, sağlık, mutluluk gibi kavramlarla eşleştirilmektedir. Esenlik, en geniş tanımıyla yaşam kalitesinin seviyesi olarak tanımlanmıştır. Esenlik, bireyin kendi öznel yaşamlarını değerlendirmelerini konu edinen bir psikoloji alanıdır. Bu açıdan bakıldığında, kişilerin esenlik halleri içinde buldukları durum veya ortamlara göre farklılık gösterebilir. Örneğin; ailesiyle birlikte ev ortamında olmaktan hoşlanan bir birey için iş hayatında ailesinden uzak olmak nedeniyle esenliği düşük olan bireyler olduğu gibi bunun tam tersini hissedenler de vardır. Her ne nedenle olursa olsun kişiler kendilerini iyi hissettiklerinde yani esenlikleri yüksek olduğunda hem olumlu duygu ve tutumları yüksek olur hem de olumsuz duygu ve düşünceleri de görülmez. Başka bir ifadeyle, morali iyi olan kişinin, yaşam ve iş tatmini de varsa, çevresinden yaptığı işlerle ilgili olarak destek de görüyorsa kendini de iyi hissedeceği şüphesizdir (İslamoğlu, 2010).

### **2.1.8.1 Esenlik Çeşitleri**

Literatürde esenlik farklı farklı tanımlarla ele alınmıştır. Kimi araştırmacılar psikolojik esenlik, kimileri öznel esenlik bazıları da mesleki esenlik üzerinde

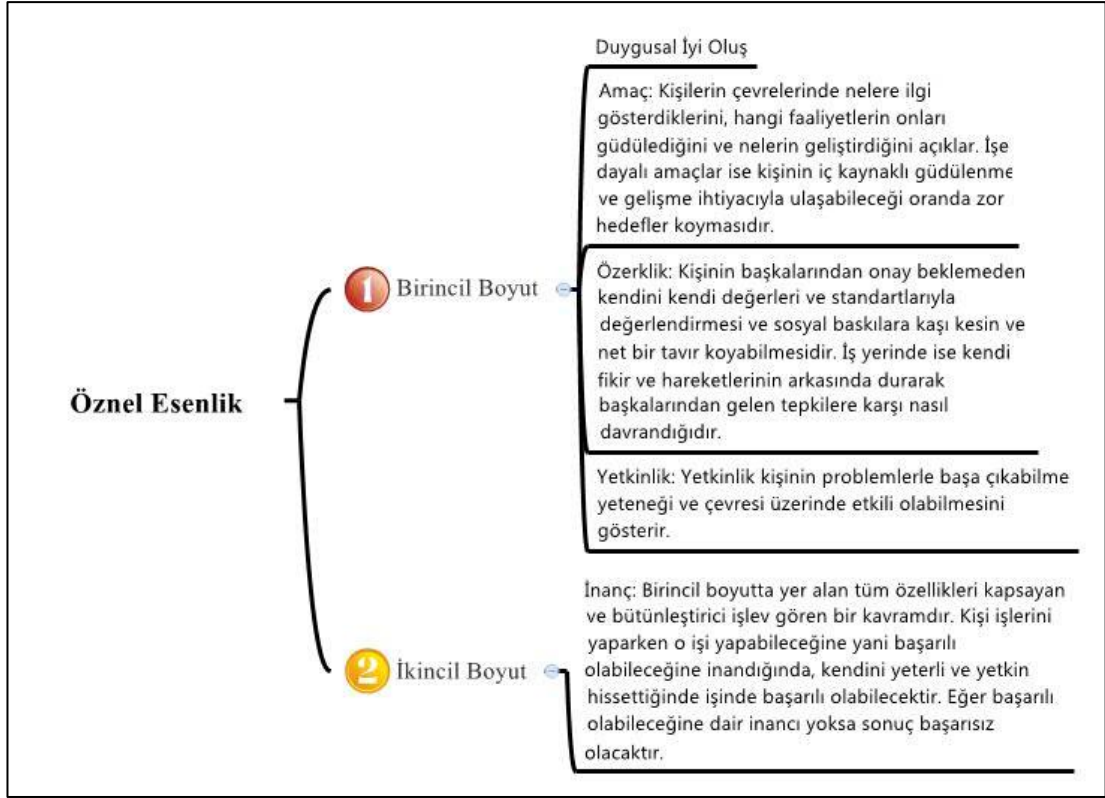
durmuştur. Ryff ve Keyes esenliği çok boyutlu bir yaklaşımla ele alarak psikolojik esenliği Şekil 2’de yer alan altı boyutla açıklamıştır (İslamoğlu, 2010):



**Şekil 2- Psikolojik Esenlik Boyutları**

**Kaynak:** İslamoğlu, 2010

Warr ise iş hayatında esenlik üzerinde yoğunlaşarak 4 adet birincil ve 1 adet ikincil boyutla öznel esenliği incelemiştir (İslamoğlu, 2010):



**Şekil 3- Öznel Esenlik Boyutları**

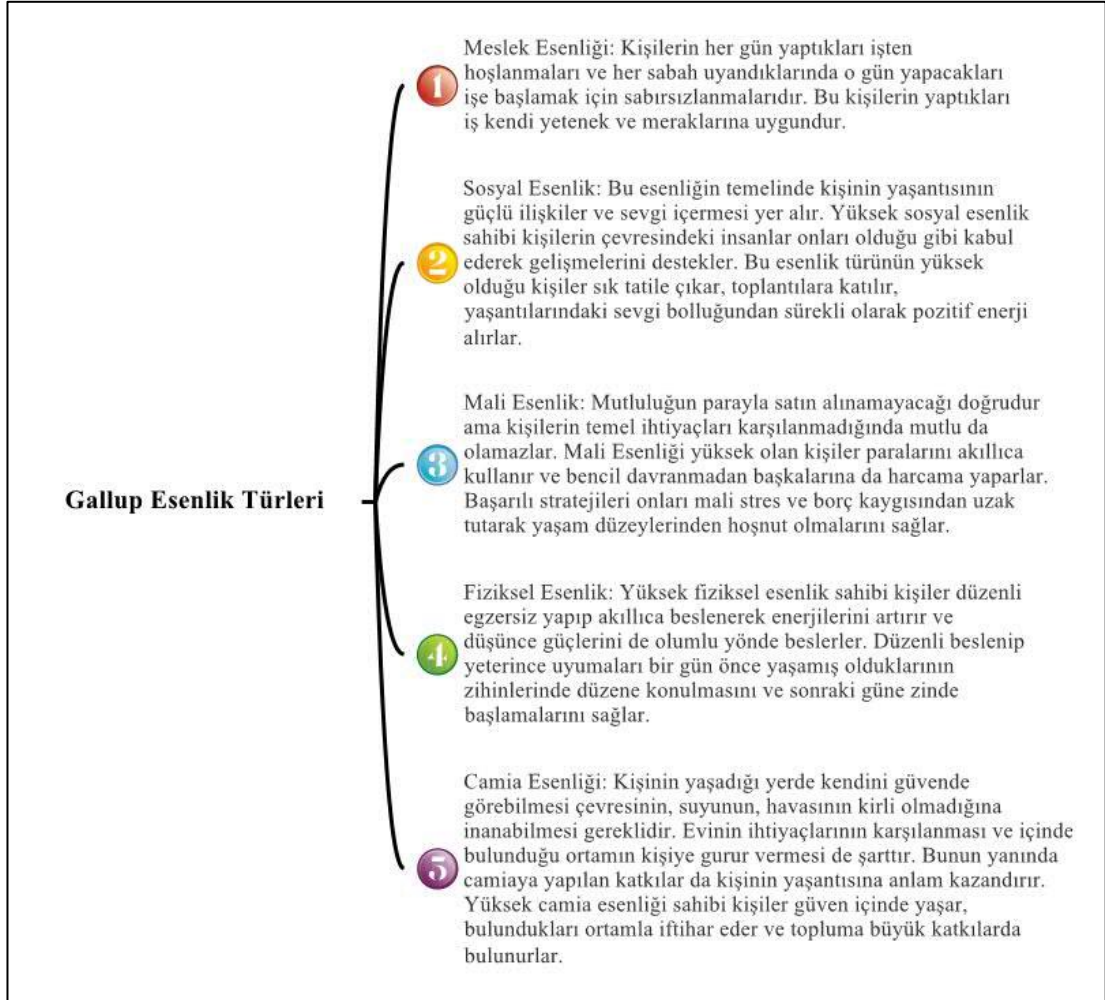
**Kaynak:** İslamoğlu, 2010

Esenlik çeşitleri konusunda birçok teorik ve pratik bilgiye literatürde ulaşılabilir. Günümüzde birçok şirket çalışanlarının esenliğini nasıl sağlayabileceklerini halen araştırmaktadır.

Gallup bilimcileri esenliğin nelere bağlı olduğu konusunda 20. yüzyıl ortalarından beri araştırmalar yapmaktadır. Değişik ülkeler ve kültürlerde insanlara esenlik sağlayan ortak öğelerin neler olduğunu bulabilmek amacıyla 150'den fazla ülkede küresel kapsamlı bir araştırma yürütülmüştür. Bu sayede dünya nüfusunun %98 den fazlasının esenlik durumunu gözden geçirme amacıyla kişilere sağlık, servet, kişisel ilişki, iş ve camialarıyla ilgili yüzlerce soru sorulmuştur. Gallup 50 yıldan beri sorduğu soruların en iyilerini bir araya toplayarak "Esenlik cetveli" adını verdikleri bir ölçüm sistemi yaratmıştır. Araştırma sonucunda dünyanın her yerinde geçerli olan, gerçekleştirilmesi kişinin elinde olan ve her yerde önemsenen konularla ilgili 5 temel esenlik türü oluşturulmuştur. İnsan ömründe esenliği sağlayan başka önemli kriterler de vardır ama bu 5 temel unsur bir kişi için temelde gerekli olan ve



hayatı yaşanmaya değer kılan esenlik türleri olarak Şekil 4’de belirtilmiştir (Rath ve Harter, 2013):



Şekil 4- Gallup Esenlik Türleri

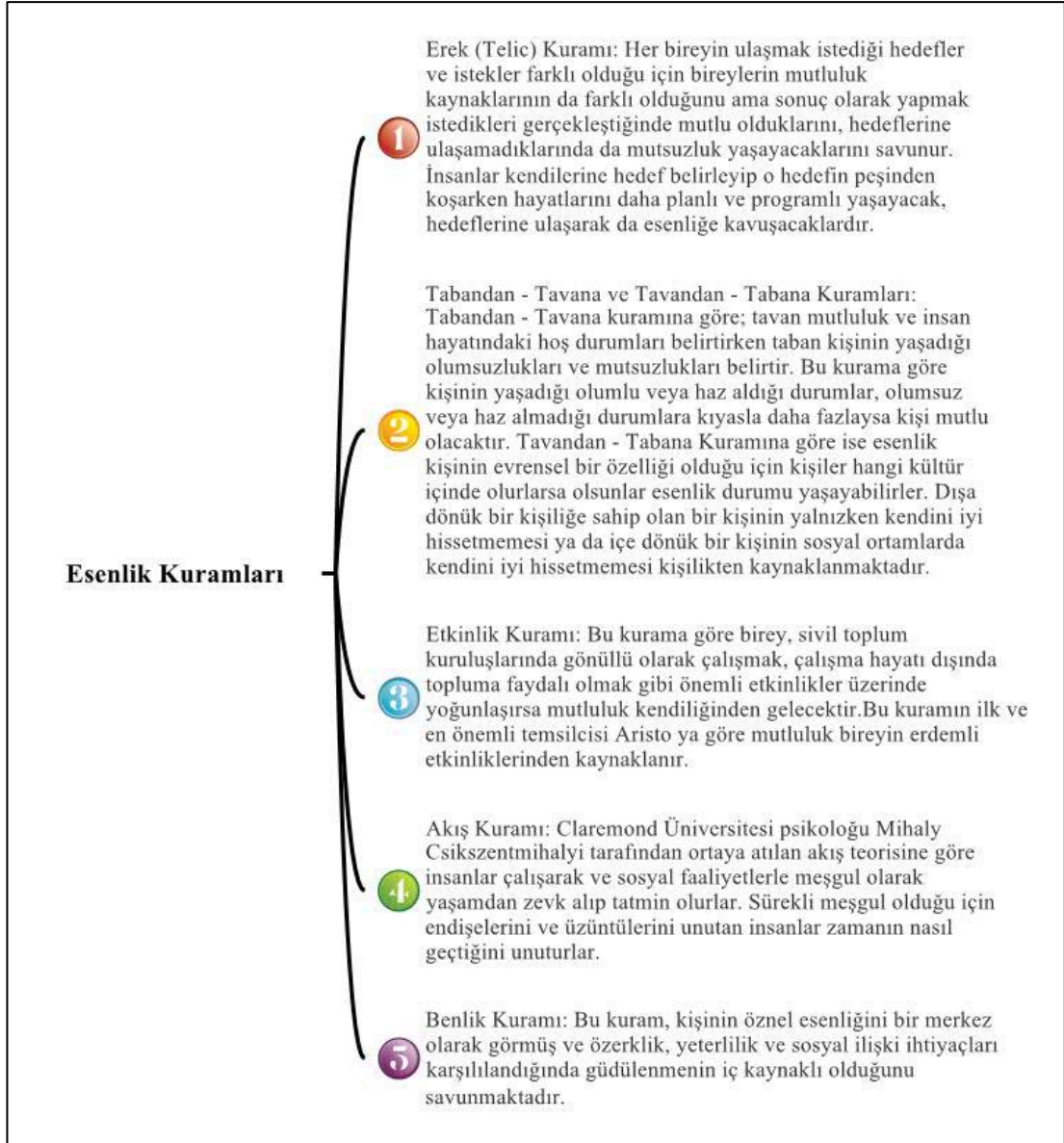
Kaynak: Rath ve Harter, 2013

Bu beş temel unsur, din, kültür, milliyet farklarına bakılmaksızın her yerde geçerlidir. Sadece bireyler kendi esenliklerini artırmak için farklı yollar seçebilirler. Örneğin bazıları için dinsel konular bütün alanlara göre ağır basarak hayatlarının en önemli yanı olan inanca tüm çabalarını dayandırıyor olabilirler. Bazıları içinse çevre korumacılığı gibi derin bir davaya bağlılık duyguları ağır basarak günlerini ve çabalarını çevre korumayla dolduruyor olabilirler. Yani esenlik nedenleri kişiden kişiye değişse de sonuçlar aynı oluyor. En önemlisi bu esenlik türlerinin hepsi kişinin kendi denetimi altında olduğundan onları iyileştirmek de kendi elindedir. Buna karşın esenlik karşısındaki en büyük tehlike de yine kişinin kendisidir. Kısa vadede ayrıntılı düşünmeden verilen kararlar uzun vadeli çıkarları zedeleyebilir. Örneğin

fazla şeker ve yağda kızarmış yiyeceklerin sağlığa zararlı olduğunu biliriz ama ağzımıza şeker ya da cips atarken bunu aklımıza getirmeyiz. Bir lokma patates kızartması ya da birkaç şeker yüzünden şeker hastası olmayacağımızı düşünürüz. Veya çok işimiz olduğu için akraba ve dostlarımızın hatırını sormayı ihmal ederiz. Gerçek şudur ki kısa vadeli isteklere bağlı benliğimiz uzun vadeli hesap yapan benliğimizle çatıştıkça, genellikle kısa vadeli isteklerimiz kazanır. Aynen şeker ve cips örneğinde olduğu gibi kısa vadeli isteklerimiz yememizi söylerken uzun vadeli hesap yapan benliğimiz sağlıklı vücut ve uzun ömür diyor. Ama biz o anda istediğimizi yiyoruz. En yüksek esenlik düzeyine sahip olan kişiler kısa vadeli isteklerinin ağır basmasını engellemek için basit bir çözüm bulmuşlardır: uzun vadeli hedeflerine uyan kısa vadeli ödüller akla geldiğinde anlık olarak doğru kararların verilmesi kolaylaşmaktadır. Bir örnekle açıklamak gerekirse, bol kaşarlı bir hamburger ve yanında bir tabak dolusu patates kızartması ikram edildiğinde bunun sizi şişmanlatacağı ve şeker hastalığı riskini artıracacağı düşüncesi sizi durduramayacaktır. Ama onları yediğinizde yüksek kalori ve yağ etkisiyle üzerinize çökecek ağırlığın gününüzü mahvedeceğini düşündüğünüzde vazgeçebilirsiniz. Yani anında kazanç görürsek tutumumuzu değiştirebiliriz. Gün boyunca enerji beklentisi kısa vadede bir ödül olacağı için vereceğiniz karar uzun vadeli çıkarların paralelinde olacaktır. Bu şekilde yapacağımız "pozitif vazgeçmeler" sayesinde günlük hayatımızda yapacağımız küçük değişiklikler esenliğimize büyük ve sürekli katkılar sağlayabilir (Rath ve Harter, 2013).

#### **2.1.8.2 Esenlik Kuramları**

Kişilerin esenliklerinin hangi şartlara göre değiştiğini, nasıl geliştiğini ve kişilik ve esenlik arasındaki ilişkiyi açıklayan kuramlar vardır. Birçok çalışmada olduğu gibi bu kuramlarda da esenlik ve mutluluk aynı anlamda kullanılmıştır. Şekil 5’de esenlik kuramlarının açıklamaları yer almaktadır (İslamoğlu, 2010):



**Şekil 5- Esenlik Kuramları**

**Kaynak:** İslamoğlu, 2010

Araştırmanın 2. Bölümünde kişilerin bireysel olarak hayatlarında çok önemli bir yeri olan mutluluk kavramını, esenlik kavramıyla olan farklılıklarını da ortaya koyarak ölçüm yöntemleriyle birlikte inceledikten sonra iş hayatında mutluluk kavramı, ilişkili kavramlar ve ölçüm yöntemleriyle birlikte incelenecektir.

### 3. BÖLÜM

## İŞ HAYATINDA MUTLULUK VE KUŞAKLAR

### 3.1 Pozitif Çalışma Psikolojisinde Etkili Olan Yaklaşımlar

İş ve organizasyonun içeriği bir bütün olarak pozitif psikoloji ve mutlu olmanın çalışmalarını kapsamaktadır. Pozitif psikoloji merceğinden bakılarak işletmeler yönetildiğinde çalışanlar daha mutlu, daha bağlı ve adanmış olacağı gibi işyerleri de daha anlamlı bir hale gelecektir. Bunlar bireysel olarak çalışanları, bir bütün olarak da tüm örgütü olumlu etkileyecektir. Mutluluk ise beraberinde getirdiği olumlu yan etkiler nedeniyle işyerlerinde uygulanan pozitif psikoloji uygulamalarının kalbi niteliğindedir. İşyerindeki mutluluk iş tatmini, işe adanmışlık ve bağlılık gibi birçok olumlu etkiyi de içerir. Gavin ve Mason (2004) tarafından yapılan bir araştırmada çalışanların pozitif duyguları ve mutluluklarının organizasyonun başarı ve sürekliliğini arttırdığı sonucuna ulaşılmıştır (Gavin, Mason, 2004).

Konuyla ilgili literatür incelendiğinde mutluluğun organizasyon içinde birçok pozitif çıktıya neden olduğu ve mutluluk ile bu kavramlar arasında pozitif ilişki olduğu ile ilgili birçok araştırma vardır. Field ve Buitendach (2011) yılında 246 kişi üzerinde yapılan araştırmada, çalışan mutluluğunun bağlılık ve adanmışlık üzerinde olumlu etkileri olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Field, Buitendach, 2011).

Çalışan psikolojisi alanında yapılan çalışmalar genellikle olumsuz konular olan stres ve tükenmişlik, işyerinde duygusal taciz, iş güvencesizliği, işsizlik psikolojisi ve depresyon, öğrenilmiş çaresizlik, yabancılaşma, işyeri devamsızlığı ve işten çıkarma gibi konular üzerinde yoğunlaşmıştır. Günümüzde ise psikolojide yaşanan pozitif psikoloji akımı çalışma hayatına da yansiyarak pozitif çalışma psikolojisi adı altında değerlendirilen iki ana yaklaşım sayesinde örgütsel davranış daha olumlu bakış açısıyla incelenmeye başlamıştır. Bu iki ana yaklaşımdan birincisi Michigan Üniversitesi'nden bir grup araştırmacının önderliğini yaptığı, daha çok makro ve örgütsel bir bakış açısı benimseyen Pozitif Örgütsel Düşünce Okulu

(PÖDO) diğeri ise daha mikro ve bireysel açıdan pozitif çalışma psikolojisi araştırmalarında bulunan Nebraska Üniversitesi Gallup Liderlik Enstitüsü çalışmalarıyla ortaya çıkan Pozitif Örgütsel Davranış (PÖD) yaklaşımıdır. Bu iki yaklaşım doğrultusunda örgütsel davranış bilimi dönüşüm içine girmiş, olumsuz bakış açısına sahip geleneksel örgütsel davranış teorileri terk edilmeye başlamıştır (Solmuş, 2008).

### **3.1.1 Pozitif Örgütsel Düşünce Okulu (Positive Organizational Scholarship)**

Pozitif Örgütsel Düşünce Okulu, psikolojide yaşanan pozitif akımın örgüt çalışmalarına yansımadır. Çalışan bireyin güçlenmesi ve gelişmesi, çalışana zindelik aşılması ve direnç kazandırmayı amaçlayan örgüt dinamiklerine odaklanmıştır. Bu şekilde de bireyin ve dolayısıyla da örgütün performansını arttırmayı hedeflemektedir. Kavramı daha iyi anlamak amacıyla kavramı oluşturan kelimeleri tek tek incelediğimizde; pozitif kelimesi örgüt içinde yükselen süreç ve dinamiklere odaklanan olumlu bakış açısını, örgütsel kelimesi örgüt içindeki süreç ve koşulları, düşünce okulu da olumlu olguların teorik bazda bilimsel bir şekilde incelenmesini ifade etmektedir. Örgüt içinde yaşanan olumlu olaylar ve bunların yorumlanması pozitif örgütsel düşünce okulunun odak noktasını oluşturmaktadır. Buna odaklanırken olumsuz duyguları da yok saymaz ve olumluyu açığa çıkarabilmek için olumsuz olarak değerlendirilen zorluk ve engellerin yorumlanması, yönetilmesi ve dönüştürülmesi gerekliliğini savunmaktadır. Çalışma alanları da örgütsel vatandaşlık, kurumsal sosyal sorumluluk, yaratıcılık, olumlu sosyal davranış ve olumlayıcı sorgulama (örgütlerde yolunda gitmeyen birşeyi, bir sorunu gidermek yerine ne yolunda gidiyorsa örgütü ona göre inşa etmek) metodu gibi konulardır (Solmuş, 2008).

Rego vd. (2010) tarafından Örgütsel vatandaşlığın belirleyicisi olarak gördükleri çalışan mutluluğu ve organizasyonel erdemlilik arasındaki ilişkiyi incelemek amacıyla 2016 katılımcıyla yapılan araştırmada 3 önemli sonuca ulaşılmıştır. Birincisi organizasyonlar ve şirket yöneticilerinin çalışanlarının mutluluğunu ve örgütsel vatandaşlığını arttırmak için çalışmalar yapmaları

gerekmektedir. Bunun sonucunda oluşacak iyi sonuçlar yani çalışan mutluluğu ve örgütsel vatandaşlık davranışı göstermeleri hem çalışanların bireysel olarak hem de organizasyonun bütün olarak performansını arttıracaktır. Üçüncü olarak da, çalışan mutluluğu ve organizasyonel erdemliliğin artması çalışanların bireysel olarak, organizasyonun da bütün olarak psikolojik açıdan sağlıklarının artmasını sağlayacaktır (Rego vd., 2010).

### **3.1.2 Pozitif Örgütsel Davranış (PÖD)**

Olumlu duyguların deneysel araştırmalar ile ayrıntılı bir şekilde incelendiği Pozitif Örgütsel Davranış yaklaşımında, insan kaynağının güçlü yönleri ve psikolojik kapasitesinin günümüz işyerlerinde ölçülebilir, geliştirilebilir ve yönetilebilir olduğu ifade edilmektedir. Pozitif Örgütsel Davranış, geleneksel örgütsel davranışa alternatif olarak solutojenik yaklaşım ile bireylerin baş etme yetkinliklerini artıran mesleki ve kişisel sağlık özelliklerine odaklanmaktadır. Bu şekilde mesleki verimliliği artırma amaçlanarak pozitif örgütsel davranış ile çalışanların iyilik halleri de sağlanacaktır. Solutogenesis den türemiş olan solutojenik kelimesi alternatif tıp olarak hastalığın kendisine odaklanmaktansa hastalıklı yaklaşım, insan sağlığı ve iyilik halini destekleyen faktörlere odaklanılması gerektiğini savunan bir yaklaşımı ifade eder. Bu yaklaşımın öncüsü Luthans'a göre Pozitif Örgütsel Davranış çalışmaları özyeterlik, umut, iyimserlik ve direnç gibi olumlu duyguları içermektedir. Bu olumlu duygular "Pozitif Psikolojik Sermaye"yi oluşturan unsurlardır ve kişiye özgüdür, durum temelli oldukları için de geliştirilmeye açıktırlar, ölçülebilir, bireyin performansı üzerinde etkili ve titiz bir bilimsel çalışmaya uygundur. Yani, doğuştan gelen ve değişmez kişilik özellikleri değildirler, durum temelli, ölçülebilir ve geliştirilebilir özellikleri vardır. Bu nedenle örgütlerin pozitif psikolojik sermaye boyutlarını destekleyip geliştirmeleri hem çalışanların hem de örgütün performansı için, çalışma yaşamında iyilik halinin sağlanması adına çok önem taşımaktadır (Solmuş, 2008).

### **3.2 İş Yaşamında Öznel İyi Oluş**

Maslow'a göre (1954) insanın davranışlarına yön veren ve güdüleyen insanın ihtiyaçlarıdır ve bu ihtiyaçlar davranışa yön vermektedir. Özgün ve mutlu bir varoluş

biçimi geliştirmek için, insan gerçekte neye ihtiyaçı olduğunu bilmelidir. “Farkındalığın farkındalığı” olarak tanımlanabilecek bu durum, bireyin varlığını çevreleyen sosyal bağlam içinde, kendini ifade etmesini sağlar. Tüm insanların ulaşmaya çabaladığı son değer aslında; kendini tamamlama, bütünsellik, psikolojik sağlık, bireyleşme, özerklik, yaratıcılık, üretkenlik gibi değişik şekillerde adlandırılan kendini gerçekteştirme ihtiyaçıdır. Özgerçekteştirme Kuramında insan, kendini gerçekteştirmeye çalışan bir varlık olarak görülmekte ve insan, olabildiği kadar kendini geliştirme ve gerçekteştirme potansiyeli olan bir canlı olarak tanımlanmaktadır. İnsan doğasında en iyiyi yapma ve yetkinleşme çabası vardır. Bu yolla mutluluğu aramakta ve mevcut potansiyelini gerçekteştirmeye çalışmaktadır (Aydın, Yılmaz ve Altınkurt, 2013).

Küçük bir bebek hislerini çok basit ve kolay bir dille ifade edebilirken, kişiler büyüyüp yaşları ilerledikçe hislerini ifade etmeleri daha zorlaşmaya başlar. Bebekken çok küçük şeylerle mutlu olup, mutluluğunu da açıkça belli eden insanların yaşlarıyla birlikte mutlu olmalarını sağlayan kriterlerin sayıları da artar. Buna paralel olarak duygusal hayatları da daha karmaşık hale gelir. Bir bebek için ihtiyaçlarının karşılanması mutluluğu sağlarken, yetişkin bir insanın sadece ihtiyaçlarının karşılanması mutlu olması için yeterli olmamaktadır. İhtiyaçlarının karşılanması, hayat koşullarının iyi olması, başarı ve içinde buldukları her ortamda mutlu hissetmek gibi artan sayıda kriterler mutluluğu sağlamak için gerekli olmaya başlar (Fraser, 1971).

İlerleyen yaşlarda kişilerin toplumsallaşma kaynağı çalışma ortamları yani işyerleridir. Kişiler öğrencilik döneminde bile para kazanmak amacıyla yarı zamanlı olarak çalıştıkları işyerlerinde birçok şey öğrenerek deneyimleme şansı bulur. Çalıştığımız işyeri değer ve normlarımızı etkileyerek dünya görüşümüzü, değer ve normlarımızı etkilediği için büyük önem taşır. Buna örgütsel toplumsallaşma adı verilir. Kişiler çalıştıkları örgütün kültürünü öğrenirken etkilenir ve buna uygun hareket etmek durumunda kalırlar. Eğer bu davranışları benimsemezlerse de işte başarılı olmadıkları gibi atılma tehlikesiyle de karşı karşıya kalırlar. Bu nedenle kişilerin çalıştıkları örgütlerin yaşamlarında ve toplumsallaşma sürecinde tartışılmaz bir yerleri ve önemi vardır. (Özkalp ve diğerleri, 2005).

Çalışma tarihine bakıldığında geçmişte bireylere iş konusunda çok daha az seçenek sunulduğunu görülmektedir. Seçenek az olduğu için kişiler daha çok ailelerinin yaptıkları işleri yapmak zorunda kalarak çiftçi, çoban ya da zanaatçı olmaktadır. 16. Yüzyıl ile birlikte gençler çiftliklerini terk edip kentlere gitmeye başlayınca daha çeşitli iş olanaklarına sahip oldular. Günümüzde halen dünyanın birçok yerinde kırsal kesimde ya da yoksul ülkelerde çok az iş seçeneği mevcuttur. Genel olarak sanayileşmiş ülkelerde ve bu ülkelerin büyük yerleşim merkezlerinde iş seçenekleri oldukça fazladır. Bu seçenekler içerisinde kişinin kendi yapısına ve eğilimlerine uygun olanı seçmesi daha iyi olur. Ancak insanlar hala kendilerine sunulan işlerin en fazla para getirenini seçme eğilimi gösteriyorlar. Oysaki iş seçerken parası az olsa bile bireye ailesi ve arkadaşlarına ayırabileceği daha fazla zaman tanıyan bir iş seçmek daha iyi olacaktır (Lama ve Cudler, 2008).

Çalışan kişilerin yaşamının en verimli ve uzun döneminin geçtiği iş yerlerine hergün aynı heyecanla gidip çalışması ve en iyi şekilde ve zamanında işini bitirmeye çalışması için işini severek yapması gereklidir. Bu şekilde hem kendine hem de işletmeye faydalı olacaktır. Günümüzde batı ülkelerinde çalışanların sadece para kazanmak için değil aynı zamanda severek çalışıp yapmaktan mutluluk duyacakları bir işe sahip olmak istedikleri kabul edilmiş bir gerçektir. İşletmelerin çalışanlarına bu tür bir işi temin etme sorumlulukları vardır. Çalışanın kişisel özellik ve becerilerinin belirlenerek işe yerleştirilmesi, işte kendini geliştirmesine yardımcı olunması ve emeğinin adil olarak ödüllendirilmesi karşılığında çalışan da işletmenin istediği performansı gösterecektir (Baysal, 1993).

Çalışma hayatı ve kişilerin işleri ile ilgili araştırmalar çok eskiye dayanmaktadır. Üç bin yıl önce Çinliler “iş” kelimesini iki eski sembol ile oluşturmuşlardır. İlk sembol doğum ve yaşamı, ikinci sembol ise anlamı simgelemektedir (Fisk, 2008). Yani iş ve çalışma hayatı kişinin doğum ve yaşamına anlam katan bir kriterdir.

İş kavramının tüm dillerde yararı bulunan bir eylemi ifade eden ortak bir tanımı vardır. Sosyolojik olarak başkaları için yararlı bir şey üreten faaliyet olarak tanımlanan iş, psikolojik olarak da istenen amacı en etkin ve etkili şekilde başarmak için iç ve dış çevrelerin becerili bir biçimde örgütlenmesi değiştirilmesi ve



kontrolüdür. Hem kişisel hem de toplumsal açıdan birinci amaç olan yaşar kılabilmek için yararlı eylem bir gerekliliktir. İnsanlar yaşar kalmak için hayatlarında bazı amaçlar edinip bu amaca yönelik eylemler geliştirirler. Bu amaç için çalışma yaşamına katılıp iş sahibi olurlar ve böylece işe yaramaya çalışırlar. Kişinin iş sahibi olması, yaptığı işten dolayı yaratılan hayranlık, saygı ve sevilmiş olma hissini verdiği güven duygusunun yanında varlığını kanıtlama ve doğrulama olanağı da verir. İş yerindeki arkadaşlıklar sayesinde kişinin normal sosyal güdeleri de karşılık bulur. İş insanın zamanını değerlendirir yaşam enerjisini faydalı amaçlara yöneltmesini sağlar ve bunların sonucunda elde ettiği doyumla ruh sağlığını korumasını sağlar (Baysal, 1993).

Yapılan işin işi yapan kişi açısından aşağıda sıralanan 3 temel anlamı vardır (Koçel, 2013):

- İşin ekonomik değeri ve anlamı,
- İşin sosyal statü ve prestij değeri ve anlamı,
- İşin psikolojik değeri ve anlamı.

Çalışma eylemin gerçekleştiği yer olan işyerleri pozitif psikolojinin ilgi alanına giren ve ilgilenmesi gereken konuların başında yer alır. Bireyin hem kendisini, hem de kendisine bağımlı olanların geçimini sağlamak amacıyla yaşamının önemli bir bölümünü temsil eden çalışma olgusu bazı bireyler için bir zevk olarak ifade edilirken kimileri içinse sadece bir zorunluluk ve geçim sağlama aracı olarak tatsız bir deneyim şeklinde ifade edilmektedir (Solmuş, 2008). Çalışma saatleri, vardiyalı çalışma düzeni, fiziksel tehlikelerin varlığı, verilen sorumlulukların fazla olması, zaman baskısı, hata yapma korkusu ve işten atılma gibi birçok neden çalışanları gerilime sokar. Bu tip olumsuzluklar kan şekeri, vücut ısısı, metabolizma ve zihinsel verimliliği etkilediği gibi mutluluğu ve iş motivasyonunu da azaltır (Tarhan, 2013). Çalışanın işinin kendi yetenek, beceri, kişilik özellikleri ve değerler sistemine uygunluğu çalışanın iş ortamına uyumu, iş doyum ve mutluluğun temel koşuludur (Tevrüz, 2000).

Johnson (2004) tarafından 10 farklı organizasyonda çalışan 176 kişiyle yapılan araştırmada, duygusal zeka ve özerklik kriterlerinin duygusal emek, tükenmişlik, iş tatmini ve işle ilgili duygusal iyilik algısı üzerinde moderatör bir

etkiye sahip olduğu sonucuna varılmıştır. Duygusal zekanın ve verilen duygusal emeğin yüksek olması durumunda işyerinde alınan olumlu sonuçlar artmakta ve işle ilgili iyilik algısı da yükselmektedir (Johnson, 2004).

Pozitif psikoloji alanındaki gelişmeler sonucunda iş yaşamında iş kazaları, tükenmişlik ve kardiyovasküler hastalıklar gibi değişkenler dışında pozitif özellikler bazında iş doyumunu, örgütsel bağlılık ve motivasyon gibi alanlarda çalışmalar gerçekleştirilmiştir. Endüstri psikolojisinde kişilerin kapasitelerini güçlendirici, yaşama uyum sağlamalarını kolaylaştırıcı ve bu yolla bireylerin iş yaşamlarındaki performanslarını geliştirici yönde çalışmalar yapılan alan “iş yaşamında mutluluk (öznel iyi oluş)” olarak tanımlanmaktadır (Eryılmaz ve Doğan, 2012). Kişiler kendi yaşamlarıyla ilgili değerlendirme yaptıklarında bu kavrama “öznel iyi oluş” ve organizasyonda çalışanlar işleriyle ilgili değerlendirme yaptıklarında da “işle ilgili duyusal iyilik algısı” adı verilmektedir (Diener, 1984; Carsten vd., 2003). Mutluluk Müdürü olarak Positive Sharing firmasında alışan Alexander Kjerulf'e göre iş hayatında mutluluk, çalışanların yaptığı işten zevk almasıdır (Chawsithiwong, 2007). Maenapothi'e (2007) göre, işyerinde mutluluk çalışanların işi sadece para kazanmak için yaptıkları bir iş olarak görmemeleri ve yaptıkları işten mutluluk duymaları anlamına gelir. Bu şekilde çalışanlar sayesinde hem bireysel hem de örgütsel düzeyde hedeflenen amaçlara ulaşılacaktır (Maenapothi, 2007).

İnternet üzerinden perakendecilikte yıllık cirosu 1 milyar doları aşan Zappos firmasında iş yaşamında mutluluk üç türlü tanımlanmaktadır (Hsieh, 2011):

- Keyif: Keyifle ilgili olan mutluluk çeşidi sürekli bir sonraki zirvenin peşinden koşmak anlamını taşır. Buna “rock şarkıcısı” tarzı mutluluk adı verilir. Çünkü bu mutluluk türü devamlı uyarıcı etkiler altında sürdürülebilir ama kişinin rock şarkıcısı gibi bir hayatı yoksa mutluluğunu uzun süre koruması çok zordur. En kısa süreli mutluluk türü olduğu için uyarı kaynağı kaybolduğunda kişinin mutluluk seviyesi de hemen düşmektedir.
- Tutku: Tutku şeklinde olan mutluluk çeşidi bir akış özelliğine sahiptir. Kişinin yaptığı işe şevkle sarılarak sergilediği üst düzey performans sırasında zaman akıp gider. Bu tür mutluluğun süresi keyif kaynaklı mutluluktan biraz

daha uzundur. Profesyonel atletler bu tür mutluluğu “formun zirvesinde olmak” olarak tanımlarlar.

- Ulvi Amaç: Bu mutluluk çeşidi kişinin kendisinden daha büyük çapta ve kendisi için anlamlı olan bir şeyin bir parçası olma hissini içerir. Yapılan araştırmalar bu mutluluk türünün en uzun süreli mutluluk olduğunu göstermektedir. Kişinin hayatını keyif verici mutluluğun peşinden koşarak geçirmesi yerine en uzun soluklu mutluluk getiren ulvi amaçları belirleyip bunlara yönelmesi en doğru stratejidir.

Russell (1980) işle ilgili duyuşsal iyilik algısını memnuniyet ve tatmin olarak iki boyutta tanımlamıştır (Russell, 1980). İşle ilgili duyuşsal iyilik algısı çoğu zaman işle tatmini ile aynı anlamda kullanılmaktadır. İlk kez Warr (1990) tarafından iki kavramın farklı anlamlar içerdiği düşüncesi ortaya atılmıştır. Ona göre işle ilgili duyuşsal iyilik algısı kişinin çalışırken neler hissettiği ve bu hislerini etkileyen kişisel ve çevresel etkenlerin analiz edilerek araştırılmasını kapsamaktadır (Warr, 1990).

Birey için çalışmanın ne anlama geldiği konusu çalışma psikolojisi üzerinde yapılan araştırmaların çok uzun süredir üzerinde durduğu ve halen hakkında teoriler üretmeye çalıştığı önemli konulardan biridir. Çalışma konusunun bilim dünyasında bu kadar önemli bir yer tutmasının nedeni insan yaşamının büyük bir kısmını çalışma olgusunun kaplamasıdır. Çalışma sözcüğünün kelime kökeninin İngilizce, Almanca ve Fransızcadaki karşılıkları “işin zevk alınmaktan çok katlanılan bir şey” anlamını taşımaktadır. Çok eskiden beri çalışmak daha çok zorunlu görülen bir eylem olarak görülmüş, acı ve eziyet çekmekle özdeşleşmiştir. Peki, bu durumda çalışma mutluluğu diye bir kavramdan söz etmek ve çalışırken mutlu olmak mümkün olabilir mi? Çalışma ve mutluluk birbirleriyle uyuşabilir mi? Biz bu çalışmada bu soruların cevaplarını aramaya çalışacağız ve çalışma hayatında mutluluğa nasıl erişilebileceğinin üzerinde duracağız (Solmuş, 2008).

Duyguların iş yerindeki rolü genellikle görmezden gelinerek örgüt davranışlarında gözlenen bilişsel süreçler bağlamında ikincil veya dolaylı olarak çalışma alanı bulmuştur. Son dönemde genel psikoloji alanında duygu konusuna artan ilgiye paralel olarak, çalışma hayatında da doğrudan duygusal yaşantılara

odaklanan ve çalışma hayatının farklı süreçlerinde duyguların rolünü inceleyen araştırma sayısı artış göstermiştir (Solmuş, 2007). Literatürde hangi olumlu duyguların mutluluğu oluşturduğu konusunda birçok araştırma yapılmıştır (Maslow, 1970).

Çalışma hayatı ve mutluluk ilişkisi konusunda yapılan araştırmalar incelendiğinde, iş ve kariyer ile mutluluk seviyesi arasında yüksek düzeyde bir etkileşim görülmektedir. Sadece doktor, din görevlisi gibi topluma anlamlı görünen işler değil hastane çalışanı, apartman görevlisi gibi işler de yüksek seviyede mutluluk getirmektedir. Yani, herhangi bir sektörde veya iş alanında çalışanların 1/3'ü işlerini “çağırma yönelimi” olarak algılamaktadır. Çağırma yönelimli olan çalışanlar mesleklerini para ya da şöhret için yapmazlar, mesleklerinin başlı başına değerli olduğuna inanırlar. Meslek yönelimli olan insanlar ise işlerini amaca ulaştıran bir araç olarak görürler. Meslek paraya eşittir ve hayatları için önemli değildir. Kariyer yönelimi olanlar ise işi daha ileri gitmek için bir yol olarak görür ve kariyerlerinde ilerleme ile beraber gelecek dış kaynaklı ödüllere odaklanırlar (Hefferon, Boniwell, 2014).

İnternet üzerinden perakendecilikte yıllık cirosu 1 milyar doları aşan Zappos firmasında mutluluk benzer parçaların (fraktal) oluşturduğu bir kavram olarak tanımlanmaktadır. Fraktal, birbirine benzeyen parçalardan oluşan ve parçaların her biri büyütüldüğünde veya küçültüldüğünde diğerlerine benzeyen bir şekil alan anlamına gelmektedir. Pek çok doğal cisim de bu özelliği taşımaktadır. Örneğin; bulutlar, dağ sıraları, şimşekler, kıyı şeritleri, kar taneleri, karnabahar ve brokoli gibi sebzeler ve hayvanların postlarını süsleyen motifler gibi. İnsanları mutlu eden faktörler (keyif, tutku ve amaç) ile şirketleri uzun vadeli başarıya ulaştıran faktörler (karlılık, tutku ve amaç) arasındaki benzerlikler de fraktal yapıdadır (Hsieh, 2011).

Çalışan mutluluğu kişiden kişiye farklılık gösterir. Örneğin, aynı hastanede yan yana çalışarak aynı görevi yapan bir hemşire çok mutluysa diğeri çok mutsuz olabilir. Mutluluğu etkileyen kriterlerin çok iyi analiz edilmesi gerekmektedir. Kişinin inançları ve değerleri onun kişisel mutluluk çerçevesi mutluluğunu belirleyebilir ama iş yerlerinde çizilecek mutluluk çerçevesinin kapsamının işverenler tarafından belirlenmesi gerekir. Yukarıdaki örnekte olduğu gibi mutsuz

olan hemşire ben bütün hastalara bakıyorum çok yorucu ve sıkıcı bir işe sahibim diye düşünürken mutlu olan hemşire hasta insanlara yardım etmeyi kutsal bir görev olarak algılayıp kendini çok mutlu hissedebilir. Yaptıkları iş ile ilgili algıları farklı olsa da işverenin her iki çalışanı da mutlu edecek şekilde gerekli ve eşit koşulları sağlaması gereklidir (Johns, 1996).

Mutluluk ve işteki başarı arasında yapılan kapsamlı araştırmalara göre meslek yönelimli olanlar gün sonunda sadece işten çıkış saatini bekleyen kişilerdir ve bu bireyler daha çok kopukluk ve stres yaşarken mutlulukları daha az seviyededir. Mutlulukları iş gününün sonuna doğru artar. Günümüzün 1/3'ünü harcadığımız yer olan işyerimizin bulunmaktan mutlu olduğumuz yer olmasını sağlamalıyız. Bu görüşü destekleyecek şekilde Harter ve Rath (2010) tarafından yapılan araştırmada katılımcılara hergün yaptıkları işleri sevip sevmedikleri sorulmuş ve sadece %20'sinden tam olarak evet yanıtı alınmıştır (Hefferon, Boniwell, 2014).

Siyasal bilimci Ronald Inglehart tarafından 16 ayrı ulustan 169.776 kişi üzerinde yapılan ankette işsizliğin yaşamdan alınan doyumunu önemli ölçüde azaltan unsurlardan biri olduğu ortaya çıkmıştır. İşsizliğin mutsuzlukla bağlantılı olduğuna dair birçok veri vardır. Oysa ki kişinin bir işi varsa ya da iş arıyorsa kendisinin yalnızca üretim için tasarlanan bir makine olmadığını unutmaması gerekir. İnsan yaşamı sadece işten ibaret değildir. Kişiler herkesin yalnızca devlet için çalıştığı, bireysel özgürlüklerinin olmadığı ve çalışanların tatillerine kadar herşeyin devlet tarafından ayarlandığı komünist bir düzende yaşamıyor artık. Zaten böyle bir düzende insanın herşeyi dolu dolu yaşaması imkansızdır. İnsanın yaşamında herşeyi yaşayabilmesi için bireyselliğe ihtiyaç vardır. Yani kişinin çalışmanın yanında tatile ve ailesi yada arkadaşlarıyla geçirebileceği boş zamana gereksinim vardır. Tüm bunlar sağlandığında yaşamı bütünüyle yaşayabilir. Bunun aksine sadece iş ve para için yaşarsa birey bütün güzel insancıl değerlerini unutur ve yaşam yalnızca bir üretim ortamına dönüşür (Lama ve Cudler, 2008).

Değişimin sadece çalışma hayatında değil yaşamın her alanında inanılmaz bir hızla yaşandığı günümüzde piyasa güçlerinin her alanda egemen olduğunu, kültürden eğitime hayatın her alanını etkilemekte olduğunu görüyoruz. İnternet ve teknolojik yenilikler ile birlikte hızla değişen zaman ve mekân algısı çalışma hayatını da çok

açık olarak etkilemektedir. Yaşamın her alanında yaşanan bu değişimler elbette çalışan bireyleri de çok farklı açılardan etkilemektedir.

İşletmelerin asıl amacı zenginlik yaratmaktır ancak bu zenginliğin ne şekilde paylaşılacağı üzerinde sorunlar yaşanmaktadır. Kurumlarda yaşanan ahlaki bozulmalar güven kaybolmasına sebep olduğu gibi, zenginliğin paylaşımında hissedarlık modelinden paydaşlık modeline doğru bir geçiş gözlemlenmiştir. Sadece hissedarların çıkarını düşünen geleneksel işletme tanımı artık yeterince etik görülmemekte, işletmenin çalışanlarından tedarikçilerine, müşterilerinden sendikalara, içinde bulunduğu toplum ve hükümete kadar her bir işletme paydaşının önemli olduğu yeni bir işletme tanımı üzerinde durulmaktadır. Bu yenilenen işletme kavramında her bir paydaş için zenginlik yaratmak amacıyla üretimde bulunmak ve kaynakları harekete geçirmek gerektiği ifade edilmektedir (Solmuş, 2008).

Günümüzde işletmenin hayatta kalabilmesi için paydaşlarının çıkarını düşünmesi ve onların sorumluluğunu üstlenmesi ve içinde faaliyet gösterdiği toplumun yararına çalışması gerektiği görüşü hakimdir. Bireyler çalışmanın karşılığında elde edilen gelirin yanında çalışmanın kendileri için anlamlı ve toplum için faydalı olduğuna giderek artan bir oranda önem vermektedir. Çalışma psikologlarının yapmış oldukları araştırmalar da çalışmanın birey için önemini giderek farklı anlamlara geldiği sonucunu ortaya çıkarmıştır. Örneğin, 1950'lerde çalışanlar o an çalıştıkları işin kendilerine sağladığı kadar bir gelire sahip olurlarsa yine işlerine devam edeceklerini söylerken sonraki yıllarda bu eğilim olumsuzla dönüşerek bireyler işin maddi getirisini önemli bulmaya başlamışlardır. Günümüzde ise mutluluğu sağlamada gelirin sanıldığı kadar önemli bir araç olmadığı ifade edilmektedir. Maddi kazanç bireyin geçinmesini sağlamanın ötesinde yaşam doyumuna katkısının fazla olmadığı, paranın giderek merkezi güdüleyici faktör olmaktan çıktığı gözlenmektedir (Solmuş, 2008).

Jones'un (2010) 418 çalışan üzerinde yaptığı araştırma sonuçlarına göre, iş yaşamında mutlu olan bir birey daha sağlıklı, daha kısa sürede motive oluyor, daha çok kazanç sağlıyor, işlere ve projelere daha çok destek veriyor, daha yaratıcı fikirler üretiyor. Çalışma arkadaşları ve yöneticileri ile de daha iyi ilişkiler kurabiliyor. İstekli olduğu için daha hızlı ve diğerlerinden fazla öğreniyor ve bunun sonucunda da

daha başarılı oluyor. Stres hormonlarından daha az etkilendikleri için kalp rahatsızlıkları ve yüksek tansiyon gibi sağlık problemlerini mutsuz kişilere oranla %50 daha az yaşıyorlar. Mutsuzluk neredeyse insan sağlığına sigara içmek kadar çok zarar veriyor. Araştırma sonuçlarına göre iş yaşamında mutlu olan bireyler mutsuz olan bireylere oranla (Jones, 2010):

- %180 daha enerjik,
- %180 özel hayatlarında daha mutlu,
- %155 iş hayatlarında daha mutlu,
- %108 işine daha bağlı,
- %79 işini daha çok seven,
- %50 daha motivasyonlu,
- %30 hedeflerini daha çok başaran,
- %25 işten ayrılmaya daha az heveslidirler.

Enerjik ve verimli çalışan insanların daha mutlu olduğu gibi yanlış bir kanı mevcuttur. Oysaki tersine mutlu olan insanlar daha enerjik ve verimlidir. Yani mutluluk enerji ve verimliliği de beraberinde getirmektedir. Tabii ki mutluluk, enerji ve verimlilik birbirlerine çok yakından etkileyen kriterlerdir ama süreci ilk tetikleyen mutluluktur. Bu yüzden iş yerlerinin öncelikle çalışan mutluluğu konusuna odaklanmaları gerekmektedir (Jones, 2010).

İş yerinde mutluluğun (işe ilişkin duyuşsal iyilik algısı) önemli olduğunu gösteren üç temel faktör aşağıda sıralanmıştır (Jones, 2010):

- Mutluluk kişinin kendisi tarafından yaratılabilir: Mutluluk kişinin kendisi tarafından başlatılan bir süreçtir. Bu nedenle bireysel mutluluğun yaratılması kolay, ucuz ve organizasyonlara aktarılması da daha esnektir.
- Mutluluk ve verimlilik arasında güçlü bir bağlantı vardır: İş tatmini ve çalışan bağlılığına kıyasla mutluluk ve verimlilik arasında güçlü bir ilişki vardır. Daha mutlu çalışanlar daha verimli çalışmaktadırlar. Başka bir deyişle iş tatmini ve çalışan bağlılığı verimliliği sağlamazken mutluluk sağlamaktadır.

- Mutluluk büyük bir kavramdır: Mutluluk iş tatmini ve çalışan bağlılığını da kapsayan geniş bir kavramdır. Mutluluk çalışana iş tatmini ve bağlılığı gibi derin duyguları sağlamaktadır.

Psikoloji araştırmalarının ve uygulamalarının, iş yaşamında uygulandığı alan endüstri psikolojisidir. Genel psikoloji literatüründe olduğu gibi, endüstri psikolojisine ilişkin literatürde de yürütölen araştırmalarda pozitif psikoloji alanındaki gelişmelerin etkisiyle patoloji odaklı çalışmalardan bireylerin ruhsal ve bedensel sağlıklarını daha iyi bir konuma getirmeye çalışan araştırmalara doğru bir eğilim oluşmuştur. Bu yönelimle iş yaşamında pozitif özelliklere yönelik olarak iş doyumunu, örgütsel bağlılık ve motivasyon gibi alanlarda çalışmalar gerçekleştirilmiştir. Lufhans'a (2002) göre, endüstri psikolojisinde bireylerin kapasitelerini güçlendirici, yaşama uyum sağlamalarını kolaylaştırıcı ve bireylerin böylece iş yaşamlarındaki performanslarını geliştirme amacıyla çalışmalar yapılmalıdır. Bu amaca yönelik çalışma alanı, "iş yaşamında öznel iyi oluş" olarak tanımlanmaktadır (Doğan ve Eryılmaz, 2011).

Ekonomik koşullar ve işgücü piyasasındaki iyileşmeyle birlikte Avrupa'da bulunan firmalar, önümüzdeki üç yıl boyunca kitlesel bir çalışan göçü olacağını bekliyorlar. Global bir yönetim danışmanlığı şirketi olan Hay Group'un, Ekonomi ve İş Dünyası Araştırmaları Merkezi (Cebr) ile ortaklaşa yürüttüğu Dünya'nın 19 farklı ülkesinde bulunan 700 milyondan fazla çalışana kapsayan yeni bir araştırmaya (Kaçış İçin Hazırlanmak Araştırması) göre; Avrupa'daki yetenek devir oranları, ekonominin çalkantılı dönemlerinde görece durağan geçen yıllar sonrasında yeniden artarak organizasyonlara önemli bir maliyet oluşturacaktır. 2014 yılıyla birlikte hız kazanmaya başlayan çalışan göçünün 2016 yılı itibariyle 39 milyonu bulması beklenmektedir. Dünya genelinde ise önümüzdeki beş yılda ortalama iş gücü devir oranlarının; 2012 yılındaki %20,6'lık orandan, 2018 yılında %23,4'e yükseleceği tahmin ediliyor. Bu rakamlar, 192 milyon civarında çalışanın işten ayrılması anlamına gelmektedir. Araştırma aynı zamanda, çalışanların elde tutulması üzerinde etkili olan temel faktörleri de ortaya koymaktadır. Bu temel faktörleri belirlerken, Hay Group'un tüm dünyada 5,5 milyonu aşkın çalışandan elde ettiği görüşlerden oluşun veri tabanının ayrıntılı incelemesinden de yararlanılmıştır. Organizasyonda kalanlarla yani buldukları organizasyonda iki yıldan daha fazla süreyle çalışanlar



ve gidenler yani iki yıl veya daha az bir süre içinde çalıştıkları şirketten ayrılmayı planlayanları birbirinden ayıran Şekil 6'da sıralanan beş ana kriter bulunmaktadır (Mısırlıgöl, 2013):



Şekil 6- Çalışanları Elde Tutmak ve İşten Ayrılmalarını Engellemek İçin Stratejiler

Kaynak: Mısırlıgöl, 2013

Jones (2010) tarafından 79 farklı ülkede bulunan toplam 3000 çalışanla yapılan araştırma sonucunda iş yerindeki mutluluk aşağıda sıralanan beş temel kriterle tanımlanmaktadır (Jones, 2010):

- Katkı: Kişinin gösterdiği çaba sonucunda organizasyona ve kendine katkısıdır.
- İnanç: Kişinin yapabileceğine dair inancıdır.
- Kültür: Kişinin özel ve iş hayatındaki kültürel seviyesinin uyumudur.
- Taahhüt: Çalışanın işle ilgili yapabileceklerinin taahhütüdür.
- Güven: Kişinin kendine ve işine güvenmesidir.

Yukarıda sıralanan 5 etken bir araya geldiğinde çalışan gurur, güven ve tanınmışlık hissedeceğinden daha mutlu olacaktır. Gurur ve güven birbiri içine geçmiş iki kavramdır. Bir kişi herhangi bir işyerinde çalıştığı için gurur duyuyorsa bu işyeri ve yöneticilerine güven de duyuyor demektir. Güven kişinin organizasyona olan inancını temsil etmektedir. Tanınmışlık kavramı kişinin yaptığı işlerin organizasyon tarafından fark edilmesi anlamını taşır. Güven ve gurur iş yerlerinde sahip olunan bir kavramken tanınmışlık iş yerinde çalışmanın karşılığında kazanılan bir kavramdır (Jones, 2010).

### **3.3 İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı**

Nicmarks (2006) tarafından yapılan araştırmaya katılan kişilere “İş yerleri için çalışan mutluluğu ne kadar önemlidir?” sorusu sorulmuştur. Araştırmada iş yerleri için çalışan mutluluğunun önemli olmadığı, iş yerlerinin sadece stresi nasıl önleyebilecekleri konusunda çalışma yaptıkları sonucuna ulaşılmıştır. Genel olarak uzun yıllardır psikolojide de olduğu gibi iş yerlerinde de mutluluk ve pozitif duygular konusunda çok fazla çalışılmamış ve araştırmalar yapılmamıştır (Edwards, 2009). Uncu, Bayram ve Bilgel (2006) tarafından 202 çalışanla yapılan araştırmada işle ilgili negatif algıların stres, depresyon ve kaygı olduğu, işle ilgili iyilik algısının da motivasyonu direkt etkilediği sonucuna varılmıştır (Uncu vd., 2006).

Endüstri ve teknolojinin hızla gelişip değiştiği ve kompleks hale geldiği dünyamızda çalışanların daha fazla psikolojik, zihinsel ve fiziksel çaba göstermeleri gerekmektedir. Bu gelişmelere paralel olarak çalışanların istek ve beklentileri de değişim göstermiştir. Çalışanları mutlu ve memnun etmenin formülü olan yüksek maaş, iş güvenliği, yan haklar, iş yeri piknikleri düzenlenmesi gibi etkinlikler artık yeterli değildir. Çalışanları mutlu ve memnun etmek isteyen yöneticilerin öncelikle kişilerin ne amaçla çalıştıklarını ve nasıl yüksek performansla çalışacaklarını analiz etmeleri gerekiyor. İnsan kaynakları yöneticilerinin çalışanlarının değerli kaynak olduğunu anlayıp onların mutluluğu için çalışmalar yapmaları gerekmektedir. Bireysel ve grup olarak çalışanların davranışlarının nedenlerini analiz ederek organizasyonel verimliliğe ulaşmaya çalışmalıdırlar (Crane, 1979).

Şirketlerin çoğu her yıl veya iki yılda bir çalışan memnuniyeti ve mutluluğunu ölçmek amacıyla “çalışan memnuniyeti” araştırması yapmaktadırlar. İnsan Kaynakları bölümünün çok önem verdiği bu çalışmada çalışanların çalıştıkları organizasyondan ne kadar memnun oldukları ölçümlenmeye çalışılır. Sonuçlar yüzlerce tablo şeklinde hazırlanarak kalın bir rapor olarak üst yönetime sunulur. Bölüm yöneticileri raporun sadece kendi bölümleriyle ilgili kısımlarını okuyarak, aksiyon almaya çalışırlar. Çalışan memnuniyeti ve mutluluğu ile yapılan araştırmalarının çoğunun özet sonuç bölümünde değişmeyen ve artık çalışan mutluluğu için yeterli olmayan aşağıda sıralanan 4 saptama yer almaktadır (Baltaş ve Uşaklıgil, 2014):

- Kurum içinde iletişimi arttırmak,
- Şirkette takdir kültürünü yaygınlaştırmak,
- Yöneticilere yönetim eğitimleri vermek,
- Ücret ve sosyal hakları iyileştirmek.

İnsan kaynaklarının yönetimi ikna ederek yaptığı çalışan memnuniyeti çalışmalarının büyük çoğunluğu “hijyen” faktör niteliğindedir. Spor salonu açmak, yemekte seçenek sayısını arttırmak, salata barı kurmak, hobi klüpleri oluşturmak, çalışanlar arasında sosyalleşmeyi sağlamak amacıyla piknikler düzenlemek gibi bazıları maliyetli bazıları da küçük bir bütçeyle sağlanabilecek etkinliklerin çoğunun etkisi kısa sürede geçer ve çalışanların mutluluğu ve motivasyonu üzerinde dolayısıyla da iş sonuçları üzerinde etkili olamazlar. Leonid Bershidsky tarafından geçen yıl Bloomberg View’de sektör araştırmalarından derlenen bulgulara göre; çalışan mutluluğuna en çok önem veren şirketlerden biri olan Google’da çalışanların işyerinde kendilerine sağlanan şartlardan son derece memnun olmalarına rağmen işten ayrılma oranları çok yüksektir. Google çalışanlarına gün boyu sunulan özel gurme yemekleri, en iyi sağlık sigortası imkanlarına sahip olma, anaokulu, spor merkezi, esnek çalışma saatleri, ödenen tatminkar maaş gibi olumlu etkenlere rağmen çalışanların görevde kalma süresi ortalama 1 yıl civarındadır. Çalışan memnuniyetinin yüksek olduğu Fortune 500 şirketlerinden biri olan Google’da çalışanlar memnun ve mutlu olmalarına rağmen bağlılıkları çok düşüktür. Mutlu ve memnun çalışanın organizasyonda kalacağına dair bir kanıt yoktur. Bu sonuca göre, organizasyonların çalışan mutluluğu ve memnuniyetinin yanında çalışan bağlılığını

da nasıl sağlayabilecekleri konusunda ayrıca analiz yapmaları gerekmektedir (Baltaş ve Uşaklıgil, 2014).

### 3.3.1 İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısını Etkileyen Değişkenler

Günümüzde insanların mutlu olmayı daha çok istemeleri, işletmelerin de kurumsal mutluluk arayışına girmelerine sebep olmuştur. Kurumsal mutluluk, işyerlerinde yüksek performans sağlamak için gereklidir. Kurumsal mutluluk arayışı için aşağıda sıralanan tanımlar kullanılabilir (Fisk, 2008):

- Mütevazı: Özel, kişisel, ilham veren ve dahil eden bir liderlik,
- Uyumlu: Hevesli, yaratıcı ve değişimi kabul edip, değişim sürecine dahil olan çalışanlar,
- Kar: Ortak fayda yaratmak amacıyla tüm paydaşların değer üretmesi,
- Güçlü: Ortak ve etkileyici bir amaç için motive olmuş çalışanlar,
- Birliktelik: Özel bir takım, topluluk ve ait olma duygusu.

Türkiye’de işe ilişkin iyilik durumunu inceleyen çok fazla çalışma yoktur. Yetim (1985) ve Şahin vd. (1997) tarafından yapılan araştırmalar sonucunda düşük ücretli işler ve meslekler ile mutluluk arasında farklılıklar olduğu bulgusuna ulaşılmıştır (Yetim, 1985; Şahin vd., 1997). Aytaç vd. (2004) tarafından yapılan araştırmalar sonucunda da stres ile işe ilişkin duygular arasında ilişki olduğu ortaya çıkarılmıştır (Aytaç vd., 2004).

İlgili yazında yer alan çalışmalar incelendiğinde işe ilişkin duyuşsal iyilik algısını etkileyen değişkenler aşağıdaki başlıklar altında sıralanabilir:

1. **Ücret:** Artık dokuz beş çalışan, uyum sağlayarak başarılı olan, başı önüne eğik, oyuna uyum sağlayan, emekli olana kadar aynı firmada çalışan kurumsal çalışan profilleri yok. Saatler süren toplantıların ardından, sürekli yeni toplantılarla dakikalarca konuşup zaman kaybetmek çok eskide kaldı. Günümüzde çalışanların çalışma stilleri de beklenti ve ihtiyaçları da değişti. İş ve çalışmak sadece para kazanmak anlamına

gelmiyor. İşi sadece para olarak düşünmek fazlasıyla rasyonel bir düşünce, oysaki iş duygusal olarak da çalışanları bağlayabilmelidir.

Kişilerin gelirlerinin artması işyerindeki duyuşsal iyilik algılarının yükselmesi için yeterli olmamaktadır. İşyerinde kişiler arasında kurulan ilişkiler ve işyerindeki memnuniyet işle ilgili duyuşsal iyilik algısını olumlu yönde etkilemektedir. Kişinin beklentisi olan gelir ve ücretin altında gelir/ücrete sahip olması ise mutluluğunu olumsuz yönde etkilemektedir. Bunun yanında, mutlu çalışanlar diğer çalışanlara göre daha başarılı ve yüksek performansla çalıştıkları için daha yüksek ücretlerle çalışmaktadırlar. Mutlu olan insanlar çalışma arkadaşlarıyla bilgi paylaşımına açıktırlar. Çalışma arkadaşlarıyla iyi ilişkiler kurabilen, girişken, sosyal insanlardır ve her konuda çevrelerindeki insanlara yardımcı olmaya çalışırlar (Zizek, 2013).

**2. Çalışma Ortamı:** İnsanlar kendilerini mutlu hissettiğinde işyerinde daha iyi çalışmaktadırlar. Bu inanişaya göre yönetimin çalışanlarının kendilerini mutlu hissedebileceği işyeri ortamını yaratmak için çalışmaları gerekmektedir. Microsoft, Nandos's ve Google gibi Dünya'nın en başarılı şirketlerine bakıldığında mutlu bir işyeri ortamı ve mutlu çalışanlar yaratmanın en önemli stratejik hedeflerinden biri olduğunu görüyoruz (Stewart, 2012). Kurumlar, işyerlerine yeni bir yaşam tarzı katmak için farklı farklı projeler üretmeye çalışıyor. Bu proje örneklerinden bazıları aşağıda sıralanmıştır (Fisk, 2008):

- Google'ın evi işyerine taşıması iş ve yaşam tarzına yeni bir anlam getiriyor.
- Mountain View'a gittiğinizde işletme içinde bulunan gurme restoranlardan birinde her gün üç öğün ücretsiz yemek yemenin keyfi de çalışan mutluluğunu destekliyor.
- Hindistan Mysore'da bulunan Infosys Technologies firmasının yerleşkesinde 96 odalı çalışan oteli ve dört restoranı olan dev beyaz bir kubbe şeklinde ve içinde son teknoloji ürünü olan bir spor salonu, bilardo odası ve bowling salonu bulunuyor.

- Şangay’da bulunan Cisco’nun yerel yönetim direktörünün arkasında her çalışanın yaşadığı yerin kırmızı ile işaretli olduğu dev bir harita var. Bu harita sayesinde, çalışanlar için daha fazla servis otobüsü planlaması yapılarak Cisco’yu gidilmesi en kolay işyeri yapabiliyor.

NSH Hull firması bütün gün işyerinde çalışıp yoğun trafik sonrasında yorgun ve stresli bir şekilde evlerine dönen çalışanlarının mutluluğu için evlerine akşam yemeği servisini ücretsiz olarak vermektedir. Çalışanlar her sabah akşam yemek istedikleri yemeğin siparişini e-mail yoluyla verip akşam evlerine ulaşmasını sağlamaktadır (Blakemore, 2010).

Kurumsal tema parkları her geçen gün çoğalıyor. Oyun odaları, uyku istasyonları, medya salonları, keyifleri oturma odaları sosyalleşmenin yanında çalışan mutluluğu ve refahını da arttırıyor (Fisk, 2008).

İnternet üzerinden perakendecilikte yıllık cirosu 1 milyar doları aşan Zappos firmasının 2009 yılında Fortune 500 dergisinin “Çalışılacak En İyi Şirketler” listesine en üst sıradan giriş yapmasının nedeni işyerinden uyguladığı mutluluk yönetimi felsefesidir. Zappos 2009 yılında vizyon ve amacını şu basit ifadeyle belirtmiştir; “Zappos’un esas amacı dünyaya mutluluk dağıtmaktır”. Zappos firmasındayeni işe başlayan her çalışana “Mutluluk Sanatı” adlı bir seminer verilmektedir. Zappos’un mutluluk tanımına göre mutluluk aşağıda sıralanan 4 temel öğeyi içermektedir (Hsieh, 2011):

- Algılanan kontrol (çalışanın kendi kariyer yolunu belirlemesi),
- Algılanan ilerleme/gelişim (sürekli devam eden bir ilerleme algısı),
- Bağlantı halinde olmak (ilişkilerin sayısı ve derinliği),
- Vizyon/anlam (kendinden daha büyük bir şeyin parçası olma hissi).

**3. İnsan Kaynakları Yönetimi Politikası:** Araştırma sonuçlarına göre mutlu kişiler mutsuzlardan daha sağlıklı ve daha uzun bir hayat sürmektedirler. Bunun nedeni bağışıklık sistemlerinin de güçlü olmasıdır. İşlerinde daha başarılı olma ve daha iyi sosyal ilişki kurma eğilimi

gösterdikleri gibi kendileriyle de daha barışıktırlar ve her türlü aksilikle daha iyi baş edebilirler. Mutlu kişiler daha yaratıcı oldukları için aldıkları kararlar daha yerindedir. Mutsuz kişiler ise zamanlarını ve enerjilerini tehlike ya da başarısızlık işaretlerine karşı tetikte bekleyerek geçirdikleri için tükenirler (Furnham, 2014).

Bir malı, hizmeti ve düşünceyi üretmek amacıyla çalışma ortamında bir araya gelen insanlar bir ilişkiler ağı oluştururlar. Oluşturulan bu ilişkiler ağının amacı çalışanlar arasındaki etkileşimin niteliğini en üst düzeye çıkararak çalıştıkları örgütün amaçlarını gerçekleştirmektir. Meydana gelen ürün veya hizmetin nitelikli olması çalışanların ilişkilerinin istenen nitelikte olmasına bağlıdır (Başaran, 1998). Mutlu çalışan daha başarılı olacağı için ortaya çıkacak iyi hizmet kalitesi de hem müşterileri hem de işletmeyi mutlu ve memnun edecektir. İnsan kaynakları uygulamalarının en önemli başarı kriteri çalışanların ve firmanın mutluluğunu ve memnuniyetini sağlamaktır. Burada ifade edilen çalışan memnuniyeti ve firmadan beklentisi yaşam kalitesinin yükseltilmesi, firmanın memnuniyeti ve çalışandan beklentisi ise verimlilik anlamına gelmektedir. Bu iki kavramın gerçekleşmesi durumunda ise müşteri memnuniyeti ortaya çıkacaktır. Hangi sektörde olursa olsun işletmenin başarılı olması için insan kaynağının yani çalışanların ne kadar önemli olduğu “en önemli kaynağımız: insan kaynağımız” olarak ifade edilmektedir. Bu söylemlerin slogan olmaktan daha öteye gidebilmesi için çalışan odaklı uygulamalarla desteklenmesi ve bunun insan kaynakları politikası haline getirilmesi gerekmektedir (Çırpan, 2006).

- 4. Sosyal İlişkiler:** Mutluluk düzeyi daha yüksek olan bireylerin daha iyi sosyal ilişkilere sahip olduğu, işlerinde daha başarılı olup daha çok kazanç sağladıkları ve daha uzun bir yaşam sürüp sağlıklı yaşadıkları yani böylesi önemli sonuçlar doğurması göz önüne alındığında, ulusal ve kurumsal mutluluk izleme mekanizmalarının kurulmasını zorunlu hale getirmektedir. Bu doğrultuda mikro anlamda işletmelerin, makro anlamda da ulusların çalışanlarının iyilik hallerini izleyerek daha iyi hale getirmek için çalışmalar yapmaları gerekmektedir. Bu düşünce yapısından

hareketle Turner, Barling ve Zacharatos (2005) çalışma yaşamında daha sağlıklı ve olumlu bakış açısının mümkün olabileceğini ifade ederek, iş odaklı iyilik hali (job-related well being) kavramı üzerinde durarak, sağlıklı çalışma modeli ve çalışanların iyilik haline katkıda bulunan örgüt uygulamalarını belirlemişlerdir. Bu modele göre, yüksek özerklik içeren iş dizaynı, takımlar ve çalışma grupları ve dönüşümcü liderlikten oluşan çalışma süreci; güven, örgütsel bağlılık, esnek rol oryantasyonu, hissedilen sorumluluk, algılanan kontrol ve hissedilen aidiyetten oluşan olumlu (pozitif) süreç ve mekanizmalarla birleşince rol genişliği, öz yeterlilik, iyilik hali, fiziksel güvenlik, proaktiflik, üstünlük, büyüme ve örgütsel vatandaşlık gibi olumlu sağlık sonuçlarını oluşturmaktadır. Çalışılabilir En İyi Yerler Enstitüsü'nün (<http://www.greatplacetowork/index.php>) 20 yıllık araştırma sonuçlarına göre de, çalışanların yönetime güven duyması, işinden övünç duyması ve çalışma arkadaşları ile iyi vakit geçirmesi çalışılabilir iyi bir çalışma ortamının temel özelliklerdir. Örgütlerin çalışma ortamına ait özelliklerin yanı sıra, çalışanın kendisinden kaynaklanan bazı özellikleri de işlerinden mutlu olup olmamalarını etkiler. Wrzesniewski, McCauley, Rozin ve Schwartz'a (1997) göre, çalışanlar üç tür çalışma yönelimi içindedirler. Birincisi çalışmayı sadece yaptıkları işin karşılığı olarak para (maaş) almak şeklinde gören ve işi yaşamın olumlu bir yönü olarak algılamayan iş (job) olarak görenlerdir. İkincisi çalışmayı kariyer olarak gören, çalışmayı sadece iş olarak görenlere oranla daha derin bir bireysel yatırım içinde bulunan, çalışmanın anlamını maaş, prestij sağlama ve gücü elinde bulundurma gibi kariyerin kendilerine sağladıkları olarak gören ve ilerlemeye odaklanan kişilerdir. Son olarak çalışmayı bir çağrı (calling) olarak gören kişiler ise para, prestij ve güçten çok kendiliğinden bir değer ve ödül olarak görürler. Çalışmanın kendilerine sunduğu tatmin duygusundan zevk alarak sosyal açıdan yararlı bir iş yaptıklarını düşünürler. Çalışmayı çağrı olarak gören gruba örnek olarak Seligman (2002) hastanede çalışan temizlik görevlilerini vermektedir. Bu görevlilerin ortak özellikleri; hastaların iyileşmesine katkıda bulduklarını düşünmeleri, verimlilik için kendilerini programlıyor olmaları, doktor ve hemşirelerin ihtiyaçlarını önceden tahmin etmekten



dolayı kendileri ile gurur duyuyor olmaları ve duvarları süsleyerek, mobilyaların yerlerini değiştirerek, hastaların günlerini renklendirmeye çalışıyor olmalarıdır. Çalışmayı çağrı olarak gören kişiler için, mükemmel işe ulaşmak değil, işi mükemmel ulaştırmak önemlidir. Bu bireyler yaptıkları işten aldıkları doyum arttıkça çalışma mutluluğuna da erişme şansına sahip olurlar (Solmuş, 2008).

**5. Pozitif Algı:** Claes ve Loo (2011) tarafından 17 farklı organizasyonda çalışan 50-64 yaş arasındaki toplam 133 çalışan arasında yapılan araştırmada, proaktif davranış ve pozitif algı arasında direkt olumlu bir ilişki olduğu ve pozitif algının da işe ilişkin duyuşsal iyilik algısını oluşturduğu sonucuna ulaşılmıştır. Benzer şekilde Hartogue ve Belsehak (2007)'da 359 çalışan 80 yönetici ile yaptıkları çalışma sonucunda pozitif düşünce pozitif algı ile proaktivite arasında olumlu bir ilişki olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Hartok ve Belshack (2007)'de yaptıkları araştırmada pozitif algının hem proaktivite hem de işle ilgili duyuşsal iyilik algısını olumlu yönde etkilediği sonucuna ulaşmışlardır. Pozitif algı çalışanların tükenmişlik ve iş tatminlerini olumlu yönde etkilerken, emeklilik için olası süreyi de ötelemektedir. Yani, iş yaşamında pozitif algıya sahip olan çalışanlar daha geç emekli olma eğilimi göstermektedirler. Tersine negatif algıya sahip olan çalışanlar ise, erken yaşlarda emekli olmaya eğilimlidirler. Claes ve Loo (2011) tarafından yapılan araştırma sonucuna göre, yaş ilerledikçe pozitif algı arttığı için emeklilik yaşı da ötelenmektedir. Cinsiyet ile emeklilik yaşı arasında ise herhangi bir ilişki bulunamamıştır. Buna göre çalışanların yaşı ilerledikçe daha çok proaktif çalışıp iş hayatına katkıda bulunarak, daha geç yaşlarda emekli olmaktadır. (Claes, Loo, 2011).

**6. Sosyo-demografik Değişkenler:** İşyerindeki demokratik değişkenler özellikle de yaş ve cinsiyet farklılıkları yöneticilerin yönetmekte zorlandıkları işle ilgili duyuşsal iyilik algısını etkileyen değişkenlerdir. Sosyo-demografik değişkenlerin işle ilgili duyuşsal iyilik algısına etkilerini ilk olarak Diener vd. (1999) saptamıştır. Sosyo-demografik değişkenler arasında cinsiyet ve yaş işle ilgili duyuşsal iyilik algısını en

çok etkileyen temel değişkenlerdir. Bu konuda Lincoln ve Allen (2004) tarafından yapılan araştırmada yaş ve cinsiyetin negatif etkileşimle işle ilgili duyuşsal iyilik algısını etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. Yaşı ilerleyen kadın çalışanların ise işle ilgili duyuşsal iyilik algılarının düştüğü hipotezi de araştırma sonucunda desteklenmiştir. Ng ve Feldman (2010) tarafından yapılan araştırmada ise yaşı ilerleyen erkek çalışanlar daha olumlu tutum sergilese de kadın çalışanlar için aynı durumun söz konusu olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Literatürde yer alan diğer çalışmalarda da kadınların farklı yaş dilimlerindeki işle ilgili duyuşsal iyilik algıları incelenmekle birlikte, hem cinsiyet hem de yaş değişkenini bir arada inceleyen araştırmalar nispeten göz ardı edilmiştir. Wilks ve Neto (2012) tarafından cinsiyet, yaş ve işle ilgili duyuşsal iyilik algısı ile ilgili 446 çalışanla yapılan araştırma sonucuna göre cinsiyet yaşa oranla işle ilgili duyuşsal iyilik algısını daha az etkilemektedir. Orta yaşlı çalışanların (30-45 yaş arası) cinsiyetlerinin kadın yada erkek olduğuna bakılmaksızın genç (18-30 yaş arası) ve yaşlı (45-70 yaş arası) çalışanlardan daha düşük işle ilgili duyuşsal iyilik algısına sahiptirler. İş tatmini ise yaşa bağlı olarak farklılık göstermemektedir. Cinsiyet ise hem iş tatmini hem de işle ilgili duyuşsal iyilik algısı konusunda tehlike yaratacak bir etkiye sahip değildir (Wilks ve Neto, 2012).

Veldhoven ve Dorenbosch (2008) tarafından 11 farklı organizasyonda çalışan 619 kişi ile yapılan araştırma sonucunda çalışanların yaşları ilerledikçe daha proaktif davranış sergiledikleri sonucuna ulaşılmıştır (Veldhoven, Dorenbosch, 2008). Burada sözü geçen proaktif davranış kavramı, çalışanların fikirlerini sorulmadan bile rahatça ifade edebilmeleri, gelecekse olası sorunlarla başa çıkabilmeleri, müzakere yetenekleri ve problemlerin çözmek için daha fazla gayret sarf ederek daha fazla çözüm alternatifi yaratmalarını kapsamaktadır (Claes, Loo, 2011).

Luchman vd. (2011) tarafından işyerinde mutluluk ve yaş arasındaki ilişkiyi analiz etmek amacıyla yapılan araştırmada, yaşa göre mutluluğun “U” şeklinde bir ilerleme kaydettiği sonucuna ulaşılmıştır. Genç yaşlarda

(18-40 yaş arası) yüksek olan işyerindeki mutluluk seviyesi, orta yaşlarda (41-49) azalarak, ilerleyen yaşlarla birlikte (50-72 yaş arası) tekrar artmaya başlayıp eski yüksek seviyesine ulaşmaktadır (Luchman vd., 2011).

- 7. Verimlilik:** Mutluluk ve iş verimi arasında pozitif bir ilişki var olduğunu gösteren literatüde sayısız sayıda araştırma vardır. İş verimi arttırmanın yanı sıra fiziksel ve ruhsal sağlık, kendini kontrol ve kendi kendini düzenleme açısından da olumlu etkiler yaratmaktadır. Mutluluk bireylerin daha uzun ömürlü olmasını, daha yüksek gelir elde etmesini, daha yüksek verimlilikle çalışmasını ve diğer insanlar ile olan etkileşimlerini etkiler ve insanlarla kurdukları ilişkilerinden daha memnun kalmalarını sağlar. Mutluluk bireylerin ve organizasyonların verimlilik artışını sağladığı gibi kalite geliştirme, esneklik, atık ve hata sayısında azalma, stres oranında düşüş ve alt hastalıklarda azalma gibi birçok olumlu etkiye de sahiptir. Bu nedenle işletmelerin ana amacının çalışan mutluluğu ve verimliliğine odaklanarak çalışmalar yapmaları gerekmektedir ( Majidi vd., 2012).

Mutluluk ve verimlilik arasındaki ilişki çok güçlüdür. Kişiler yapmakta olduğu işlere daha fazla odaklandıklarında daha mutlu ve verimli çalışmaktadırlar. İşyerinde mutlu olan insanlar işlerine diğerlerine oranla %78 daha fazla odaklanmaktadırlar. İşlerine odaklanmayan çalışanların gün içerisinde zamanının %53'ü verimsiz çalışarak geçmektedir. Bu da mutlu ve mutlu olmayan çalışanlar arasında %47 oranında bir verimlilik farkı oluşturmaktadır. Bu sonuca göre mutlu çalışanlar diğerlerine oranla 1/4 çaba harcayarak günlük işlerini tamamlayabilmektedir ve bu da yılda 60 gün fazladan kazanmalarına sebep olur. Bu çok çarpıcı bir sonuçtur. Organizasyonlar satışları artırarak veya ekstra projeler üreterek bile bu kadar çarpıcı sonuçlara ulaşamamaktadır. İş yerindeki mutsuzluğun bedeli çok büyük ve telafi edilemezdir. Kadın ve erkekler arasında değerlendirme yapıldığında ise kadınların erkeklerden %7 daha fazla oranla daha çok iş odaklı oldukları sonucuna ulaşılmıştır. Bu da kadınların erkeklerden yılda 16 gün daha fazla çalıştığı anlamına gelmektedir (Jones, 2010).

Çalışan mutluluğu ve verimlilik arasındaki ilişki incelendiğinde aşağıda sıralanan 10 önemli sonuca ulaşılmaktadır (Jones, 2010):

- İş yerinde mutlu olan çalışanlar diğerlerine oranlar %47 daha verimlidirler.
- Mutlu çalışanların hastalık nedeniyle izin aldıkları süre yılda 1,5 gündür. Amerika ve İngiltere’de ortalama bir çalışan hastalık nedeniyle 6 gün, özel sektörde ise 11 ile 20 gün arasında izin kullanmaktadır. Mutlu kişiler daha az hasta olmakta dolayısıyla da daha az hastalık izni kullanmaktadırlar.
- Mutlu çalışanlar diğerlerine oranla %180 daha enerjiktirler.
- Mutlu çalışanların arasında yer alan kişiler de mutsuz çalışanlar arasında bulunanlara oranla %155 daha mutludurlar.
- Bağlılık tüm organizasyonların ulaşmak istediği bir kriterdir. Mutlu çalışanlar diğerlerine oranla %108 oranında daha bağlıdırlar ve iş tatminleri de %82 daha yüksektir. Motivasyon olmadan çalışanlara iş yaptırmak olanaksızdır. Mutlu çalışanlar diğerlerine oranla %50 daha motive edilmiş hissetmektedirler. Mutlu çalışanlar diğerlerine oranla potansiyellerini %40 daha fazla kullanmaktadırlar. Bunun sonucunda hedeflerini diğerlerine oranla %30 daha fazla ulaşmaktadırlar.
- Mutlu çalışanlar diğerlerine oranla işlerine %28 ve yöneticilerine %31 daha fazla saygı göstermektedirler.
- Mutlu çalışanlar diğerlerine oranla %25 daha verimli ve etkili çalışmaktadırlar ve kendilerine olan inançları da diğerlerine oranla %25 daha fazladır.
- Çalışma ortamı kişinin mutlu olmasını sağlamaya yeterli değildir. Güzel ofisler, rahat ofis mobilyaları, ileri teknoloji ile donatılmış ofisler, yüksek ücret gibi etkenler mutluluk üzerinde geçici bir etkiye neden olur. Sonrasında kişiler eski mutluluk seviyelerine geri dönerler.

**8. Performans:** Jones ve College (2006) tarafından 87 katılımcıyla 1 yıl boyunca (6 aylık 2 alt dönemde aynı uygulama test tekrar test yöntemine göre) gerçekleştirilen araştırmada, mutlu insanların performanslarının daha yüksek olup olmadığı analiz edilmiştir. Araştırma sonucunda, bireysel olarak mutlu olan kişilerin işyerinde sadece temel ihtiyaçları karşılanırsa (temiz ve sağlıklı bir çalışma ortamı, zamanında maaş ödemesi ve öğle yemeği) bile işyerinde mutlu oldukları ve işle ilgili duyuşsal iyilik algılarının da yüksek olduğu bulgusuna ulaşılmıştır (Jones, College, 2006).

Örgütsel davranış alanında çalışan uzmanlar insan davranışını anlayarak organizasyonların verimliliğini ve çalışanların mutluluğunu artırmak amacıyla araştırmalar yapmaktadırlar (Greenberg, Baron, 1997).

Genellikle mutlu çalışanların daha verimli ve üretken işçiler olduğu varsayılır. Bu muhakeme sık sık bireysel düzeyde desteklenmiş olmasına rağmen bu bulgular örgütsel performans için hala belirsizliğini korumaktadır. Literatürde bu konuda yapılan araştırmalarda (Wright, Staw, 1999; Taris, Schreurs, 2009) duygusal olarak tükenmişlik düşük örgütsel performans ile ilişkilendirilmiştir. Bu bulgular ışığında mutlu çalışanlara sahip işletmelerin daha üretken örgütler olduğu söylenebilir. Bireysel düzeyde mutluluk ve örgütsel performans arasındaki ilişkilerin daha derinlemesine araştırmalarla incelenmesi gerekmektedir. Bu sadece bireysel olarak çalışanlar için önemli değil, örgütler ve onların müşterileri içinde olumlu sonuçlar da oluşturabilecek bir olgudur. İşletmelerin ve yöneticilerin çalışanların mutluluğunu arttırma amaçlı çalışmalara önem vermeleri gerekmektedir (Wright, Staw, 1999; Taris, Schreurs, 2009).

**9. Katkı:** Katkı işyerindeki mutluluğu etkileyen en önemli kriterlerden birisidir. Katkı içten dışa ve dıştan içe olmak üzere iki alt bölümde incelenmektedir. İçten dışa olan katkılar kişinin hedeflerini gerçekleştirmesi, açık ve net amaçlara sahip olma, kendisi için yükselen değerlere sahip olma ve işyerinde güvende hissetmektir. Dıştan içe olan

kriterler ise kişinin sözüne değer verilmesi, pozitif geri bildirim alması, yöneticisi tarafından takdir edilmesi ve işinden memnun olmasıdır. Bağlılık çalışan mutluluğunu etkileyen önemli bir kriterdir. Bağlılık kişinin işini sevmesi, çalıştığı organizasyonun vizyonuna inanması ve işiyle ilgili güçlü pozitif duygulara sahip olması durumunda oluşmaktadır. Kişi yaptığı işi anlamlı ve ulaşmak istediği amaca yönelik buluyorsa hem bağlılığı artmakta hem de diğerlerinden daha çok çalışıp fark yaratmaya çaba göstermektedir (Jones, 2010).

**10. Kişilik Özellikler:** Kişilerin aynı duygu, düşünce ve tepkiler içinde olmaması farklı karakterde, mizaçta ve yetenekte olmasından kaynaklanmaktadır. Bu farklılık örgütlerin gelişmesine önemli katkı sağlayacağı için çalışma hayatı içerisinde çok önemlidir. Psikologlara göre kişilik bireyin özel ve ayırıcı davranışlarını içeren bir kavramdır. Kişilik bireyin hayatı boyunca gerçekleştirdiği davranışların da kaynağını oluşturmaktadır. İnsanların kişilik özelliklerinin bilinmesi onların kendilerine uygun olan bir işe yerleştirilmesi ve çevrelerine uyum sağlamaları açısından yöneticilere çok büyük kolaylıklar sağlamaktadır. Bireyin kişilik özelliklerini çeşitli kişilik testleri vasıtasıyla saptama imkanı mevcuttur (Güney, 2012).

İş yaşamında bir bireyin kişilik özelliklerini belirlemek için birçok farklı anket veya envanter kullanılmaktadır. Ancak bu değerlendirme araçlarının eksiği performans tahmininde bulunmamalarıdır. Bu testler kişinin niteliklerini belirleyebilir. Mesela, kişinin ne kadar dışa veya içe dönük olduğunu veya duygularına mı mantığına mı güvendiğini analiz edebilir. Çalışanların nitelikleri analiz edilse de onları kullanmakta ne kadar başarılı olacaklarını belirleyemez. Yani kişinin bir özelliğe veya yetkinliğe sahip olması performansı garantilememektedir. Halvorson (2011) tarafından geliştirilen performans öngörüsünde bulunan bir kişilik gruplama yönteminde çalışanlar terfi ve tedbir odaklı olarak ikiye ayrılmaktadır. Kişilerin motivasyon ve mutluluk odaklarının ne olduğu hayatın istek ve taleplerine, beraberinde getirdiği zorluklara karşı kişinin yaklaşımını etkilemektedir. Kişilerin odaklarının belirlenmesi

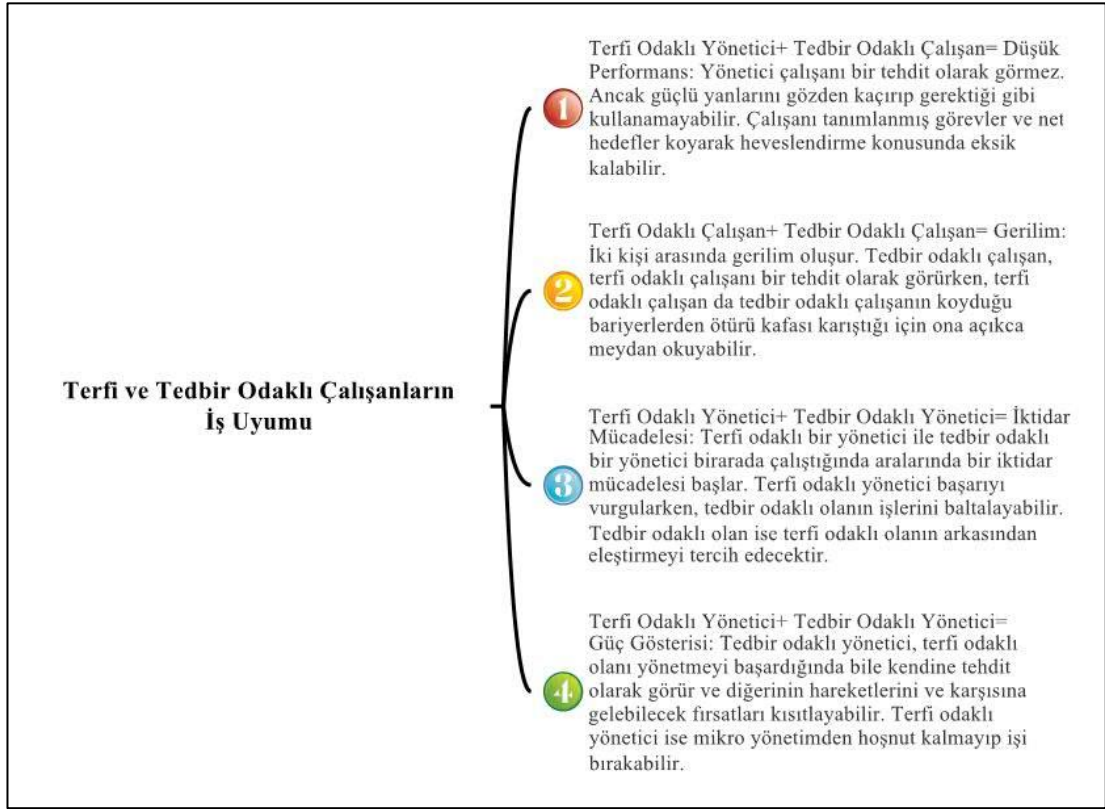
motivasyonlarını destekleyecek rol modellerin seçilerek, hedefler belirlenmesi, geribildirim alınması/verilmesi konusunda önem taşımaktadır. Aynı kişilik türleri beraber çalışıp da birbirlerinin güçlü yanlarına saygı duymadığında mutsuzluk ortaya çıkmaktadır. Çoğu insanın baskın olan bir odağı olmakla birlikte, bazı insanların her iki odağı eşit kullanması veya zaman/ duruma bağlı olarak baskın olan odaklarını değiştirdikleri görülmektedir. Terfi ve tedbir odaklı kişilere ait özellikler Tablo 3’de yer almaktadır (Halvorson, 2011):

**Tablo 3- Terfi ve Tedbir Odaklı Çalışan Özellikleri**

**Kaynak:** Halvorson, 2011

<b>Terfi Odaklı Çalışan</b>	<b>Tedbir Odaklı Çalışan</b>
Hızlı çalışır	Yavaş ve bilinçli çalışır
Çeşitli opsiyonlar düşünür ve beyin fırtınasında verimlidir	Hatasız iş çıkarmaya çalışır
Yeni olasılıklara açıktır	En kötü senaryoya hazırlıklıdır
İyimserdir	Yakın tarihlerde bitirilmesi gereken işlerde gergin olur
Yalnızca en iyi senaryoyu düşünerek plan yapar	Denenmiş ve işe yaramış yöntemlere bağlı kalır
Olumlu geri dönüş bekler ve yokluğunda motivasyonunu kaybeder	Övgü ve iyimserlikten rahatsız olur
İşler yolunda gitmediğinde keyifsiz ve depresif olur	İşler kötü gittiğinde endişeli veya sabırsız davranır

Cronfield Üniversitesi Yönetim okulunda uluslararası yönetim geliştirme profesörü olan Kakabadse tarafından 12.500’den fazla özel, kamu, askeri ve hükümet organizasyonunda çalışan kişi ve yöneticileri arasında yapılan araştırmada ortaya çıkan sonuçlar Şekil 7’de sıralanmıştır (Halvorson, 2011):



**Şekil 7 - Terfi ve Tedbir Odaklı Çalışanların İş Uyumu**

**Kaynak:** Halvorson, 2011

**11. Yönetici ve Ast-üst İlişkileri:** Otokratik yönetim modelini uygulayan yöneticilere bağlı olarak çalışan astların daha mutsuz oldukları gözlemlenmektedir. Bunun tersine demokratik yönetim modelini uygulayan yöneticilerle birlikte çalışan astlar ise hem daha fazla çalışmakta hem de kendi kararlarını kendilerinin vermesine imkan tanındığı için daha fazla inisiyatif olarak daha başarılı olmaktadır (Greenberg, Baron, 1997).

Powell ve Schlaster (1971) tarafından yapılan araştırmada, katılımcı liderlik modeli uygulayıp çalışanlarını karar sürecine dahil eden organizasyonlarda çalışanların daha yüksek moralle ve mutlulukla çalıştıkları fakat verimliliklerinde bir değişim olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Yani çalışanların kararlara katılımı onların moral ve mutluluklarını yükseltirken, verimliliklerinde herhangi bir değişim yaratmamaktadır (Powell, Schlaster, 1971).



Ünal (2014) tarafından 143 kişi ile yapılan araştırma sonucuna göre çalışanların işle ilgili iyilik algılarının yükselmesinde iş yerindeki yöneticilerin (liderlerin) önemi büyüktür. İnsan odaklı bir yaklaşımla astlarını yöneten yöneticilere bağlı çalışanların işle ilgili iyilik algıları ekstra hiçbir çalışma yapılmasına gerek olmadan kendi kendine yükselirken, negatif tutum sergileyen ve insan odaklı olmayan yöneticilere bağlı astların ise işle ilgili iyilik algıları da hızla düşmektedir (Ünal, 2014).

Türkiye’de 18 ilde bulunan 336 kişiyle yapılan araştırma sonucuna göre çalışanlar en çok iş arkadaşları ve yöneticileriyle yaşadıkları problemler, iş yaşam dengesini kuramama gibi sorunlar nedeniyle mutsuz olmaktadır (Sözer, 2014).

Çalışan her şeyden önce bir insandır. Çalışmak için işyerine giden çalışanlar hergün emeklerinin yanında kendi düşünce, özlem, tutku ve duygularını da beraberlerinde getirmektedirler. Yöneticiler çalışanları bir araç veya makine gibi görmemeli ve fiziksel güçlerinin yanında düşünsel, ruhsal ve duygusal gücü ve yönlerinin de olduğunu göz önünde bulundurmalarıdır. Çalışanlarını yakından tanıyan ve onların işletme içi ve dışı sorunlarına eğilen yöneticiler verim düşüklüğünün gerçek nedenini bularak onu giderici önlemler de alabilirler. Çalışanlarının kişiliklerine saygı duyup görüş ve önerilerine değer veren, onlarla dostça ve arkadaşça ilişkiler kuran yöneticiler tarafından yönetilen işletmelerde çok üst düzeyde iş birliği, ona bağlı olarak güç birliği, dirlik, düzen sağlanarak üretim ve verimde istenen düzeye kısa zamanda ulaşılabilir (Sabuncuoğlu ve Tokol, 2013).

Starbucks’ın kurucularından olan Howard Behar şirketlerin başarısı için yöneticilerin hizmetçi lider olması gerektiğini, çalışanlarının isteklerini gözden geçirerek onları bütün olarak şirketin ortak hedefinde buluşturması gerektiğini savunmaktadır. Behar’ın dikkat çektiği bu gerçeğin farkında olan pek çok işletme çalışanlarını anlamak, dinlemek, sıkıntılarına çözüm bulmak ve en önemlisi de onları ortak bir hedef etrafında buluşturmak amacıyla çeşitli yöntemler deniyor. Bazıları sabah kahvaltılarını ya da öğle yemeklerini

bir fırsat olarak görürken, bir bölümü de çalışanlarla birlikte sinemaya, tiyatroya veya konsere gitmeyi tercih ediyor. Sporun birleştirici ve bağ kurucu özelliğini kullanmak isteyip çalışanlarıyla koşuya çıkanlar, masa tenisi oynayanlar da bulunmaktadır. Tüm bu çabaların amacı mutlu bir çalışana sahip olmaktır. Çalışan mutluluğunu artırmak amacıyla işletme genel müdürlerinin yaptıkları örnek çalışmalar aşağıda sıralanmıştır (Sözbilir, 2014):

- Siemens genel müdürü Hüseyin Geliz, ayda iki kere yönetici olmayan çalışanlarla yemek yiyerek onların sorunlarını, önerilerini ya da iletmek istedikleri diğer konuları dinliyor.
- Deloitte Türkiye genel müdürü Hüseyin Güler, çalışan mutluluğunu sağlamak için çalışanlarıyla özel kahvaltılarda buluşuyor, hayattan tatlar adı altında yemek ve workshop gibi farklı temalarla çalışanlarla buluşarak çalışanlarını mutlu etmek için onlara birebir dokunmanın sihrine inanıyor.
- Oto Koç genel müdürü Görgün Özdemir çalışanlarıyla daha yakın ve samimi bir iletişim kurmak için sanatsal etkinlikleri kullanıyor. İş dışında da çalışanlarla bir araya gelmek için çalışma arkadaşlarıyla birlikte çektikleri fotoğraflardan oluşan bir fotoğraf sergisi açmıştır. Mutlu çalışanın mutlu müşteri anlamına geldiğini savunan Özdemir çalışan mutluluğu çalışmalarını önümüzdeki dönemlerde de ağırlık vererek devam ettireceğini belirtiyor.
- Arzum genel müdürü Murat Kolbaşı çalışanlarıyla birlikte sinema, tiyatro ve konserlere gidiyor.
- Sarkuysan Genel müdürü Hayrettin Çaycı çalışanların boş zamanlarını verimli kılarak onları mutlu etmeyi hedefleyen ve süperlig de mücadele eden bir masa tenisi takımı kurmuştur. Müziği de çalışanlarla iletişim kurmak için kullanıyor. Genel müdürlük binalarının arkasındaki boş araziye muhteşem bir bahçeye

dönüştürerek çalışanların öğle tatillerinde ve özel günlerde hoş bir ortamda dinlenip eğlenmelerini sağlayan bir ortam yaratmıştır.

- AXA genel müdürü Cemal Ezerdi adaptasyonu hızlandırmak için yeni çalışanlarla yemek yiyor bu yemek süresince çalışanlar hobilerini, özel yaşamlarında ilgilendikleri aktiviteleri bu sosyal ortamda paylaşma imkanı buluyor. Ayrıca çalışanlara bizzat kendisi kutlama mailleri göndererek çalışanların katkılarının en üst seviyede fark edildiğinin mesajını veriyor. Birlikte çalıştığı herkesi ismen tanıyarak çalışanlarını gördüğü her yerde onların son dönemde yaptığı işten bahsederek kutluyor. Bu da önemli bir mutluluk kaynağı oluşturuyor.
- Toyota genel müdürü Ali Haydar Bozkurt 2013 yılını eğlence yılı ilan etti. Daha mutlu bir çalışma ortamı hazırlamak için ilk aksiyonu ise 2013 yılı yeni yıl hediyesi olarak serbest kıyafet uygulaması başlattı. Şirketin çeşitli yerlerine yerleştirdiği “Bir Dileğim Var” kutularıyla çalışanların daha mutlu ve verimli çalışabilmesi için istek ve önerileri topladı. 2014 yılında aile etkinliklerine de daha fazla yer vererek çalışanların çocuklarının ve ebeveynlerinin çalıştığı ofisi yakından görecekleri aile günü etkinlikleri gerçekleştirdi.
- TNet genel müdürü Abdullah Kaya ayak üstü sohbet fırsatları yaratmak için çalışıyor. Büyük bütçelerle muazzam insan kaynakları programları hayata geçirilebilir ama günlük hayatta çalışanlarla temasınız bir üst perdedense o programlar gerçek anlamda çalışan memnuniyeti doğurmayacağı için asansörde, koridorda karşılaştığınız çalışanlarla ayak üstü gerçekleştirdiği sohbetlerin toplantılardan çok daha anlamlı olduğuna inanıyor. Çalışma arkadaşlarıyla karşılaşmak için fırsatlar oluşturuyor. Çalışanlar mutlu olduğunda iş verimliliği de artacağı için hem yurtiçi hem de yurtdışından saygın üniversitelerle ortak eğitim programları düzenliyor.
- Mondı Grup genel müdürü Kaan Özkan inovatif fikirleriyle şirkete katkısı olan çalışanları takdir ederek mutluluklarını artırıyor.

Hosie vd. (2012) tarafından yöneticilerin mutluluğunun iş performansına etkisini analiz etmek amacıyla 19 farklı organizasyonda çalışan 400 katılımcıyla yapılan araştırmada, yöneticilerin bireysel olarak mutluluk seviyelerinin performanslarını olumlu yönde etkilediği bulgusuna ulaşılmıştır. Bireysel olarak mutlu ve iyi performansla çalışan yöneticilerin olduğu organizasyonlarda giderlerin ve harcamaların azalarak daha verimli organizasyonel çıktılar elde edilmektedir (Hosie vd., 2012).

Fisher (2003) tarafından anlık çalışan mutluluğu ve performansı arasındaki ilişkiyi analiz etmek amacıyla 176 katılımcıyla yapılan araştırma sonucunda çalışanların anlık mutluluklarının performanslarını etkilediği sonucuna varılmıştır. Yani çalışan o an mutlu ise daha yüksek performans gösterirken, çalışma gününün ilerleyen saatlerinde mutluluk seviyesi düşerse performansta ona paralel olarak düşmektedir (Fisher, 2003).

Blake vd. (2003) tarafından 727 katılımcıyla yapılan araştırma sonucuna göre, yöneticilerle kurulan negatif (olumsuz) ilişkiler çalışan mutluluğunu olumsuz yönde etkilemektedir. Yöneticileriyle olumsuz ilişkilere sahip çalışanların olduğu organizasyonlarda çalışan kişiler standart çalışanlardır yani sadece kendisinden isteneni yapan, iş geliştirme ve performans için daha çok çalışmaya istekli olmayan kişilerdir. Standart olmayan veya standart üssü olarak tanımlayabileceğimiz çalışanlar ise daha proaktif, her zaman beklenenden çok daha fazlasını yapan ve yüksek performansla çalışan kişilerdir. Standart üssü çalışan performansına sahip olmak isteyen organizasyonlarda çalışan yöneticilerin astlarıyla kurdukları ilişkiler çalışanların mutluluğu ve performansı için kritik önem taşımaktadır ( Blake vd. ,2003).

### **3.4 Çalışma Hayatında Mutluluğu Sağlamann Yolları**

Çalışma kültürü bir “Amerikan Rüyası” üzerine kurulmuştur. İnsanlar; en iyi imkanlara, en iyi eşe ve çocuklara, en iyi kariyere, en iyi arabaya ve eve sahip olmak için tüm yaşamları boyunca çalışıp çaba gösterirler. Çalışmak bu rüyayı

gerçekleştirmek için yapılması gereken en önemli iştir. İnsanlar televizyonlarda, gazetelerde ve magazin programlarında gördükleri hayatlara ulaşmak için tüm ömürleri boyunca çaba sarf etmektedirler. Sürekli olarak kendilerini “Daha çok ne yapabilirim? Daha fazla neye sahip olabilirim?” gibi sorularla sınıyarak hayatlarındaki mutluluk seviyelerini arttırmaktadırlar. Aristo bundan yıllar önce insanlar için en iyi ve mutluluk verici şeyin çalışarak iyi bir yaşama sahip olmak olduğunu söylemiştir. Mutlu bir yaşama ancak iyi yaşayıp iyi çalışılarak erişilebilir. Hangi kültür ve toplumda yaşarsa yaşasın kişilerin yaşamlarını sürdürebilmeleri için çalışmaya ihtiyaçları vardır. Çalışmak insan hayatı için ekmek ve su kadar gerekli bir ihtiyaçtır. Terkel (1972) “Çalışmak” adlı kitabında yer alan birçok farklı sektörden çalışanla yaptığı araştırmada kişilere çalışmanın onlar için ne ifade ettiğini sormuştur. Araştırma sonucuna göre, kişiler çalışmayı hayatlarına anlam katıp gurur duymalarına neden olan en önemli kaynak olarak tanımlamışlardır. Çoğu organizasyon bu tanımlamayı gözden geçiriyor. Eğer iş yeri çalışanın hayatına anlam katacak ve ona gurur verecek şekilde yapılandırılıp yönetilirse çalışanlar da saha sağlıklı ve mutlu olacaklardır. Sağlıklı ve mutlu çalışanlarda sürdürülebilir verimlilik ve performans kaynağı olacakları için bu da daha mutlu müşteriler ve tedarikçiler olmasını sağlayacaktır. Sağlık, mutluluk ve verimlilik iyi ve mutlu bir toplum için gerekli üç önemli yapı taşıdır. Günümüzde çoğu organizasyonun yaptığı gibi sadece verimliliği yükseltmeye çalışmak yeterli değildir. Sadece bir işe sahip olup çalışmak insan hayatına anlam katmak için yeterli değildir. Hayatına anlam katan ve gurur duyacağı bir işi yapıyor olmak kişiyi mutlu ettiği gibi verimlilik ve beraberinde performansını da yükseltecektir. Aksine, iş hayatında mutsuz olan kişinin özel hayatına da bu mutsuzluğu taşıyacağı kesindir (Gavin, Mason, 2004).

Mutlu çalışanlar mutlu müşteriler yaratmaktadır. Özellikle turizm, perakende gibi müşteri ile direkt temas edilen sektörlerde mutlu çalışanların yarattığı etki daha net gözlenir. Daniel Goleman yaptığı kapsamlı araştırmalar sonucunda çalışanların yaptıkları işten duydukları mutluluğun müşteri mutluluğunun da belirleyicisi olduğu sonucuna ulaşmıştır. Buna göre eğer çalışana yaptığı iş mutlu etmiyorsa işi destekleyen ücret, çalışma şartları, kariyer olanakları gibi yan faktörlerle yapılacak olan iyileştirmeler çalışana mutluluk verse de bu mutluluk müşteriye yansımıyor. Goleman ile aynı fikri paylaşan Türker Baş’ da 2011 yılında Türkiye’de faaliyet gösteren 117 büyük ölçekli şirket üzerinde yaptığı araştırma sonucunda

örneklemedeki şirketlerin büyük bir bölümünün şirket yöneticilerinin çalışanlarına yaptıklarının geri dönüşünü alamamaktan şikayetçi olduklarını gözlemlediğini söylüyor. Bu araştırma da mutlu çalışan, mutlu müşteri fikrine katılmakla beraber işin kendisinden duyulan mutluluk ile işi tamamlayan ücret, çalışma şartları, kariyer olanakları gibi faktörlerden duyulan mutluluğun birbirinden ayrılmasını ve önceliğin işten duyulan mutluluğa verilmesi şartını koşuyor (Sözer, 2014).

İşletmenin kaynakları arasında yer alan emek insan emeği olup en önemli üretim faktörüdür. İnsan işletmede en önemli unsurdur. Hangi unvanda bulunursa bulunsun (işçi, yönetici veya patron-yönetici) en modern araç gereç ve makinaların kullanıldığı bir işletmede dahi olsa onları kullanan, yönlendiren ve tüm faaliyetleri yöneten insandır (Mucuk, 2013).

İş yerinde sürekli probleme odaklanan, yaşadığı stres nedeniyle işinden ve iş ortamından soğuyan, çalışmayı bir zorunluluk olarak gören ve yaşadığı bu zorunluluk hissinden dolayı mutsuz olan insanların oluşturduğu “Çalışan Emeklilerin” sayısı her geçen gün artmaktadır. Çalışan emekliler yaptıkları işi sadece hayatlarını idame ettirmek için gerekli bir kriter olarak görmektedirler ve çoğu mecburiyet hissiyle çalışırlar. Çalışan emekli sendromuna sahip olan mutsuz bir çalışan aşağıdaki davranış ve tutumları göstermektedir (Vardar, 2014):

- Gelecekle ilgili işten bağımsız ve buldukları ortamın çok dışında kalan hayalleri vardır.
- Gelecekle ilgili işle bağlantılı hayal kurmadıkları için hedefleri de yoktur.
- Değişimi gereksiz yada durduk yere alınmış bir risk olarak algılayarak değişime karşı direnç gösterirler.
- Günü kurtarmak felsefesiyle çalıştıkları için uzun vadeli düşünmezler.
- Belli inanç kalıpları edindikleri için daha farklı ve yeni yolları denemeyi gereksiz görürler.
- Heyecanları daha çok dışarıdaki olaylarla ilgili olduğu için içsel motivasyondan ziyade dış motivasyona ihtiyaç duyarlar.
- Küçük bir adım bile gözlerinde büyüdüğü için yeni adım atıp ilerleme kaydetmezler.
- Sürekli şikayet ederek çözüme kafa yormazlar.

- Çoğu zaman işlerinin içeriğine odaklanmadıkları için yaptıkları işin niteliği düşer ve şirket içi ilişkilere takılabilirler.
- Uzun süren yemek, sigara molaları ve sık hastalanmalar gibi iş kayıpları yaratmaya başlarlar.

Capital dergisi yenibiriş.com ile birlikte 1094 çalışanla yaptığı anket işyerinde mutluluğun ve motivasyonun önemini gözler önüne sermiştir. Anket sonucuna göre katılımcıların %72 si iş ortamında mutluluklarını bozan etkenlerin çoğunlukta olduğunu belirtmişlerdir. %83 ü ise iş yerinde motivasyon ve mutluluk artırıcı çalışmalara yeterince önem verilmediği görüşündedir. İş ortamında motivasyonu sağlamak ise %31 oranla kurum ve yöneticilerin, %16 oranla yöneticilerin, %3 oranla sadece kurumun, %2 oranla çalışanların ve %48 oranla hepsinin sorumluluğu olarak görülmektedir. İş ortamında kişileri en fazla rahatsız eden ve mutluluklarını bozan etkenler ise aşağıda sıralanmıştır (Sözbilir, 2014):

- Hiyerarşik yapı (%25),
- İş arkadaşları arasındaki ilişki (%20),
- Açık ofis düzeni ve gürültülü ortam (%15),
- Kişiler arasındaki iletişim kanallarının açık olmaması (%10),
- Yeterli mola alanlarının bulunmaması (%7),
- Teknik aksaklıklar nedeniyle çalışamamak (%6),
- Diğer (%17).

Aynı araştırmada iş ortamında mutluluğu en çok neyin artırdığı sorulduğunda alınan cevaplar aşağıda sıralanmıştır (Sözbilir, 2014):

- Adil ve performansa göre ücretlendirme politikası (%18),
- Vakit geçirmekten keyif aldığınız ve eğlenebildiğiniz bir iş ortamı (%17),
- Baskı hissetmeden çalışmak (%17),
- Yöneticinin iletişime açık olması ve daha az hiyerarşik bir iş ortamı (%13),
- Serbestçe konuşabildiğiniz ve fikirlerinizin dikkate alındığı bir iş ortamı (%13),
- Çalışmalarınızın üstleriniz tarafından takdir edilmesi (%11),
- Diğer (%11).

İnsan yaşamında çalışma hayatı önemli bir yere sahiptir. İnsanlar işletmelere emek sağlayarak aldıkları ücreti yani parayı kullanarak işletmelerin mallarını satın alırlar. İnsan yaşamının yaklaşık dörtte birini bu faaliyetler oluşturur. İnsanın belirli bir zamanını alan iş ve çalışma yaşamı psikolojik açıdan da çok önemlidir. İnsanın yaşamını nasıl geçireceğini etkileyen ekonomik, psikolojik, sosyo-kültürel ve fiziksel koşullar iç içe bir etkiyle insanın yaşamını nasıl geçireceğini belirler. Örneğin, ekonomik koşulları iyi olmayan bir insan herşeyden önce para kazanmak için çalışmayı düşünürken belirli bir ekonomik düzeye geldiğinde daha çok kazanmayı amaçlayabilir veya o düzeyi yeterli bulup işin veya yaşamın başka yönleriyle ilgilenmeye başlayabilir veya ekonomik durumu iyi olmasa da zamanını bir takım yeteneklerini uygulayabileceği ancak para kazandırmayan uğraşlarla geçirebilir. Bu tipte insanlar dünya nüfusu içinde azınlıkta da olsa mevcuttur. Bunun yanında ekonomik durumu çok iyi olup da daha çok para kazanmak, zamanlarını zevkli bir uğraşla geçirmek ve kendilerini gönüllü hayır işlerine adanmak amacıyla çalışmayı tercih eden insanlar da vardır. Ekonomik durumu iyi olsun ya da olmasın çalışmayıp aylak zaman geçirmeyi tercih eden azınlıkta da olsa kişiler vardır (Baysal, 1993).

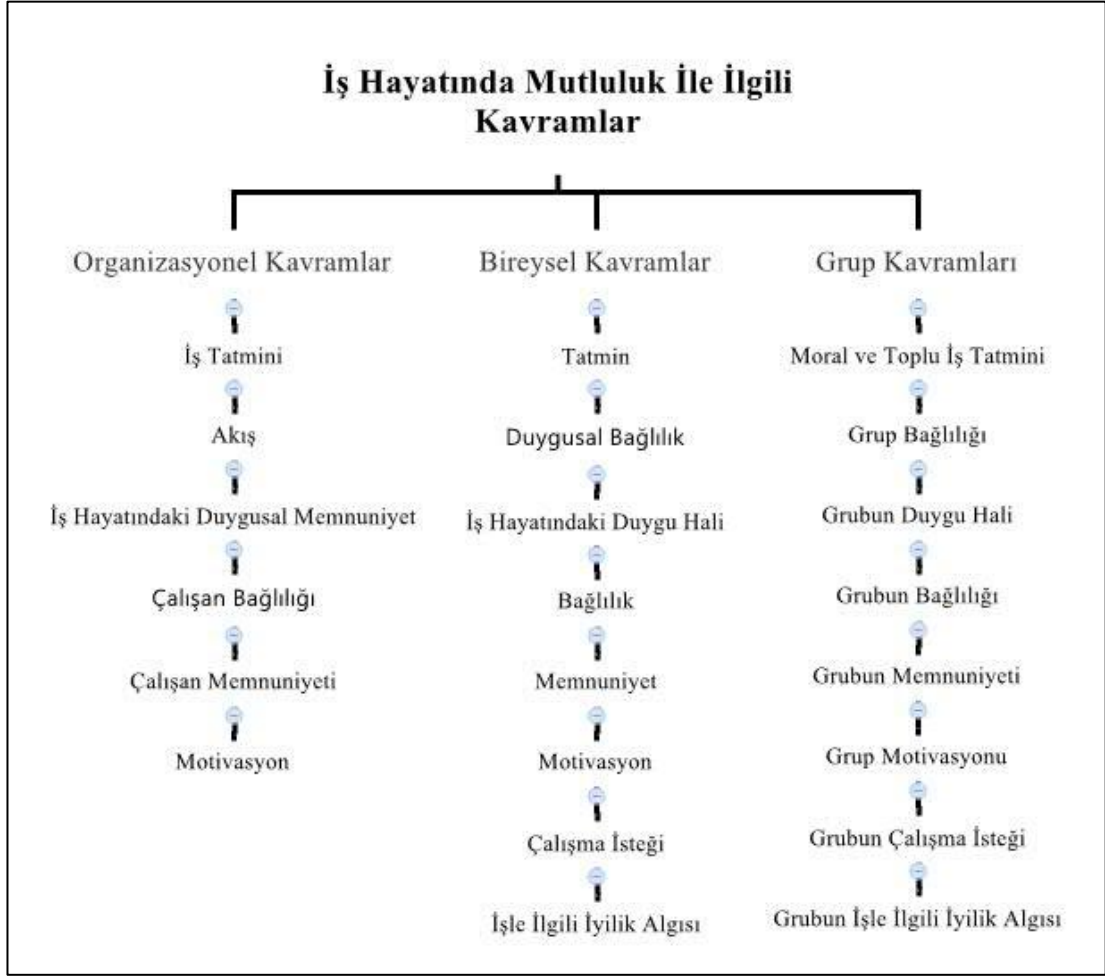
İş yaşamının kalitesi çalışanlar için her geçen gün önem kazanmaktadır. Çalışma kültüründe yaşanan köklü değişimler geleneksel çalışma yaşamı ve iş hayatı için gerekli mutluluk kriterlerinin değişimini de beraberinde getirmiştir. İş yaşamının değişen koşulları organizasyonların en önemli sermayesi olan çalışanların mutluluğu ve verimliliğini daha önemli değerler haline getirmiştir. Literatürde iş yaşamında mutluluk yerine kullanılan memnuniyet, sosyal iyi oluş, bireysel iyi oluş ve yaşam kalitesi gibi bir çok farklı kavram vardır (Duyan vd., 2013).

Nadir rastlanan istisnalar dışında mutluluk kelimesi çalışma yaşamıyla ilgili akademik araştırmalarda çok kullanılmamış bir kavramdır. Bu sonuç, organizasyonlarla ilgili araştırmalar yapan araştırmacıların çalışan mutluluğunu önemseyip ilgilenmedikleri anlamına gelmemektedir. Uzun yıllardır mutluluk kavramıyla anlam olarak örtüşen birçok farklı kavram ile ilgili araştırmalar yapılmıştır. Mutluluk ile anlam olarak örtüşen kavramların listesi Tablo 4’de yer almaktadır (Fisher, 2010):



Tablo 4- İş Hayatında Mutluluk İle İlgili Kavramlar

Kaynak: Fisher, 2010



Bu kavramların araştırmalarda en çok kullanılanları iş tatmini ve motivasyondur. Literatürde geçmişte yapılan araştırmalar incelendiğinde mutluluk kavramıyla özdeş olan pozitif duygular ve etkileri üzerine birçok araştırma yapıldığı görülmektedir. Mutluluk iş hayatını olumlu yönde etkileyen tüm kavramları aynı çatı altında toplayıp düzenleyen ana kavram işlevi görmektedir. Çalışma hayatında, çalışanları daha mutlu edebilmek amacıyla yapılan çalışmalar her geçen gün sayıca artmaktadır. Azalan çalışan bağlılığı ve memnuniyeti karşısında işveren-çalışan ilişkilerine verilmesi gereken önem de artırılmalıdır. Geleceğin yüksek kaliteli ve performanslı çalışan işgücüne sahip olmak isteyen organizasyonlar için mutluluk yönetimi çalışan bağlılığı ve motivasyonunu sağlayan en önemli kriterdir. Organizasyonel bazda çalışan mutluluğunu arttırmak için çalışanların hedef odaklı çalıştırılması gerekmektedir. Çalışanlara yapmaktan mutluluk duyacakları ve

çalışırken kendilerini “akış” halinde hissedecekleri görevler tanımlanarak verilmelidir. Bireysel ve grup bazında ise çalışan mutluluğunu etkileyen kriterlerin neler olduğu öncelikle analiz edilerek çalışan mutluluğunu arttıracak aksiyonlar planlanmalıdır (Fisher, 2010).

Ward (1982) mutlu çalışan ve işyerinde duyuşsal iyilik algısı konusunu hikayeleştirerek daha anlaşılır hale getirmiştir (Ward, 1982):

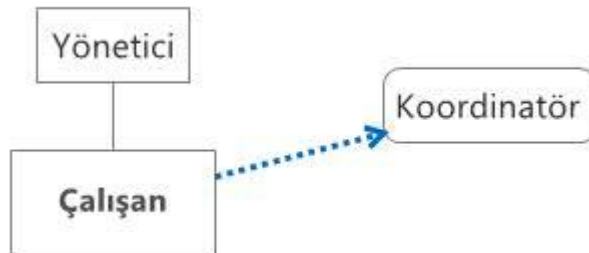
Bir zamanlar uzak bir ülkede verimli, mutlu fakat tek başına hiçbir yönetici olmadan çalışan bir kişi varmış:



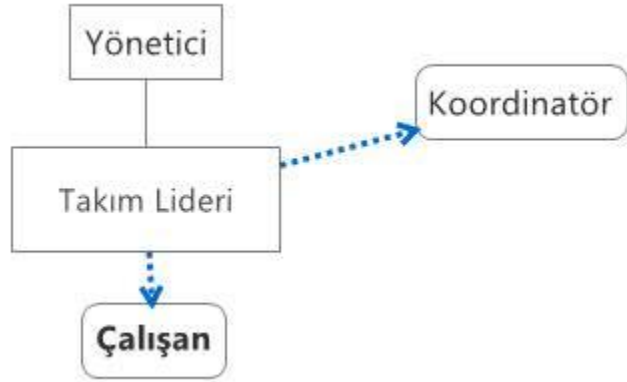
Çalışanın bir yöneticiye sahip olmadığını gören organizasyon çalışanı yönetmesi için bir yönetici işe alır:



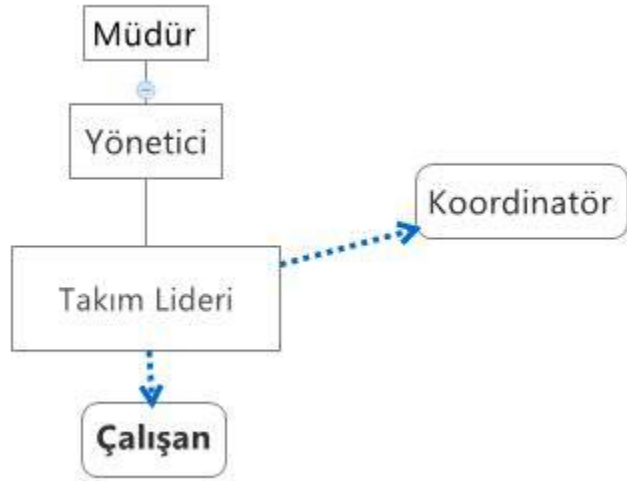
Çalışanın verimli ve mutlu olduğunu gören yönetici, onu daha verimli ve mutlu çalıştırabilmek için bir koordinatör işe alır ve astıyla arasında bir pozisyona konumlandırır:



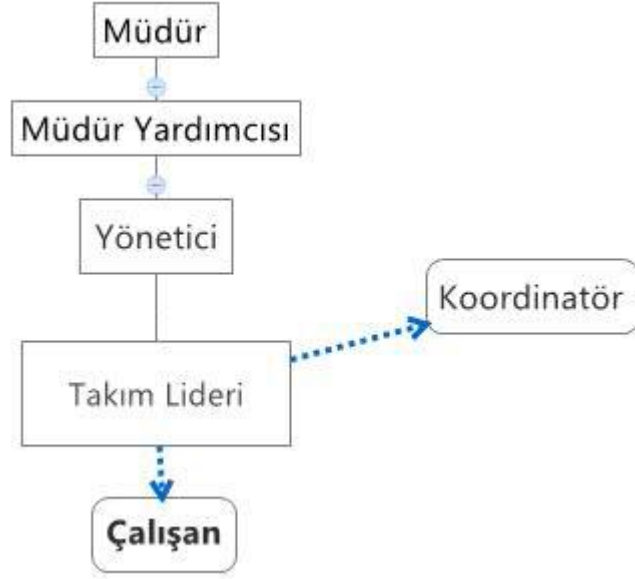
Çalışanın verimli ve mutlu olduğunu gören koordinatör çalışanın üstüne bir takım lideri işe alır ve çalışana arasına konumlandırır:



Verimli ve mutlu çalışanın bulunduğu departmanın hızla büyüdüğünü gören organizasyon bölümünün başında bulunan yöneticiyi müdür yapmaya karar verir ve terfi eden yöneticinin yerine de yeni bir yöneticiyi işe alır:



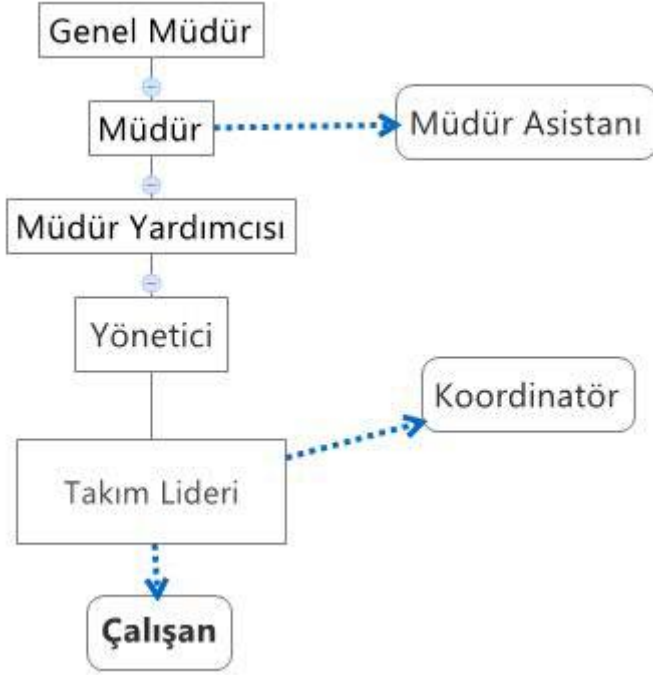
Çalışanın verimli ve mutlu olduğunu gören müdür, kendisine de yardımcı olması için bir müdür yardımcısı ile alır ve müdür ile yönetici arasına konumlandırır:



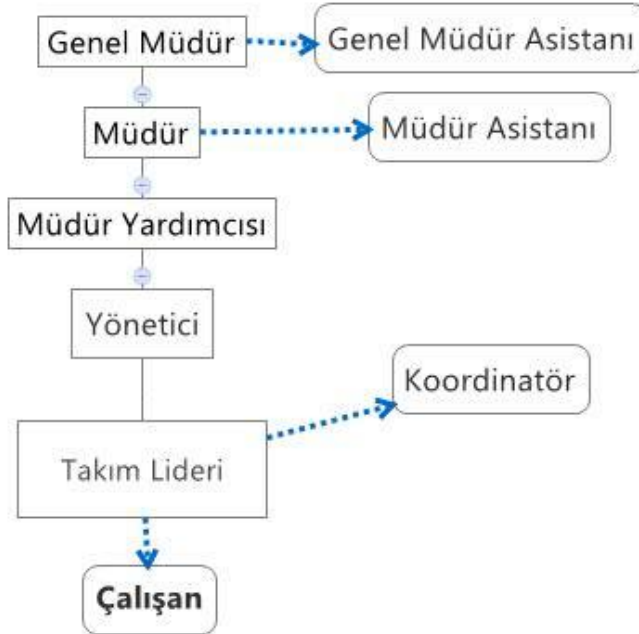
Departmanın verimli ve mutlu olduğunu gören organizasyon işlerin daha verimli yapılması ve mutluluğun da artması amacıyla departmanın başına bir genel müdür işe alır ve departmanın en üst hiyerarşik seviyesine konumlandırır:



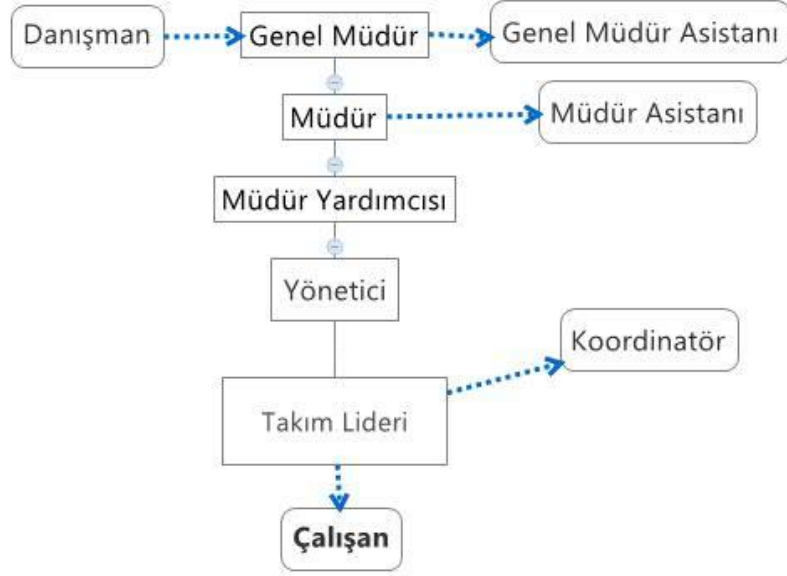
Departmanın verimli ve mutlu olduğunu gören müdür işlerin daha verimli yapılması ve mutluluğun da artması amacıyla kendisine yardımcı olacağını da düşünerek bir müdür asistanı işe alır:



Departmanın verimli ve mutlu olduğunu gören genel müdür işlerin daha verimli yapılması ve mutluluğun da artması amacıyla kendisine yardımcı olacağını da düşünerek bir genel müdür asistanı işe alır:



Çalışan sayısı ve maliyetler artmasına departmanın ne verim ne de mutluluğunda artma olmadığını gören genel müdür ne yapacağını bilemediği için kendisine akıl vermesi amacıyla bir danışmanla çalışmaya başlar:



Organizasyonun neden daha verimli ve mutlu olmadığı hatta tersine her geçen gün daha mutsuz ve verimsiz hale geldiğini anlamaya çalışan danışman da çözüm bulamayınca, genel müdür sorunun en alt konumda bulunan çalışandan kaynaklı olduğuna varır ve çalışanı işten çıkartır. Yukarıda anlatılan mutlu çalışan hikayesinden çıkartılacak sonuçlar aşağıda sıralanmıştır:

- Çalışanları daha mutlu ve verimli çalıştırmak için sürekli başlarında onları direkt ve sıkı sıkıya denetleyecek yöneticilerin olmasına gerek yoktur.
- Çalışanların mutlu ise onları destekleyen yöneticilere ihtiyaç duymadan verimli de çalışabilirler.
- Mutlu ve verimli çalışanlara sahip organizasyonların yönetici işe alımı ve ataması yaparken gerçekten doğru karar vermediklerini ve yöneticinin organizasyondaki mutluluk- performans dengesini nasıl etkileyeceğini de göz önünde bulundurmaları gerekir.
- Mutlu ve performansla çalışan kişilerin değeri ve önemi bilinerek davranılmalıdır.
- Verimlilik ve mutluluğun kaynağı olan çalışanlarla araya ne kadar çok hiyerarşik mesafe eklenirse mutluluk ve verimlilik kaynaklarından o derece uzaklaşmaktadır.

Çalışanlara yaptıkları işle ilgili ne hissettikleri sorulduğunda iddialı cevaplar verdikleri görülmektedir (örneğin yaptığım işten nefret ediyorum, yaptığım işi çok seviyorum gibi). Benzer şekilde hislerinin yanında inandıkları (topluma yararlı bir iş yapıyorum, hiçbir işe yaramıyorum gibi) ve davranışları (yeni bir iş bulacağım, iş değiştirmeyi düşünmüyorum gibi) ile ilgili olarak da iddialı değerlendirmeleri vardır. İnsan hayatının 3 te 1 inin iş yerinde çalışarak geçtiği düşünüldüğünde çalışanların hislerinin, inandıklarının ve davranışlarının örgütler ve yöneticileri için önemi tartışılmazdır (Greenberg, Baron, 1997).

İşimi seviyorum ama patronumu sevmiyorum veya maaşım düşük ama çalışma arkadaşlarımı çok seviyorum gibi iş yerlerinde bazı koşullardan ötürü mutsuz, bazılarından ötürü de mutlu hisseden çalışanlar olabilir. Çalışanların iş yerindeki her kriterden mutlu olmaları neredeyse imkansızdır. Araştırmalar işin kendisi, ücret, yan haklar, tanınma, ödüller, çalışma koşulları, yönetim, çalışma arkadaşları ve organizasyon politikalarının çalışan mutluluğunu en çok etkileyen kriterler olduğunu göstermiştir. Bunlar genel kriterler olduğu için kişiden kişiye farklılık gösterebilir. Örneğin, işyerinde çalışmaktan mutlu olduğunu söyleyen bir çalışan için işin eve yakın olması mutluluk yaratan bir etken iken diğer mutlu çalışan için çalışma arkadaşlarıyla kurduğu ilişkiler mutluluğu yaratan etkendir. Burada mutluluk yaratan kriterin de çok iyi analiz edilmesi gerekmektedir (Johns, 1996).

1955 yılında yapılan bir araştırmada “Birden bire elinize büyük miktarda para geçse çalışmaya devam eder miydiniz?” sorusuna çalışanların %80’i evet yanıtını vermiştir. Bu araştırmanın önemli bir başka bulgusu da çalışılmak istenen iş türünde ortaya çıkmıştır. Alt düzeyli işlerde çalışanların çoğu iş türünü değiştirip bağımsız olarak kendilerini kurmayı tercih ederken, yönetim, satış ve mesleki uzmanlık gibi dallarda çalışanlar ise aynı işte çalışmaya devam etmeyi tercih etmişlerdir. Bu sonuç iş ve insan ilişkilerindeki etkiyi doğrulamaktadır (Baysal, 1993).

Çalışmak için En İyi 100 İşyeri (The Best Companies to Work For) araştırmasında firmaların çalışmak için en iyi yer olup olmadığını anlamak amacıyla iki yönlü bir analiz yapılmaktadır. Birincisi firmalardan spontane seçilen çalışanlara işyerleri hakkında ne düşündükleri, ikincisi ise işverenlere çalışanlarına neler sağladıkları sorulmaktadır. İşyeri politika ve prosedürleri, uygulama ve çalışma

felsefeleri bu şekilde çift taraflı olarak irdelenmektedir. Bu araştırma sonucunda 1998- 2004 yılları arasında sürekli ilk üç sırada yer alan The Container Store (TCS) ev ve ofis için gerekli malzemeleri satan 20 adet zincir mağazaya sahip firmanın neden sürekli olarak başarılı olduğunu analiz ettiğimizde, misyonlarının çalışanlarına sağlıklı, mutlu ve verimli bir çalışma ortamı yaratmak olduğunu görürüz. Çoğu organizasyonda politikalarını anlatan kalın, yüzlerce sayfadan oluşan kurumsal kitapçıklar ve karar verirken uygulanması gereken yüzlerce kural varken TCS firmasında tüm politika aşağıda sıralanan 6 basit kural üzerine kurulmuştur (Gavin, Mason, 2004):

- Müşterilerin alışveriş sepetini ağzına kadar doldurun. Müşterinin farkında olmadığı ihtiyaçlarını ortaya çıkararak, sadece ihtiyacını değil daha fazlasını satın almalarını sağlayın.
- Çöldeki Adam: Çölde bir başına kalan bir kişinin ilk istediği şey sudur ama sonrasında farklı ihtiyaçları da olacaktır düşüncesinden yola çıkan felsefede, müşterilere ilk ihtiyaçlarını değil, tüm ihtiyaçlarını sağlayacak hizmeti verin ve onları şaşırtın.
- Olağanüstü İnsan Formülü: “1 ortalama insan= 3 kötü insan, 1 iyi insan= 3 ortalama insan ve 1 mükemmel insan= 3 iyi insan” eder. Buna göre 1 mükemmel insan 9 kötü insana bedeldir. TCS mükemmel insanları arar ve onları işe alıp çalıştırır, bunun karşılığında da 9 çalışan parasını ödemeyi göze alır.
- Yaratıcılık ve başarı hazırlıksız kazanılmaz. Bunun için kendinizi geliştirmeniz gereklidir. Bu yüzden TCS eğitim ve gelişime çok önem verir. Müşteri ihtiyaçları ve tedarikçilerin problemlerini çözmek için her çalışımızın yeteneklerini geliştirme amaçlı eğitim ve gelişim programları düzenleyin.
- Merchandising formülümüz: en iyi ürünleri, en iyi yerde en iyi hizmetle ve en iyi veya en iyiye eşit fiyatta tüketicilere sunmaktır. TCS seçim, hizmet ve fiyatlama olarak 3 tüketici satın alma değişkenine odaklanmıştır.



- Heyecan dolu olmak: Tüm müşteri ve ziyaretçilerimiz farklı bir yer ve hizmetle karşılaştıkları için heyecan duymalı ve ihtiyaçlarını karşılarken yüksek memnuniyet duygusu hissetmelidirler. Bu prensipler tüm çalışanlar ve tedarikçilerimiz için geçerli olup uygulandığında hem çalışan hem de müşterilerimizin mutluluğu sağlanacaktır.

Mutluluk aşağıda sıralanan 3 önemli kavramdan yola çıkarak oluşmaktadır (Gavin, Mason, 2004):

1. Özgürlük: Kendi başına karar alma özgürlüğü olan bireyler daha mutlu hissetmektedirler. Mutlu insanlar bağımsız olarak düşünme ve seçme hakkına sahiptirler. Buna bağlı olarak kendi kararları ve hayatları üzerinde tamamıyla sorumluluğa sahiptirler. Otokontrolleri de son derece yüksektir. Aristo çocuklar, köleler ve kadınların gerçekten mutlu olmadığına inanırdı. Bu düşüncesinin nedeni de belirtilen kişilerin tamamıyla özgür olmadıkları ve hayatlarının kontrolü kendi ellerinde olmadığı için daha mutsuz olmalarıdır.
2. Bilgi: Bilgiye sahip insanlar her konuda konuşma ve karar verme yetkinliğine sahip oldukları için daha mutludurlar. Bu nedenle çalışanlara iş yeriyle ilgili karar vermelerini kolaylaştıracak gerekli tüm bilgiler sağlandığında onlar da daha sağlıklı ve başarılı kararlar alıp daha mutlu olacaklardır. Organizasyonların şeffaf bilgi paylaşımı ve politikalarını çalışanlarla paylaşmaları çalışan mutluluğunu da artıracaktır.
3. Erdem: Mutluluk manevi olarak erdemliliği de beraberinde getirir. Çalışan mutluluğunu sağlamak isteyen işletmelerin etik ve erdem konusunda çalışanlarını desteklemek amacıyla eğitimler vermeleri gerekmektedir.

Silikon vadisinde bir teknoloji şirketi olan Netflix'in işyerinde mutluluk ve yetenek yönetimi stratejileri ile ilgili hazırlandığı powerpoint sunum ilk yayınlandığı gün internette 5 milyondan fazla görüntülenme almıştır. Netflix'in yıldız çalışanları nasıl çektiği, evinde tuttuğu ve performans motivasyonunu nasıl sağladığı aşağıda sıralanan maddelerle tanımlanmaktadır (McCord, 2014):

- Çalışanların mutluluğu için yapılabilecek en iyi şey onlara bedava suşi gibi özel yemekler dağıtmak, spor-langirt salonları açmak değil, onların yanında çalışmak üzere sadece “A” sınıfı oyuncularını işe almaktır. Ekipte sadece A sınıfı oyuncuların olmasını isteyen şirketler geçmişteki değerli katkılarını bakılmaksızın becerileri yeterli değilse onları işten göndermeye razı gelmelidirler.
- Sadece gelişimini tamamlayan yetişkinler işe alınmalı, ödüllendirilmeli ve tolere edilmelidir.
- Performanslarına ilişkin gerçekler çalışanlarla paylaşılmalıdır. Sadece resmi değerlendirmelerle değil gayri resmi görüşmelerle de performans çalışanlarla birlikte analiz edilmelidir. Yetkinlikleri artık ihtiyaçları karşılamayan çalışanları işte tutmak ve performanslarını yükseltmek için çalışmak yerine çömert bir ayrılma tazminatıyla ayrılmalarını teklif etmek daha mantıklıdır.
- Yöneticilerin en önemli görevi müthiş ekipler kurmaktır. Yöneticilerin görevi sadece astlarına iyi mentörlük yapmak veya evrakları zamanında tamamlamak değil iyi ekipler kurmak ve onları mutlu etmektir.
- Liderler, şirket kültürü yaratma işini sahiplenmelidir. Yöneticiler olmasını istedikleri davranışlara örnek teşkil etmeli ve bu davranışları teşvik etmelidirler.
- İnsan kaynakları yöneticileri öncelikle iş insanları ve inovatörler olmalı sonra insan kaynakları çalışanı olmalıdırlar. İnsan kaynakları yöneticileri çalışan mutluluğu için partiler verip hediyeler dağıtmayı unutup öncelikle her çalışanın “yüksek performans” kültüründen tam olarak ne kast edildiğini anlaması için çalışmaları gerekir. İnsan kaynakları departmanları çalışan mutluluğunu artırmak amacıyla hediyeler dağıtıp partiler verebilir ama satışlar hisse fiyatları düşüyorsa yada şirketin ürünleri başarılı değilse çalışanlar şikayet etmeye başlayacaktır ve yapılan mutluluk aktivitelerinin de hiçbir anlamı kalmayacaktır. İnsan kaynakları çalışanlarının öncelikle neyin şirketin yararına olduğunu analiz edip çalışanlara bunun iletişimini nasıl yapacakları konusuna odaklanmaları gerekmektedir. İnsan kaynakları

çalışanlarının bu konuyu test edebilmeleri için prim sistemi var olan bir şirkette herhangi bir çalışana “primini artırmak için şu anda ne yapman gerektiğini biliyor musun?” diye sorduklarında çalışan yanıt veremiyorsa insan kaynakları ekibi görevini yeterince yapamıyordur demektir.

McDonalds, sahibinden.com, Turkcell Global Bilgi, Watsons ve Marjinal Porter Novelli şirketlerinde yapılan anketle çalışma arkadaşlarına ilham ve mutluluk veren 482 kişi “mutluluk kahramanı” olarak belirlenmiştir. Çalışanlara “şirkette mutluluk kahramanınız kim ve neden?” sorusu sorularak şöyle bir açıklama yapılmıştır: “*Şirketinizde etrafındaki kişileri mutlu etmek için çaba gösteren ve bunda başarılı olan kişileri mutluluk kahramanı ilan etmenizi istiyoruz. Adayınızı söylerken neden onu aday gösterdiğinizi de belirtiniz.*” Anket sonuçları incelenerek toplamda 5 şirketin ortak mutluluk kahramanı tanımı ortaya çıkartılmıştır. Bu analize göre ortak mutluluk kavramlarının ilk 5 sırasında; mutlu, güler yüzlü, pozitif, geliştiren, motivasyon sağlayan kavramları yer alıyor. Mutluluk kahramanları, güler yüzleriyle, sıkıntılı durumlar karşısındaki pozitif tutumlarıyla ve etrafındaki kişilerin gelişimlerine katkı sağlamalarıyla motivasyon yaratıp mutluluk yayıyorlar. Farklı sektörlerin farklı mutluluk kahramanları tarifleri olmakla beraber, aynı sektörler içinde de benzerlikler saptanmıştır. Örneğin; perakende sektöründe çalışan kişilerin yöneticilerinden kendilerini geliştirmesini bekledikleri ve bunu gördükleri durumlarda kendilerini çok mutlu hissettikleri ortaya çıkmıştır. Bilişim sektöründe ise çalışanların daha fazla güler yüze ve gülmeye, kendilerini güldüren ve samimi insanlarla beraber olmaya ihtiyaç duydukları görülmüştür (Hürriyet İK İş ve Yönetim Eki, 2014).

Mutlu olmak terimi işyerlerinde yüksek ücret, iyi yan haklar ve sağlık destekleri gibi aktivitelerle çalışanları daha çok çalışmak için motive etmek şeklinde uygulanmaktadır. Çalışanları daha mutlu etmek için işyerlerinde çaba göstermenin gerçekten gerekli olup olmadığı sorusu ise sürekli olarak halen irdelenmektedir. Şüphesiz ki çalışanlara sağlanan yüksek ücret ve birçok yan haklar çalışanları işletmeye daha çok sağladığı gibi işten ayrılma oranlarını da düşürmektedir. Ayrıca kendilerini daha güvende ve mutlu hisseden çalışanlar daha çok ve verimli çalışacaklardır (Sayles ve Strauss, 1966).

Pratik olarak yapılan tüm araştırmalar insanların mutluluğu ya da moralini tanımlamak için yapılan girişimlerdir. Çalışma hayatında mutluluk bir düzenleyici midir? Ya da çalışanların adaptasyonunu sağlayan bir etken midir? Veya hem düzenleyici hem de adaptasyonu sağlayıcı etkisi mi vardır? Mutluluk hem çalışanların işlerini daha iyi yapmalarını sağlayan bir düzenleyici hem de işlerini kolaylaştırıp adaptasyonlarını hızlandıran bir etkendir. Tabi ki adaptasyon ve düzenleyici etkisinin sağlanması için çalışanların eğitimle desteklenmesi gerekmektedir (Argyris, 1957).

İnsanlık tarihinin önemli kısmında çalışanları daha enerjik kılmak ve işlerini daha hünere bir şekilde yerine getirmeleri için en gerekli aracın kırbaç yani korku ve hiyerarşiye dayalı ilişkilerle yönetim modelinin önemli olduğu savunulmuştur. Günümüzde çalışan ilişkileri yönetimi kavramının doğup gelişmesinin ardından çalışma hayatı yeni bakış açılarına sahip olmuştur. Müşterilerin aşırıya kaçan ve sınırsız isteklerinin karşılanabilmesi için çalışanların mutlu olması ve birbirleriyle iyi ilişkiler kurması gerekir. Kurum içi kavgalardan bölümlerin birbirinden bilgi gizleme basitliğinden eşitsiz maaş dağılımı nedeniyle çalışanların birbirine zehirli kinler beslemesinden zarar gören çalışanlar mutsuz olmaktadır. Mutsuzluklarını şirket içinde düzenlenen eğlenceler, nehir gezileri, üst yöneticilerle birlikte yenen öğle yemekleri, ayın çalışanı tablolarına ustaca yapıştırılmış resimler gidermemektedir. Çalışanların mutlu olmalarını sağlamak için daha planlı ve profesyonelce düşünülmüş etkinlikler yapılması gerekmektedir (Botton, 2011).

İş hayatında mutsuzluk, dünyanın birçok ülkesinde yaygın olarak görülen bir olgudur. Bunun nedeni yapılan çalışmalara göre maaş yetersizliği ya da işin sıkıcılığı gibi basit nedenler veya işin doğası ve koşullarına bağlı unsurlar olabilir. Bir kişiyi iş yerinde mutsuz edebilecek etkenler sosyal ortamın sağlıklı olmaması, adam yerine konulmama, çeşitliliğin azlığı gibi durumlar olabilir (Lama ve Cudler, 2008).

Bireysel olarak özel yaşamda mutluluğa gidiş yolu olarak tanımlanan zevk alma ya da olumlu duygular, anlam ve meşguliyet unsurları bireyin çalışma mutluluğuna da erişmesinde etkilidir. İlk unsur olan zevk alma ya da olumlu duygulara sahip olma Fredrickson'un (2005) "Genişlet ve İnşa Et Teorisi" ile, ikinci unsur olan anlam duygusu Csikszentmihalyi'nin (2003) "İyi İş" kavramı ile ve en

son unsur olan meşguliyet ise Csikszentmihalyi'nin (1990) "Akış" kavramı ile ilişki kurularak açıklanabilir (Solmuş, 2008).

**1. Pozitif Duygulara Sahip Olma: "Genişlet ve İnşa Et" Kuramı:** Duygular temel olarak iki türdür. Birinci tür hem insanlarda hem de diğer canlılarda bulunan yeme, içme, barınma, cinsellik, saldırganlık ve korku gibi genetik eğilimimiz olan temel duygulardır. İkincisi ise sevgi, nefret, umut, güven gibi sadece insanlara ait duygulardır (Tarhan vd., 2014). Bu teorinin kaynağı olumlu duyguları açığa çıkaran önleyici stratejilerin olumsuz duygulardan kaynaklanan kaygı, depresyon, çatışma ve stres gibi sorunları önleme ve gidermede etkili olduğuna dayanmaktadır. Olumlu duyguların olumsuz duygulara karşı koyacağı, bireyin düşünce-davranış repertuarını genişleteceği ve olumlu duygusal deneyimlerin bireyin kalıcı kişisel kaynaklarını inşa edeceği savunulmaktadır. Bu şekilde hem birey hem de örgütler olumlu başarı merdivenlerini tırmanarak en uygun sağlık ve performansa ulaşacaklardır. Fredrickson (2003), neşe, ilgi, övünç ve doygunluğu olumlu duygular olarak belirtmiştir. Bu olumlu duygular aşağıda yer alan bilişsel alanların genişlemesine yardımcı olmaktadır:

- Neşe: Oynama, sınırları zorlama ve yaratıcılık
- İlgi: Araştırma, yeni bilgi ve deneyim elde etme ve yaratıcı olma
- Övünç (Kişisel başarı ardından oluşan olumlu duygu): Başarıyı başkalarıyla paylaşma ve ilerleyen zamanda daha başarılı olma isteği
- Doygunluk: Mevcut yaşam koşullarının tadını çıkarmak için zaman ayırma için yönlendirme ve bu koşulları bireyin yeni dünya görüşüne aktarma

Bu olumlu duygular bireyin hem özel yaşamında hem de örgüt içi performansında etkilidir. Fredrickson (2003) bu tezini desteklemek için, 272 çalışan üzerinde 18 ay boyunca sürdüğü bir çalışmada, olumlu duygulara sahip çalışanların şeflerinin değerlendirmelerinde gelişme olup aynı zamanda ücretlerinde de artış gözlendiğini sonucuna ulaşmıştır. Aynı çalışmada, olumlu duygulara sahip olan çalışanların hem çalışma arkadaşlarından hem de şeflerinden elde ettikleri sosyal desteğin de

geliştiği görülmüştür. Fredrickson (2003) olumlu duyguların bulaşıcı olduğunu savunarak, örgüt üyelerinden birinde görülen olumlu duyguların, taklit etme ve yüz ifadeleriyle yapılan geri bildirim yoluyla diğerlerine yansıyacağını iddia etmektedir.

Hahn vd. (2011) tarafından 122 işyeri sahibi ile 2 yıl boyunca yapılan çalışmada mutluluk, görev odaklılık, proaktiflik ve kişisel inisiyatif kullanma arasındaki ilişki incelenmiştir. Mutluluk ve kişisel inisiyatif kullanma arasındaki ilişkiyi incelemek amacıyla genişle ve inşa et ile öz düzenleme kuramları kullanılmıştır. Araştırma sonucunda kişisel olarak inisiyatif kullanan kişilerin daha enerjik, girişken ve mutlu olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Yine bu sonuçla bağlantılı olarak sadece mutlu olmak çalışanlar için yeterli değildir, mutluluklarının devamı için inisiyatif kullanmaya devam etmeli, enerjik ve girişken yapılarını devam ettirmelerine imkan sağlanmalıdır (Hahn vd., 2011).

**2. Çalışmanın Anlamı: “İyi İş”:** Etik değerler kapsamında yürütülen, diğer insanların yaşamlarına katkıda bulunan, topluma hizmet eden, çalışan bireye gerçekten işe yaradığını hissettiren bir iş “İyi iş” olarak ifade edilir. İyi iş araştırma projesi Damon, Csikszentmihalyi ve Gardner (1995) tarafından yürütülmüştür. Bu projede iş yaşamında çok deneyimli olan CEO ve önde gelen İşletme Fakültesi Profesörlerinden oluşan 14 kişiyle görüşme yapılmıştır. Bu kişilerden “yüksek başarı ile sağlam ahlak değeri” birleştirebilen şirket liderlerini belirlemeleri istenmiştir. Burada kast edilen ahlaki değerlerine bağlılık, topluluk içinde yaşayanların ve genel olarak insanlığın çıkarlarını gözeten hedeflere uzun vadeli adanmışlık olarak tanımlanmıştır. Önerilen 140 şirket liderinden 24 kişi seçilmiş ve bu kişilerden 18 tanesi iki saatlik yapılandırılmış görüşme tekniğiyle mülakat yapmayı kabul etmiştir. Sonrasında 21 kişi daha listeye eklenerek toplam 39 kişi ile yapılan mülakat sonucunda, liderlerin benliklerini aşan bir vizyon dahilinde sadece kendilerine değil başkalarına da yararlı olacak hedefler koyup buna inandıkları görülmüştür. Proje araştırmacılarına göre, iyi iş kalitesi ve sosyal sorumluluğu yüksek iş olarak tanımlanmakta ve iyi iş ilkeleri ise aşağıda belirtilen üç madde ile açıklanmıştır:

- Elinden Gelenin En İyisini Yapmak: Mükemmelliğe dayalı bir vizyon ile insanın elinden gelenin en iyisini yapmaya çalışması çok güçlü bir dürtüdür.
- İnsanlara Yararlı Olmak: Liderlerin sorumluluk anlayışı iyi bir ürün ya da hizmet yaratmanın yanında çalışanlarına, müşterilerine, tedarikçilerine ve genel olarak topluma daha iyi bir yaşam sürme konusunda yardımcı olmayı kapsar. Çalışanlar da insanlığa yararlı ürünler üreten ve piyasaya süren işletmelerde çalışmak istemektedirler.
- Daha İyi Bir Dünya Yaratma Misyonu: Üstün değerlere sahip olma, bireyin yaptığı işte kendisi ve hatta toplumu da aşan ve içinde bulunduğu dünyayı en iyiye dönüştürme çabasında anlam bulur. Bireyler içinde çalıştıkları topluluğa ve çevreye karşı sorumlu davranıp, çeşitli sivil toplum kuruluşlarına gerek zihinsel enerji yatırımında bulunup gerekse fon sağlayıp destek sağlayarak yapılan işi anlamlı hale getirmişlerdir.

Özetle, iyi iş etik değerler kapsamında yürütülen, diğer insanların yaşamlarına katkıda bulunan, topluma hizmet eden ve gerçekten işe yarar bir şey yaptığını hissettiren iş olarak tanımlanmaktadır. Çalışma mutluluğunun sağlanması için anlam duygusunun gelişmesine olanak sağlamaktadır.

- 3. Meşgul Olma: Akış (Flow):** Kavramın yaratıcısı olan Csikszentmihalyi (1990) akış kavramını şu şekilde tanımlamaktadır; “Bireyin uğraşmakta olduğu faaliyete çok fazla yoğunlaşması ve başka hiçbir şeyi gözünü görmemesi; deneyimin kendisinin o kadar zevkli olması nedeniyle maliyeti fazla da olsa insanların sırf onunla uğraşıyor olmak için bu faaliyette bulunması”. Bir anlamda çocuğun oyun oynarken kendinden geçme durumuna benzeyen akış kavramı, işi oyuna dönüştürür ve çalışmayı zevkli hale getirir. Şimdi olağan üstü bir andır ve içinde yaşadığımız an var olan tek

şeydir. Mutlu bir hayat yaşamının bir başka yolu da şimdiki yaşamaktır (Prentiss, 2013).

Csikszentmihalyi (1990), yaptığı çalışmaların sonucunda akışın daha çok mesleki olmayan faaliyetlerde bulunurken bireylerin hissettiği bir şey olduğu ve çok az bireyin çalışırken akış içinde olduğunu görmüştür. Akışın yaşanması içinse aşağıda yer alan koşulların sağlanması gerektiğini öne sürmüştür (Solmuş, 2008):

- Mücadele ve fırsatların bireyin kapasitesine uygun olması (Bireyin becerilerinin ne çok üstünde ne de çok altında olması),
- Açık ve ulaşılabilir amaçlar belirlenmesi,
- Yapılan faaliyete ilişkin ilerleme konusunda anında geri bildirim verilmesi.

Üretim hattında çalışan bir kişinin kendisine saatlik hedefler koyup, her seferinde hedefi aşmaya çalışarak işini hedeflerle bir oyun haline dönüştürmesi kişiye akış deneyimi yaşatacaktır. Çalışmanın olmasını istediğimiz ve ihtiyaç duyduğumuz kadar doyurucu olabilmesi için oyunsu bir şey olması gerektiğini savunan Reeves (2003) "Mutlu Pazartesiler" kitabında akış hali için bireyin işini oyuna dönüştürmesi gerektiğini vurgulamaktadır. Birey kendi çabasıyla işi oyuna dönüştürebileceği gibi örgüt tarafından da yapılacak aşağıda sıralanan bazı aksiyonlarla akış deneyimi yaşanması sağlanabilir (Reeves, 2003):

- Çalışanlara yeteneklerine uygun ve yeteneklerini tam olarak kullanabileceği işlerin verilmesi,
- Çalışanın işe odaklanmasını engelleyen faktörlerin yok edilmesi,
- Açık, anlaşılır hedefler belirlenip, bu hedeflere yönelik uygun yol ve araçların gösterilmesi,
- Sürekli ve anlaşılabilir geribildirim sağlanması,
- Çalışanlara yaptıkları işle ilgili daha fazla yetki verilmesi,
- Çalışanların daha fazla özgüven sahibi olmasının sağlanması,



- Çalışanların kendi hedeflerini belirlemelerinin desteklenmesi,
- Çalışanların becerilerini geliştirebilmeleri için yüksek kalitede eğitim ve bilgi verilmesi.

Üst yönetim desteği ve akış yaratacak ortamların sağlanmasıyla imkansız gibi görülen çalışma mutluluğuna erişme mümkün olabilecektir.

Üretken bir çalışmanın ve işin yaşamdaki mutlulukla arasında bir ilişki olup olmadığı ve hangi ölçüye kadar bize doyum ve mutluluk vereceği konusu halen tartışılmaktadır. İnsanoğlunun doğuştan çalışmaktan doyum aldığını savunan kuramı destekleyen birçok veri vardır. Bireyin işteki özel mutluluğuyla yaşamındaki mutluluğu ve doyumunu arasında bir bağlantı olduğu da bulunmuştur.

İlk olarak 1950'lerde iş ve yaşam doyumunu arasındaki ilişkiyi inceleyen psikologlar ve sosyal bilimciler işteki ve özel yaşamdaki mutluluk arasında sıkı bağ olduğunu destekleyen bir çok veri elde etmişlerdir. Marianne Tait, Margaret Youtz Padgett ve Timothy T. Baldwin adlı psikologlar 1989'da geçmişteki 30 yıllık literatürü inceleyerek iş ve yaşam doyumunu arasındaki bağı kesin bir dille doğrulamışlardır. Bu bağ kadın yada erkek, işçi yada memur, ister Wallstreet'de ister Melbourne Üniversitesinde veya isterse Avustralya'nın ücra köşesindeki bir kömür madeninde çalışıyor olsa da herkes için geçerlidir. Bu çalışmadan sonra bir çok örgütsel psikiyatrlar ve sosyal bilimciler iş ve mutluluk arasındaki bağlantıyı ve bu ilişkinin doğasını daha derinlemesine inceleyerek araştırmayı sürdürmüşlerdir. Bir çok araştırmacı iş ve yaşam doyumunu modelinde çift yönlü bir etkileşim olduğunu saptamıştır. Yani işinde doyumlu olan bireylerin yaşamın diğer alanlarında da mutlu oldukları ve yaşamlarında mutlu olanların işlerinden daha büyük bir doyum aldıkları bulunmuştur. İşin genel yaşamı ya da yaşamdaki mutluluğun işteki doyumunu etkileme derecesi arasında ise anlaşmazlıklar bulunmaktadır. İşten ve yaşamdan alınan doyum arasındaki ilişkiyi sayıya dökmeyi deneyen Russel Sage Vakfı tarafından desteklenen ve Amerikalıların yaşam kalitesini inceleyen çalışma sonucunda işten alınan doyumun yaşamdan alınan genel doyumun %20 sini oluşturduğu sonucuna ulaşılmıştır. James Harper, Frank Schmidt ve Corey Keyes iş doyumunun yetişkinlerin 4 yada 5 te biri için yaşam doyumuyla eşdeğer olduğunu bulmuşlardır. Bu çok yüksek bir oran gibi görünmese de bireyin medeni durumu, iş dışındaki

toplumsal çevresi, sağlığı ve diğer yaşam koşulları gibi değişkenler ele alındığında işin mutlu ve doyumlu bir yaşam üzerindeki etkisinin önemi anlaşılabilir. İnsanoğlunun doğasında işten doyum alma yeteneği vardır ve iş ve yaşam doyumunu arasında bir bağlantı bulunmaktadır. Günümüzün büyük bir kısmını işlerimizde geçirsek de bir çoğumuz en doğal hakkımız olan mutluluğu yakalamamızı engelleyen kriterleri görüp yolumuzdan temizlemekte zorluk çekebiliriz (Lama ve Cudler, 2008).

Chan ve Wyatt (2007) tarafından 8 farklı organizasyonda çalışan toplam 319 çalışanla yapılan araştırmada, çalışanları bireysel olarak en mutlu eden kriterin ihtiyaçlarının tatmini olduğu, diğer kriterlerin ise ekonomik koşullar, aile ve sağlık olduğu sonucuna ulaşılmıştır. İş hayatında mutluluk yaratan kriterler ise ekonomik koşullar, iş- özel yaşam dengesi ve bilgi- deneyim sahibi olmak şeklinde belirlenmiştir (Chan, Wyatt, 2007).

Linz ve Semykina (2012) tarafından Ermenistan, Kazakistan, Kırgızistan, Rusya ve Sırbistan'da bulunan toplam 9400 çalışanla yapılan, kültürel ve ekonomik farklılıklara rağmen işyerinde ortak mutluluk yaratan kriterler ile ilgili araştırma sonucuna göre, çalışanları işyerinde çalışanları mutlu eden kriterler aşağıda sıralanmıştır (Linz, Semykina, 2012):

- İş tatmini,
- Çalışma ortamı,
- Çalışma arkadaşlarının ve çalışanın karakteri,
- Ödül ve primler,
- Takdir edilmek,
- Emsal çalışanlarla eşit haklara sahip olmak ve adil yönetim.

Mutluluğu etkileyen birçok unsur olduğu için işin insan mutluluğu üzerindeki rolü konusunda genelleme yapmak çok zordur. Yaşamdaki mutluluğu etkileyen bireyin ilgi alanları, geçmişi, yaşam koşulları, toplumsal ortamı ve yaptığı işin doğası gibi ögeler vardır. Bunların yanında kişinin psikolojik yapısı da önemli bir etkindir. Tüm bu etkenler büyük değişiklikler yaratabilir. Kişinin ulusal ve kültürel temeli bile onun işteki mutluluğunu etkileyebilir. Bu değişkenler ve unsurlar ne kadar çeşitli ise

yaşamdaki mutluluğa katkısı bulunan öğeler de o kadar çeşitlidir. Urbana – Champaign deki İllinois Üniversitesinden psikoloji profesörü Ed Diener insan mutluluğunu etkileyebilen unsurlar üzerine yapılan geniş çaplı bir araştırmayı inceledikten sonra kişisel iyiliğin yalnızca birkaç güçlü değişkene bağlı olarak açıklanamayacağı ve onu etkileyen bir çok unsur olduğu sonucuna varmıştır. İnsanların dünyaya bakış açıları içinde buldukları ortamdan çok daha fazla mutluluk üzerinde etkili olmaktadır ve bu savı destekleyen bir çok bulgu vardır. Bu nedenle işe kendinize dönük davranışlarımız ve bakış açımızı yeniden biçimlendirerek başlamalıyız. İşin mutluluğa katkısını ölçmek amacıyla yapılan tüm girişimlere karşın, bu durum kişiden kişiye değişir ve bir genelleme yapmak zordur (Lama ve Cudler, 2008).

Gallup'un ABD kamu çalışanları üzerinde yaptığı araştırma sonuçlarına göre çalışanların %60'ı kendilerinden ne beklediğini tam olarak bilmektedir. Gallup'un CEO'su Jim Clifton'a göre bu sonucun nedeni çok sayıda kamu çalışanının kötü yöneticilere mahkum olmasıdır. Eğer kurumlar çalışanlarının geliştirilmesini önemseyen yöneticileri işe alırlarsa iş yerinde yaşanan mutsuzluk tedavi edileceği için mutsuzluk da kaşla göz arasında yok olacaktır (O'Connell, 2014).

Chaiprasit ve Santidhirakul (2011) tarafından küçük ve orta ölçekli firmalardaki mutluluğu analiz etmek amacıyla 300 çalışan arasında yaptıkları araştırmada işyerinde mutluluğu sağlayan 5 tane ana faktör olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Aşağıda sıralanan faktörler arasında çalışanlar arasında kurulan ilişkiler, çalışma hayatının kalitesi ve liderlik daha etkili olmaktadır (Chaiprasit ve Santidhirakul, 2011):

1. İşin çalışana ilham vermesi: Çalışanların kendilerine verilen işten memnun olmasıdır.
2. Organizasyonda paylaşılan ortak değerler: Kolektif davranışlar ve örgüt kültürünü içerir.
3. İşyerinde çalışanlar arasında kurulan ilişkiler: Çalışanlar arasındaki etkileşim, kurulan ilişkiler ve grup dinamiğini belirtir.
4. Çalışma hayatının kalitesi: İş çevresi, çalışanların katılımı ve çalışanlara karşı insancıl tavırlar olarak 3 ana bileşenden oluşur.

5. Liderlik: İşyerindeki yöneticiler ve işyeri sahiplerinin astlarını teşvik edip, şeffaf iletişim kurarak, onların gelişimi, motivasyonu ve mutluluğu için çalışmalarıdır.

İşyerinde mutluluk ve mutluluğu etkileyen kriterler ile ilgili olarak literatürde yapılan araştırmaların özet değerlendirmesi Şekil 8’de yer almaktadır (Chaiprasit ve Santidhirakul, 2011):



**Şekil 8- İşyerinde Mutluluk ve Mutluluğu Etkileyen Kriterler ile ilgili Olarak Literatürde Yapılan Araştırmaların Özet Değerlendirmesi**

**Kaynak:** Chaiprasit ve Santidhirakul, 2011

Dünyanın 35 ülkesinde 500.000 den fazla üniversite öğrencisi ile ideal işveren algısı üzerine araştırmalar yapan Universum, 2014 yılında Türkiye'nin Y kuşağının ideal işverenleri araştırmasında 30 üniversitede 19.000'in üzerinde gence ulaşılarak onların ideal şirketlerini belirlerken etkilendiği kanal ve kaynaklara dair derinlikli içgörülere ulaşmıştır. Bu araştırma sonucuna göre Y kuşağını mutlu etmek isteyen ideal işverenin sunabileceği en önemli 3 şey; profesyonel eğitim ve gelişim, ilerleme olanakları ve gelecek için iyi referans olmasıdır. 5 milyonun üzerinde üniversite öğrencisi olan avrupanın en genç nüfuslu ülkesi Türkiye'de bir yandan üniversite mezunu genç işsizliği oranları artarken diğer yandan yetenek pazarında da rekabet artmaktadır. Hedef kitlesi olan Y kuşağı kaynağına erişmek isteyen işletmelerin yapması gerekenler listesinde yer alan en önemli maddeler aşağıda sıralanmıştır (Kuran, 2014):

- Neden beni tercih etsinler: Şirketlerin hedeflediği genç yeteneklerin onları tercih etmesi için büyük bir kuruluş olmaları ve iyi bir finansal paket sağlamaları yeterli olmamaktadır. Bu sunulanlar bugünün genç yetenekleri için artık hijyen (koruyucu) faktördür. Bir başka deyişle var olduklarında iş tatminlerini artırmaları da olmadıklarında iş tatminsizliği yaratmaktadırlar.
- Finansal sermayeden entelektüel sermayeye: Türkiye'de bulunan Y kuşağının %70 i ideal şirketlerine karar verirken o şirkette çalışmanın nasıl bir şey olduğuna dair iç görüşlerin peşindedir. İletişim kanallarının neler olduğuna bakılmaksızın işverenin gerçek çalışan hikayeleri ile sahici bir etkileşim kurması ve otantik bir duruş sergilemesi her geçen gün daha fazla önem kazanıyor. Şirketin maddi kaynaklarının ne derece güçlü olduğuna dair kurgulanan bir iletişim yeterli çekicilik etkeni oluşturmuyor.
- En önemli rekabet avantajı: Profesyonel ve kişisel gelişime yatırım. Y kuşağının en belirgin taleplerinin başında sürekli öğrenme geliyor. Şirketin çalışma alanı ve doğası gereği değil, isteyerek ve yapılandırılmış bir biçimde "okul şirket" halini almasını istiyorlar. Eğitim ve gelişim sadece sınıf ortamında ya da son yıllarda hayli kullanılan e-öğrenme platformlarında gerçekleşiyor. Tersine araştırma bu kanalların en az tercih edilenler olduğunu gösteriyor. Mentorluk gibi yaşayarak öğrenme programlarına daha

fazla odaklanılması, üniversite iş birlikleriyle akademik destek sağlanması ve şirket içi rotasyon olanakları sunulması Y kuşağı için şirketleri daha çekici bir yer haline getiriyor.

- Sosyal medya ile barışmak: Y kuşağı işverenlerin sosyal medyada daha etkin ve en önemlisi de çift yönlü bir iletişim kurmasını istiyor. Sosyal medya okur yazarlığı olan bir şirketin artık sadece bir sosyal paylaşım platformunda şirket sayfası açması yeterli olmuyor. Anlamlı ve yaşayan bir içerikle etkileşimi sürdürmeleri gerekiyor. Bunun yanında iç müşterilerinin yani mevcut çalışanlarının dijital kanallara erişim özgürlüklerine de saygı duyarak sosyal medyayla barışmaları gerekiyor.
- İnsana saygı: İş ve yaşam dengesi sadece Türkiye’de değil tüm dünyada bir ülkeyi çok çekici kılan bir parametredir. Türkiye için bu tema içinde daha çok insana saygı yer almaktadır. Yani sadece çalışma saatlerinin makul başlangıç ve bitişlerinden değil, çalışma saatleri içinde de insani öğelere saygı duyulmasının gereği vurgulanmaktadır. Bugünün şirketi için sadece verimli çalışma alanları değil, dinlenmek, eğlenmek, paylaşmak gibi insana ve yaşama dair temel gereksinimlere de yanıt veren yaşam alanları yaratma zorunluluğu ortaya çıkmaktadır.

Page ve Brodrick (2012) tarafından 950 çalışan ile yapılan araştırma sonucuna göre, çalışanların güçlü yanlarına odaklanması, işyerinde çalışma arkadaşlarıyla kurulan ilişkiler ve çalışanlara güçlü oldukları yanlarına ve yeteneklerine göre görevler verilmesi işle ilgili duyuşsal iyilik algısını (çalışan mutluluğunu) arttırmaktadır. Çalışanların zayıf olan yönlerine odaklanmak yerine güçlü oldukları yanlarını işyerinde nasıl daha etkin kullanacağına odaklanan işletmeler daha başarılı olmaktadır. Çalışanlara güçlü yanlarını etkin kullanabilecekleri görevler ve ulaşılmaya değer buldukları hedefler verildiğinde hem çalışma performansları hem de mutlulukları artmaktadır. Güçlü yanların varlığının işveren tarafından fark edilip önemsenmesi bile çalışanı motive etmek için yeterli olmaktadır. İşyerinde çalışma arkadaşlarıyla kurulan yakın arkadaşlıklar da kişiye sosyal bir destek sağlamanın yanında psikolojik olarak da kendini sevdiklerinin arasında güvende hissetmesini sağlamaktadır (Page, Brodrick, 2012).

Daha sağlıklı, mutlu ve üretken işyerleri yaratmak isteyen organizasyonların pozitif psikoloji üzerine çalışmalar yapmaları gerekmektedir. Geçmiş yıllarda ekonomik üretkenlik üzerine odaklanan organizasyonlar çalışan sağlığı ve mutluluğuna önem vermedikleri için başarısız olmuşlardır. Aristo'nun yıllar önce belirttiği gibi mutlu bir yaşam ancak mutlu bir çalışma hayatıyla sağlanabilmektedir. Organizasyonların hedef ve politikalarını belirlerken çalışan mutluluğunu da göz ardı etmemeleri gerekmektedir (Gavin, Mason, 2004).

### 3.5 İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısının Ölçülmesi

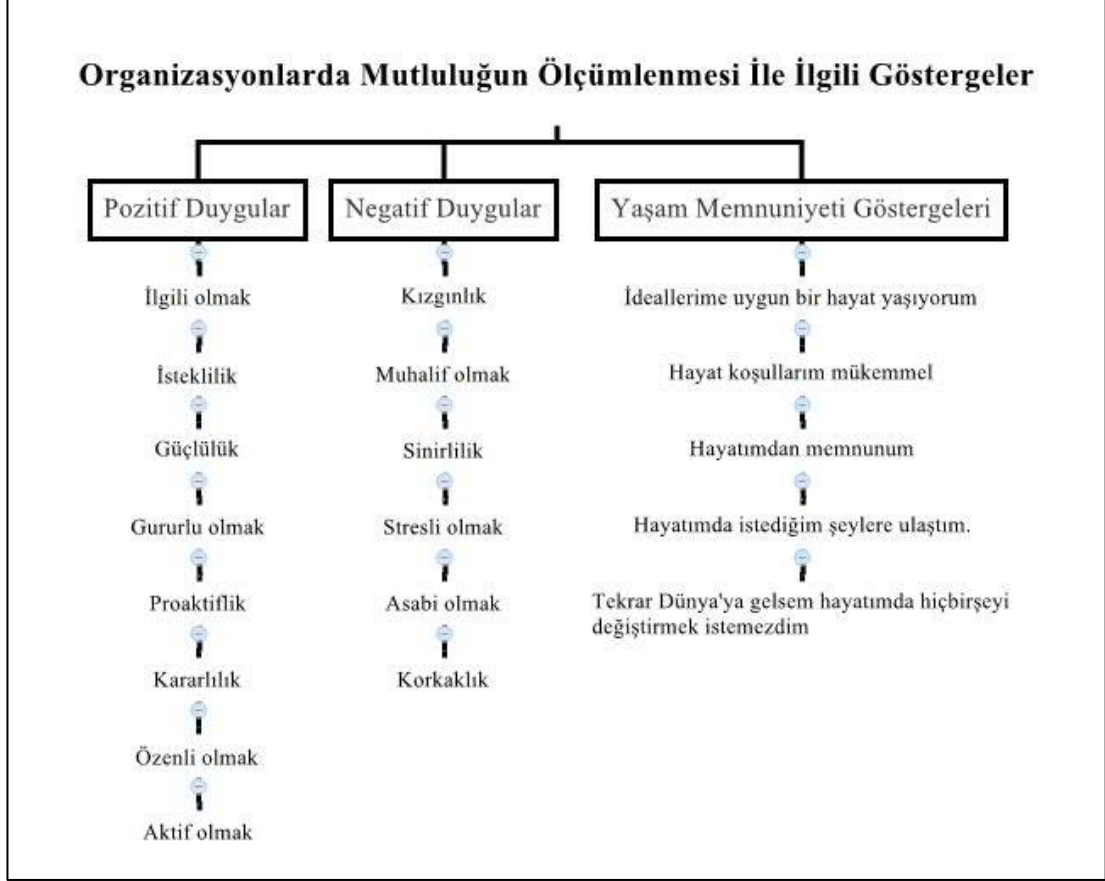
Literatürde işle ilgili iyilik algısını farklı kavramlar altında araştıran birçok farklı araştırma vardır. Aşağıdaki tabloda bu araştırmaların karşılaştırılması yer almaktadır (Horn vd., 2004):

**Tablo 5- İşle ilgili İyilik Algısını İnceleyen Araştırmaların Karşılaştırılması**

Kaynak: Horn vd., 2004

Kavram	Ryff (1989); Ryff & Keyes (1995)	Warr (1987, 1990a, 1994)	Mevcut Yaklaşım
İşle İlgili Duyuşsal İyilik Algısı	Kendini kabul	İşle ilgili duyuşsal iyilik algısı	İşle ilgili duyuşsal iyilik algısı
Profesyonel İyilik Algısı	Kişisel gelişim, hayatın amacı olması, özerklik,	İsteklilik, yeterlilik, özerklik	İsteklilik, yeterlilik, özerklik
Sosyal İyilik Algısı	Kabul görmek, diğerleriyle kurulan ilişkilerin kalitesi	Sosyal hayatın kalitesi	
Bilişsel İyilik Algısı	-	-	Bilişsel yorgunluğun olmaması
Psikomatik (Psikolojik) İyilik Algısı	-	-	Psikolojik şikayetlerin olmaması

Organizasyonlarda işe ilişkin duyuşsal iyilik algısının (mutluluğun) ölçümlenmesi pozitif duygular, negatif duygular ve yaşam memnuniyeti bazında aşığıdaki Şekil 9’da sıralanan göstergeleri içermektedir (Zizek, 2013):



Şekil 9- Organizasyonlarda Mutluluğun Ölçümlenmesi İle İlgili Göstergeler

Kaynak: Zizek, 2013

İşle ilişkili iyilik durumunu ölçmek amacıyla batı toplumlarında çeşitli model ve ölçekler geliştirilmiştir. Warr (1987) tarafından geliştirilen modelde işe ilişkin iyilik durumu (job well-being) etkileyen farklı duyguların var olduğu ortaya konularak ikili ayrıştırma modelinin duygusal görüntüleri bağıllık yada ilişkisizlik boyutuyla irdelenmiştir (Warr, 1987).

Katwyk Wan P.T., Fox S., Spector P.E. ve Kelloway K. (2000) tarafından işe ilişkin iyilik durumunu ölçmek amacıyla geliştirilen ölçekte işten ayrılma eğilimi, işe bağıllık, iş stresinin kaynakları, fiziksel semptomlar ve iş tatmini ile ilişkisi ölçülmüştür (Katwyk Wan P.T., Fox S., Spector P.E. ve Kelloway K., 2000). Bu



ölçek Aytaç, Bayram, Kuşdil ve Bilgel (2004) tarafından uyarlanmış ve geçerliliği de çeşitli stres ve tatmin ölçekleriyle tespit edilmiştir (Aytaç vd., 2004).

Katwyk vd. tarafından işe ilişkin iyilik durumunu etkileyen farklı duyguların ölçülmesini sağlayan işe ilişkin duyusal iyilik algısı ölçeği (Job related affective well-being scale – JAWS) yüksek memnunluk yüksek uyarılmışlık (YMYU), yüksek memnunluk düşük uyarılmışlık (YMDU), düşük memnunluk yüksek uyarılmışlık (DMYU) ve düşük memnunluk düşük uyarılmışlık (DMDU) şeklinde 4 alt boyuttan oluşmaktadır. Sözü edilen bu 4 boyut duygu ifade eden ölçek maddelerinin yüksek-düşük memnuniyet ve yüksek-düşük uyarılmışlık şeklinde isimlendirilen iki ana eksen üzerinde dağılımlarından elde edilmiştir. Memnuniyet eksenini kişinin işiyle bağlantılı genel mutluluk düzeyini belirleme amacıyla kullanılırken, uyarılmış eksenini kişinin psikolojik sisteminin güdülenme (motivasyon) düzeyini göstermektedir. Bunu bir örnekle açıklarsak; olumlu duygu durumunun yüksek uyarılmışlıkla kesiştiği noktada birey mutlu ve aktif bir tablo çizerken (madde örnekleri: neşe, heves, coşku, esinlenme), olumlu duygu durumunun düşük uyarılmışlıkla kesiştiği noktada huzurlu, düşük güdülenme düzeyine sahip bir birey olarak (madde örnekleri: huzur, hoşnutluk, tatmin) olarak karşımıza çıkmaktadır. Düşük memnunluk–yüksek uyarılım bölgesinin birey tipi ise gergin ve kaygılı (madde örnekleri: tiksinti, korku, kızgınlık, hayal kırıklığı) nitelikleri taşımaktadır. Düşük memnunluk–düşük uyarılmışlık ise kendi içine kapanan ve güdülenme düzeyi düşük bir birey tablosu (madde örnekleri: bezgin, yorgun, bunalım duygusu içinde) çizmektedir (Katwyk vd., 2000).

Mutluluk ölçümü standardize anketler ya da görüşme listeleriyle yapılır. Mutluluk ölçümünde kullanılabilecek diğer yöntemler ise aşağıda sıralanmıştır (Furnham, 2014):

- Bilgilendirilmiş gözlemciler veya kişiyi iyi tanıyan ve sürekli gören kişiler tarafından değerlendirme yapılması,
- Kişilerin kendilerini bir gün, hafta ya da ay içinde kaç kere ve ne kadar mutlu hissettiklerini bildirmesi ve bu derecelendirmelerin toplanıp değerlendirildiği deneyim örnekleme yöntemi,

- Kişinin belleğine başvurulup geçmiş hakkında kendini ağırlıklı olarak mutlu mu yoksa mutsuz mu hissettiğine bakılması,
- Beynin taranmasından tükürükte kortizol düzeylerine kadar herşeyi inceleyen ve henüz yeni gelişmekte olan fiziksel ölçümler yapılması.

İşle ilgili iyilik durumunu ölçmek amacıyla Batılı toplumlarda çeşitli model ve ölçekleri geliştirmek amacıyla çalışmalar yapılmıştır. Russel (1980) yaptığı çok boyutlu analiz teknikleri ile pozitif ya da negatif duyuş alanlarının bireylerin iyilik algılarında ayrı ayrı etkileri olduğunu savunmuş, bu görüşü Watson ve Clark (1988) tarafından da desteklenmiştir. Katwyk, Fox, Spector ve Kelloway (2000), Russell (1980) ve Warr'ın (1987) yaklaşımlarını temel alarak "İşe ilişkin duyuşsal iyilik durumu" adını verdikleri bir ölçek geliştirmişlerdir. Bu ölçek yüksek memnunluk yüksek uyarılmışlık (YMYU), yüksek memnunluk düşük uyarılmışlık (YMDU), düşük memnunluk yüksek uyarılmışlık (DMYU) ve düşük memnunluk düşük uyarılmışlık (DMDU) olmak üzere dört boyuttan oluşmaktadır. Memnuniyet eksenini kişinin işiyle bağlantılı genel mutluluk düzeyini belirlemeye yarar, uyarılmışlık eksenini kişinin psikolojik sisteminin güdülenme (motivasyon) düzeyini gösterir. Örneğin; olumlu duygu durumunun yüksek uyarılmışlıkla kesiştiği noktada birey mutlu ve aktif bir tablo çizerken, olumlu duygu durumunun düşük uyarılmışlıkla kesiştiği noktada ise huzurlu ancak düşük güdülenme düzeyine sahip bir tablo çizmektedir. Türkiye'de mesleki iyilik durumu ve iş mutluluğu arasındaki ilişkiyi duyuşsal açıdan ele alınan bir çalışma henüz yapılmamıştır. Bu alanda ülkemizdeki boşluğu gidermek amacıyla Katwyk (2000) ve arkadaşları tarafından oluşturulan ve işe ilişkin duyuşsal iyilik durumunu etkileyen farklı duyguların ölçülmesine imkan veren işe ilişkin duyuşsal iyilik algısı ölçeği Türkçe'ye Aytaç, Bayram, Bilgel ve Kuşdil tarafından çevrilerek güvenilirliği değerlendirilmiştir (Aytaç vd., 2004).

### **3.6 İş Yaşamında Kuşaklar İle İlgili Kavramlar**

#### **3.6.1 Yaş**

1984 yılında Fortes'in açıkladığı gibi, yılı numaralandırdığımız tarih kavramı bazı Afrika topluluklarında ya da farklı kültürlerde olmayabilir. Bunun olmayışı

bahsedilen toplumlarda bir takvim sisteminin olmadığı anlamına gelmemektedir. Bu toplumlar sel, tayfun ya da gençliğe adım gibi kendi kültürlerinin yapısı gereği önemli varsaydıkları olayları kendilerine referans noktası almaktadırlar. Batı toplumlarında ise, takvim sistemi ve numerik olarak yaş kavramı okuryazarlık ve bilim tekniklerine dayandırılmıştır (Thompson,1967 ).

Bu nedenle yaşı numerik olarak sayarak bir takvim sistemine dayandırmak tamamen kültürel yapının bir özelliğidir. Bu özellik kapitalizmin gelişmesi ile artan öneme sahip olan saat ve takvimin belirli kavramları ile ilintilidir.

### **3.6.2 Fizyolojik Yaş**

Bireyler zaman içinde kronolojik olarak yaslandıkça biyolojik ve fizyolojik olarak da yaşlanmaktadırlar. İnsan bedeni zaman ile birlikte karşı konulamaz fiziksel bir değişime uğramaktadır. Bebekler doğar ve çocukluğa adım atar, çocuklar ergenlikten yetişkinliğe geçiş yaparlar ve yetişkin olmuş bireyler de üreme dönemlerinde tekrar üreme döngüsünü başlatırlar. Bireylerin ilerleyen yaşlarında üremesi azalır ve kadınlarda ise tamamen yok olmaktadır. Biyolojik yaşlanma farklı çeşit diş çıkartma ve kaybetme, cilt elastikiyetini kaybetme, saçların beyazlaması, kırışıkların oluşması ve bir takım fiziksel engellerin oluşması gibi tanımlanabilir (Pilcher,1995).

### **3.6.3 Yaşam Seyri Teorisi (The Life Course Theory)**

Kişilerin yaşamları, bunların getirdiği iç duygular, tecrübeler ve bireysel özelliklerinin, sosyal çevrenin, sosyo-ekonomik olayların, tarihsel süreçlerin ve geçmiş yaşantılarına ait tecrübelerinin etkilerini, geleceğini ve kişiliğini nasıl şekillendirdiğini araştırmak yaşam seyri teorisinin konusunu oluşturmaktadır. Benson (2001)'e göre, yaşam seyri, bir kişinin anne karnından mezara kadar uzanan bir yaşam süreci ve bu süreçte yer alan deneyimleridir (Benson, 2001).

Yaşam seyri teorisinin bakış açısı, kişinin sağlığı, aile yaşantısı, ilişkileri, iş hayatı, eğitimdeki statüleri, sosyal çevresindeki değişimler için düzenlemeler

yapmayı içeren yaşam alanlarında meydana gelen geçişleri yansıtarak, yaşam seyrinin anlaşılmasını sağlamaktadır (Bynner, 2001).

### **3.6.4 Kuşak Tanımları**

Tarihsel olarak aynı zaman aralıklarında doğan, ekonomik ve sosyal hareketlerden oluşmuş belli bir sosyal gruba mensup olanlar kişiler kuşak (jenerasyon) kavramıyla tanımlanmaktadır. Rafklı tarihsel dönemlerde bulunan kuşaklar yetiştirme tarzları ve içerisinde buldukları ortam değişikliklerinden kaynaklanan farklılıklara sahiptirler. Bu farklılıklar nedeniyle kuşaklar arasında hem karakter, hem çalışma yaşamı hem de sosyal hayat açısından önemli farklılıklar bulunmaktadır. Farklı yaş gruplarının bir arada bulunduğu ortaya çıkan sorunların önemli bir kısmı kuşaklararası algı, yöntem, iletişim ve uygulama farklılıklarından kaynaklanmaktadır. Bu nedenle disiplinlerarası yapılan araştırmaların bu farklılıkları tanımlama ve ortaya çıkan sorunlara çözüm bulma üzerine yoğunlaşmaları gerekmektedir (Adıgüzel vd., 2014).

1830-1840 yılları arasında kuşak çalışmaları ile ilgili ilk bilimsel araştırmaları başlatan Auguste Comte, kuşaksal değişikliklerin tarihsel süreç içerisinde hareket eden kuvvetler olduğunu ortaya koyarak, sosyal ilerlemenin ancak bir kuşağın bir sonraki kuşağa aşılacağı birikimler ile mümkün olduğunu belirtmiştir (Comte, 1974).

Kuşak kavramı Türk Dil Kurumu sözlüğünde "aşağı yukarı aynı yıllarda doğmuş olup aynı çağın koşullarını, dolayısıyla birbirine benzer sıkıntıları, yazgıları yaşamış, benzer ödevlerle yükümlü olmuş kişiler topluluğu" olarak tanımlamaktadır. Lower ise her kuşağın kendine özgü özellikleri, değer yargıları, tutumları, güçlü ve zayıf yönlerinin olduğunu savunmaktadır (Kuyucu, 2014).

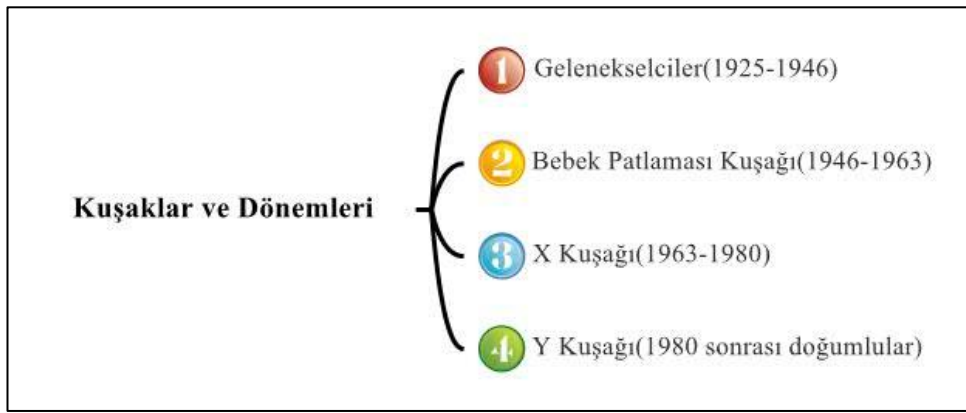
Literatürde kuşakların yaş aralıkları konusunda farklı araştırmacılar tarafından belirlenen farklı yaş aralıkları ve bu araştırmaları ortaya koyan araştırmalar aşağıdaki Tablo 6'da özetlenmiştir (Hatipoğlu, 2014):

**Tablo 6- Kuşakların Sınıflandırılması**

Kaynak: Hatipoğlu, 2014

Yazarlar	Kuşakların Tanımları				
	Sessiz Kuşak	Baby Boomers	X Kuşağı	Y Kuşağı	Z Kuşağı
Appelbaum (2005)		1943-1960	1961-1981		
Broadbridge (2007)				1977-1994	
Cennamo ve Gardner (2008)		1946-1961	1962-1979	1980 ve sonrası	
Hammill (2005)	1922 -1945	1946-1964	1965-1980	1981-2000	2001 ve sonrası
Chen ve Choi (2008)		1946-1964	1965-1977	1978 ve sonrası	
Gürsoy (2008)		1943-1960	1961-1980	1981-2000	
Kuran (2010)					2000-2020
Jurkiewicz (2000)		1946-1962	1963-1981		
Jurkiewicz ve Brown (1998)	1925-1942	1943-1960	1961-1981		
Oblinger (2005)					2000 ve sonrası
Lamm ve Meeks (2009)		1943-1960	1961-1980	1981-2000	
Lyons (2007)	1945 öncesi	1945-1964	1965-1979	1980 sonrası	
Parker ve Chusmir (1990)	1946 öncesi	1946-1964			
Sessa (2007)	1925-1945	1946-1963	1964-1982	1983 ve sonrası	
Smola ve Sutton (2002)		1946-1964	1965-1977		
Wong (2008)		1945-1964	1965-1981	1982-2000	
Williams ve Page (2011)	1930-1945	1946 – 1964	1965 – 1976	1977 – 1994	1994 ve sonrası
Howe ve Strauss (2000)	1925-1943	1943-1960	1961-1981	1982-2000	

Aynı doğum yıllarına sahip bireyler birbirlerini aynı grubun üyesi olarak tanımlayarak farklı doğum yıllarına sahip bireyleri farklı kuşak olarak görürler. Sadece aynı doğum yılına sahip olmalarından dolayı paylaştıkları yıllar değil sosyal ve tarihsel benzersiz deneyimler de, gençlerin özelliklerini kalıcı olarak etkilemiştir. Araştırmacılar kuşakları belirli tarihsel dönemler içerisinde değerlendirerek beş farklı grup altında sınıflandırmıştır. Araştırmamızda kullanılan kuşak sınıflandırmaları Türkiye’de ki çeşitli kaynaklardan elde edilen veriler dikkate alınarak ülkemizdeki kuşak sınıflandırmalarına göre Şekil 10’da görüldüğü şekilde yapılmıştır. (Yüksekbilgili, 2013):



Şekil 10- Kuşaklar ve Dönemleri

Kaynak: Yüksekbilgili, 2013

Türkiye’deki kuşakların nüfusa göre dağılımı ise Tablo 7’de yer almaktadır (Hatipoğlu,2014):

**Tablo 7- Türkiye'deki Kuşakların Nüfusa Göre Dağılımı**

**Kaynak:** Hatipoğlu, 2014

<b>Doğum Tarihi Aralığı</b>	<b>Yaş Aralığı</b>	<b>Kuşak</b>	<b>Kuşak Nüfusu</b>	<b>Genel Nüfus İçerisindeki Oranı</b>
1945 ve öncesi	68 ve üstü	Gelenekselciler	3.832.499	0,5
1946-1963	50- 67	Bebek Patlaması Kuşağı	12.583.838	0,16
1963-1980	33-50	X Kuşağı	18.447.352	0,24
1980-2003	10-33	Y Kuşağı	26.822.896	0,35

### **3.6.4.1 Gelenekselciler**

Literatürde yer alan bazı kaynaklarda sessiz kuşak ya da erişkin (matures) kuşak olarak da adlandırılan bu kuşak genellikle 1925- 1946 yılları arasında doğan kuşağı ifade etmektedir (Adıgüzel, Batur ve Ekşili, 2014).

Sessiz Kuşak şeklinde de isimlendirilen gelenekselciler, , 1. Dünya Savaşı ve 2. Dünya Savaşı döneminde dünyaya gelen kişilerden oluşmaktadır (Zhang ve Bonk, 2010). Bu dönemde yaşanan bazı önemli olaylar, dünya genelinde yaşanan ekonomik sıkıntılar, kıtlık ve açlık, işsizlik, tasarruf etme gibi yaşam koşullarına maruz kalmaları nedeniyle, bu kuşak emin olmadıkları durumlara karşı daha tedbirli davranmakta ve mümkün olduğunca risk almaktan kaçınmaktadır (Adıgüzel, Batur ve Ekşili, 2014).

Sessiz kuşağa mensup kişiler genellikle gelecekle ilgili olan ve iş ortamında bulunan yeni uygulamaları deneyimlemek için heveslidirler. İşverenlerinin, yaptıkları işlerde kendilerini destekleyeceğini ve kar- zarar noktasında katkılarının ne olduğunu bilmek isterler. Sessiz kuşakta yer alan ve teknoloji konusunda yeterli olmayan kişilerin mensuplarına proaktif teknoloji destekleri sağlanmalıdır. Kendilerinden sonra gelen kuşaklara aktarabilecekleri yöntemler yaratarak tecrübelerine değer verilirse verimleri artacaktır (Hatipoğlu, 2014).

Günümüz iş yaşamının temellerini atmış olan gelenekselcilerin artık sayıları az da olsa hala varlıkları hissedilmektedir. Sahip oldukları eşsiz bilgi kaynağı ve pratik zekâları onları işletmeler için kritik konumdaki kişiler haline getirmiştir (Adıgüzel, Batur ve Ekşili, 2014).

#### **3.6.4.2 Bebek Patlaması Kuşağı (Baby Boomers)**

Bebek Patlaması kuşağı 1946-1963 yılları arasında doğan kişileri kapsamaktadır. 1946 yılında sona eren İkinci Dünya Savaşı ve 1964 yıllarında ABD’de düşmeye başlayan doğum oranları ile bu kuşağın zaman aralığı literatürde genellikle 1946-1964 yılları arası olarak kabul edilmektedir. ABD’deki isgücünün %53’ünü karşılayan bu kuşak pazarlamacılar tarafından şu ana kadar yeryüzüne gelmiş en büyük kuşak olarak tanımlanmaktadır (Schroder ve Warren, 2005).

Bu kuşak mensupları hem eğitim hem de ekonomik açıdan ciddi bir patlama döneminde dünyaya geldikleri için unvan onlar için son derece önemlidir ve idealist olarak tanımlanabilirler. Ayrıca kendilerini, büyükleri ve çocukları arasında feda etmeyi göze alarak çeşitli sivil sorunların içerisine girmişlerdir (Smola, Sutton; 2002).

ERC (European Research Council) (2011) tarafından hazırlanan rapora göre bu kuşak otoriteye sadıktır ve kendilerine her konuda direktif verilmesini beklemektedirler. Düzene itaat etmeyi seven bir yapısı vardır. Bu kuşağa mensup kişiler uzun süre aynı işte kalır ve o işte ömür boyu çalışmayı tercih ederler. Bu



kuşak disiplinli, pragmatik ve istikrar arayışındadır. Güven duygusunu çok fazla önemserler([http://erc.europa.eu/sites/default/files/document/file/erc\\_annual\\_report\\_2011.pdf](http://erc.europa.eu/sites/default/files/document/file/erc_annual_report_2011.pdf)).

#### **3.6.4.3 X Kuşağı**

1965 ile 1979 yılları arasında doğanlar olarak tanımlanan X kuşağı bireyleri, teknoloji ve bilgi ile barışık, girişimci, amaç odaklı ve bağımsızdırlar. Bugün kullanılan anlamıyla ilk kişisel bilgisayarın satışının bu kuşak döneminde olması bu kuşağın gelişen teknoloji alışkanlıklarının altyapısını oluşturduğu izlenimini vermektedir (Adıgüzel, Batur ve Ekşili, 2014).

ERC (European Research Council) (2011) tarafından hazırlanan rapora göre bu kuşak çalışanları esnek, kendine güvenen, teknolojiyi rahat kullanabilen bir yapıya sahiptirler. İş yaşamında güvenlik ve maaş unsurlarını ön planda tutmaktadırlar. Hiyerarşik yapıyı çok sevmedikleri için daha çok hiyerarşik olmayan yapılarda çalışmayı tercih ederler. Bu kuşakla birlikte kadınlarda erkekler kadar iş yaşamında aktif olmaya başlamışlardır. Bu kuşağa mensup bireyler birden fazla alanda kariyer yapmayı tercih etmektedirler ([http://erc.europa.eu/sites/default/files/document/file/erc\\_annual\\_report\\_2011.pdf](http://erc.europa.eu/sites/default/files/document/file/erc_annual_report_2011.pdf)).

Türkiye’de genel olarak gelenekselci kuşağın çocukları olan bu nesil daha çalışkan, realist ve kanaatkâr bir yapıya sahiptir. Türkiye’nin %22’sini oluşturan X kuşağın yetiştiği dönem petrol krizleri ve ekonomik sarsıntılarla geçmiştir. ‘68 kuşağı’ gelişmelerinin de yaşandığı bu dönemde Türkiye’de üniversite olayları ve sağ-sol çatışması artarken, televizyonda değerli bir iletişim aracı haline gelmeye başlamıştır (Adıgüzel, Batur ve Ekşili, 2014).

#### **3.6.4.4 Y Kuşağı**

1980 ile 2000 arasında doğanlara verilen ortak isim "Y Kuşağı" veya internet kuşağı, echo-boomers, millennial veya nexters olarak da anılmaktadır. Birçok araştırmacıya göre Y kuşağı sosyal yaşamda ve iş yaşamında bir dönüşüm noktasıdır

ve bu sebeple Y Kuşağı'nın iş ile olan ilişkisi detaylı olarak incelenmelidir. Y kuşağı iş yaşamında bilgi ve iletişim teknolojilerinin kurallarını yeniden yazmanın yanı sıra iş kültüründe ve organizasyonunda başka birçok değişikliği de beraberinde getirmişlerdir. İngilizce "why" kelimesinden türeyen bu Y harfi aslında sorgulayan yapılarından dolayı bu gruba uygun görülmüştür. Farklı araştırmacılar tarafından yapılan araştırma sonuçlarına göre, Y kuşağı teknoloji, bilgisayarlar, cep telefonları ve internet ile birlikte büyümüş, bağımsız, kendine güvenen, işbirlikçi, bencil ve çeşitlilik içeren bir kuşak olarak tanımlanmaktadır. Bu kuşak herşeyi başarabileceğine inanır, kendisinin yüksek beklentili, risk alabilen ve yüksek verimli olduğunu düşünür (Yüksekbilgili, 2013).

Türkiye İstatistik Kurumu'nun (TÜİK) verilerine göre Türkiye nüfusunun 39.45'i Y kuşağında yer almaktadır. Aynı verilere dayanarak, Türkiye nüfusunun yüzde 25,6'sını 0-14 yaş grubu; yüzde 67,2'sini ise 15-64 yaş grubunda bulunan nüfus oluşturmaktadır. Öte yandan, nüfusun yüzde 7,2'si ise 65 ve daha üst yaş grubunda bulunmaktadır. Türkiye'nin bu demografik yapısı göz önüne alındığında Avrupa'dan farklı olarak Y kuşağının daha dikkatle incelenmesi gerektiği gözler önüne serilmektedir. 2025'te Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerdeki işgücünün yüzde 60'a yakınının Y kuşağından olması öngörülmektedir (Akduman vd., 2013).

Hay Group'un 2013 yılında gerçekleştirdiği "Gençler 'İş'e El Koydu" adlı araştırmasına göre kuşakların temel özellikleri ve güçlü oldukları noktalar arasında Tablo 8'de belirtilen belirgin farklılıklar bulunmaktadır (Kuyucu, 2014):

**Tablo 8- Kuşakların Karakteristik Özellikleri**

**Kaynak:** Kuyucu, 2014

<b>Kuşak</b>	<b>Temel Özellikleri</b>	<b>Güçlü Noktaları</b>
Gelenekselciler	Pratik, rasyonel	İstikrar, bağlılık
Bebek Patlaması Kuşağı	İyimser, pozitif	Ekip çalışması, bağlılık
X Kuşağı	Şüphecî, dikkatli	Uyumluluk, uzlaşma, bilgi teknolojileri bilgisi
Y Kuşağı	Umutlu, güvenli	Aynı anda çok iş yapabilme ve teknoloji kullanma becerisi

Önümüzdeki birkaç yıl içinde organizasyonlarda çalışanların %70 ini oluşturacak Y kuşağı yaratıcı, dinamik, değişimi seven ve ezber bozan bir kuşak özelliği taşımaktadır. Y kuşağının dinamizmi ve verimlilikleri son derece yüksek olabilmesine rağmen doğru yönetilmediklerinde stres ve tükenmişlik sendromu gibi sorunlar yaşayabilmekte ve bu durum işten ayrılmalarına bile sebep olabilmektedir. Y kuşağını doğru yönetmek, mutlu ve motive etmek isteyen işverenlerin yapması gerekenler aşağıda sıralanmaktadır (Eyiusta, 2013):

- Y kuşağı çalışanlarının profesyonel gelişimlerine katkıda bulunan, etki alanı yüksek görev ve projelerde yer almaları sağlanmalıdır. Onların fikirlerine ve görüşlerine değer verildiği hissettirilmelidir.
- Organizasyon kurumsal itibarına yatırım yapılmalıdır. Çünkü Y kuşağı faaliyetleriyle para kazanmanın ötesine geçebilen şirketlerde çalışmak istemektedir. Koçluk ve mentörlük gibi meslek sistemleri geliştirilmelidir. Y kuşağı alanlarında tecrübeli, dinamik, farklı görüşlere açık yöneticilerle çalışmalı ya da bu kişilerden mentör edinmelidirler.
- Ücret, farklı kariyer yolları (dikey-yatay), terfi ve ödüllendirme süreci ile ilgili beklentileri iyi yönetilmelidir.
- Kariyer planlarına destek verirken kendileri de işin içine katılmalıdır.
- Özellikle işe alım sürecinde ve sonrasında şirket vizyonu, yönetim anlayışı ve çalışanların belirlenen vizyona nasıl katkıda bulunabilecekleri detaylı olarak aktarılmalıdır.
- Y kuşağına daha yüksek ücretli değil daha anlamlı işler sunulmalıdır.
- Sosyal sorumluluğa önem verilmelidir.
- Kişiselleştirilmiş motivasyon araçları kullanılmalıdır. Kişiye yönelik ödüllendirme sistemleri kurulmalı ve ek menfaat paketleri esnek hale getirilmelidir.
- Kişisel gelişimlerine destek olunmalıdır.
- Her kademedede açık iletişim ve geri bildirim desteklenmelidir. Şirket bünyesinde çalışanlara iş ve eğlence arasında daha çok geçiş imkanı veren konfor ve kolaylıklar geliştirilmelidir. İş ve yaşam dengesini gözetilen uygulamalar (esnek çalışma saatleri, çocukları olan çalışanlar için şirket bünyesinde gündüz bakımevlerinin kurulması) gibi hizmetler hayata geçirilmelidir.

- Aşırı rol yükü ve rol belirsizliği gibi problemlerin ortadan kalkması için çalışma ortamındaki sosyal desteğin artırılması ve açık iletişime dayanan bilgilendirme süreçlerinin hayata geçirilmesine önem verilmelidir.
- Eski otorite anlayışı bir kenara bırakılmalıdır. Y kuşağı çalışanlarının yöneticileriyle olan ilişkileri önemli bir motivasyon kaynağı olduğu için kendisine rehberlik eden, gelişime ve yeni fikirlere açık yöneticilerle çalışmaları sağlanmalıdır.

Y kuşağının yöneticilerinden şirketlerinden ve öğrenmeye yenilik aktivitelerinden beklentileri aşağıdaki tabloda yer almaktadır (Eyiusta, 2013):

**Tablo 9- Y Kuşağının Yöneticilerinden, Şirketlerinden ve Öğrenmeye Yönelik Olarak Beklentileri**

**Kaynak:** Eyiusta, 2013

<b>Yöneticilerinden</b>	<b>Şirketlerinden</b>	<b>Öğrenmeye Yönelik</b>
Kariyer yolunda ilerlerken ona yardımcı olması	Kişinin geleceğe yönelik olarak yeteneklerini geliştirmesine imkan vermesi	Uzmanlık alanındaki teknik beceriler
Doğru geribildirim vermesi	Güçlü değerlerinin olması	Kendini yönetebilme ve kişisel verimlilik
Koçluk ve mentörlük yapması	Kişiyeye özel menfaat ve ödül paketleri sunması	Liderlik
Formal (resmi) gelişim programlarına katılımında kişiyeye destek vermesi	Kişinin iş hayatını, hayatın diğer yönleriyle harmanlamasına izin vermesi	Sektör bilgisi ya da fonksiyonel bilgi
Esnek planlar ve uygulamalar ile ilgili rahat davranması	Açık bir kariyer yolu sunması	Yaratıcılık ve inovasyon stratejileri

İlgili yazın incelendiğinde farklı kuşaklara mensup bireylerin özellikleri farklı olduğu gibi, işyerlerinden beklenti ve isteklerinin de farklı olduğu görülmektedir. Bununla bağlantılı olarak çalışma hayatında mutlu olmaları için gerekli kriterler de farklılık göstermektedir. Bu bağlamda, araştırma kapsamında mutluluk (öznel iyi oluş) ve işle ilgili iyilik algısı kavramları X ve Y kuşakları bazında ayrı ayrı incelenecektir.

## 4. BÖLÜM

### ÇALIŞAN MUTLULUĞUNUN İŞE İLİŞKİN DUYUŞSAL İYİLİK ALGISI İLE İLİŞKİSİNİN KUŞAKLARARASI İNCELENMESİ

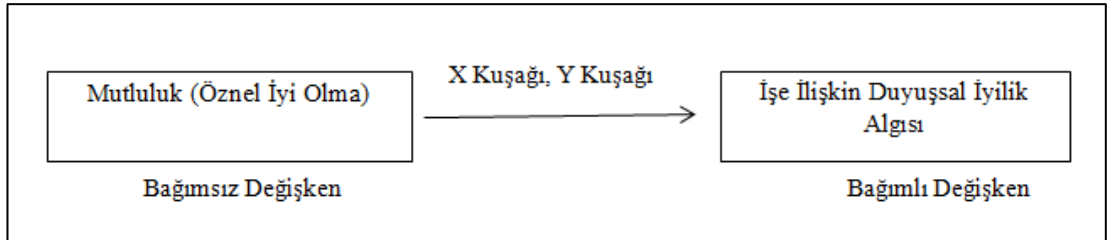
#### 4.1 Araştırmanın Amacı ve Kapsamı

Araştırmanın temel amacı; iş yaşamında yer alan farklı kuşaktaki çalışanların, mutluluklarının (öznel iyi olma) ve işe ilişkin duyusal iyilik algıları (işle ilişkili iyilik, mutluluk) arasındaki ilişkilerinin incelenerek aralarındaki benzerliklerin ve farklılıkların ortaya konulmasıdır. Araştırmanın evrenini İstanbul'da yaşayan farklı kuşaklardaki özel sektör çalışanları oluşturmaktadır.

Bu bağlamda, farklı alanlarda faaliyet gösteren işletmelerde çalışan 626 kişi ile anket uygulaması yapılmıştır. Tüm anketler çevrimiçi şekilde gerçekleştirilmiştir.

#### 4.2 Araştırmanın Modeli

Araştırma modeli aşağıdaki şekilde özetlenebilir:



#### 4.3 Araştırmanın Hipotezleri

Araştırmada test edilecek hipotezler aşağıda sıralanmıştır:

H1a: X kuşağında öznel iyilik algısı cinsiyete göre farklıdır.

H1b: X kuşağında iş ile ilgili pozitif algı cinsiyete göre farklıdır.

H1c: X kuşağında iş ile ilgili negatif algı cinsiyete göre farklıdır.

- H1d: X kuşağında İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı cinsiyete göre farklıdır.
- H2a: Y kuşağında öznel iyilik algısı cinsiyete göre farklıdır.
- H2b: Y kuşağında iş ile ilgili pozitif algı cinsiyete göre farklıdır.
- H2c: Y kuşağında iş ile ilgili negatif algı cinsiyete göre farklıdır.
- H2d: Y kuşağında İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı cinsiyete göre farklıdır.
- H3a: X kuşağında öznel iyilik algısı medeni duruma göre farklıdır.
- H3b: X kuşağında iş ile ilgili pozitif algı medeni duruma göre farklıdır.
- H3c: X kuşağında iş ile ilgili negatif algı medeni duruma göre farklıdır.
- H3d: X kuşağında İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı medeni duruma göre farklıdır.
- H4a: Y kuşağında öznel iyilik algısı medeni duruma göre farklıdır.
- H4b: Y kuşağında iş ile ilgili pozitif algı medeni duruma göre farklıdır.
- H4c: Y kuşağında iş ile ilgili negatif algı medeni duruma göre farklıdır.
- H4d: Y kuşağında İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı medeni duruma göre farklıdır.
- H5a: X kuşağında öznel iyilik algısı çocuk sayısına göre farklıdır.
- H5b: X kuşağında iş ile ilgili pozitif algı çocuk sayısına göre farklıdır.
- H5c: X kuşağında iş ile ilgili negatif algı çocuk sayısına göre farklıdır.
- H5d: X kuşağında İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı çocuk sayısına göre farklıdır.
- H6a: Y kuşağında öznel iyilik algısı çocuk sayısına göre farklıdır.
- H6b: Y kuşağında iş ile ilgili pozitif algı çocuk sayısına göre farklıdır.
- H6c: Y kuşağında iş ile ilgili negatif algı çocuk sayısına göre farklıdır.
- H6d: Y kuşağında İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı çocuk sayısına göre farklıdır.
- H7a: X kuşağında öznel iyilik algısı öğrenim durumuna göre farklıdır.
- H7b: X kuşağında iş ile ilgili pozitif algı öğrenim durumuna göre farklıdır.
- H7c: X kuşağında iş ile ilgili negatif algı öğrenim durumuna göre farklıdır.
- H7d: X kuşağında İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı öğrenim durumuna göre farklıdır.
- H8a: Y kuşağında öznel iyilik algısı öğrenim durumuna göre farklıdır.
- H8b: Y kuşağında iş ile ilgili pozitif algı öğrenim durumuna göre farklıdır.
- H8c: Y kuşağında iş ile ilgili negatif algı öğrenim durumuna göre farklıdır.
- H8d: Y kuşağında İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı öğrenim durumuna göre farklıdır.
- H9a: X kuşağında öznel iyilik algısı sektöre göre farklıdır.
- H9b: X kuşağında iş ile ilgili pozitif algı sektöre göre farklıdır.
- H9c: X kuşağında iş ile ilgili negatif algı sektöre göre farklıdır.

- H9d: X kuşağında İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı sektöre göre farklıdır.
- H10a: Y kuşağında öznel iyilik algısı sektöre göre farklıdır.
- H10b: Y kuşağında iş ile ilgili pozitif algı sektöre göre farklıdır.
- H10c: Y kuşağında iş ile ilgili negatif algı sektöre göre farklıdır.
- H10d: Y kuşağında İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı sektöre göre farklıdır.
- H11a: X kuşağında öznel iyilik algısı pozisyona göre farklıdır.
- H11b: X kuşağında iş ile ilgili pozitif algı pozisyona göre farklıdır.
- H11c: X kuşağında iş ile ilgili negatif algı pozisyona göre farklıdır.
- H11d: X kuşağında İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı pozisyona göre farklıdır.
- H12a: Y kuşağında öznel iyilik algısı pozisyona göre farklıdır.
- H12b: Y kuşağında iş ile ilgili pozitif algı pozisyona göre farklıdır.
- H12c: Y kuşağında iş ile ilgili negatif algı pozisyona göre farklıdır.
- H12d: Y kuşağında İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı pozisyona göre farklıdır.
- H13a: X kuşağında öznel iyilik algısı pozisyondaki hizmet süresine göre farklıdır.
- H13b: X kuşağında iş ile ilgili pozitif algı pozisyondaki hizmet süresine göre farklıdır.
- H13c: X kuşağında iş ile ilgili negatif algı pozisyondaki hizmet süresine göre farklıdır.
- H13d: X kuşağında İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı pozisyondaki hizmet süresine göre farklıdır.
- H14a: Y kuşağında öznel iyilik algısı pozisyondaki hizmet süresine göre farklıdır.
- H14b: Y kuşağında iş ile ilgili pozitif algı pozisyondaki hizmet süresine göre farklıdır.
- H14c: Y kuşağında iş ile ilgili negatif algı pozisyondaki hizmet süresine göre farklıdır.
- H14d: Y kuşağında İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı pozisyondaki hizmet süresine göre farklıdır.
- H15a: X kuşağında öznel iyilik algısı kurumdaki hizmet süresine göre farklıdır.
- H15b: X kuşağında iş ile ilgili pozitif algı kurumdaki hizmet süresine göre farklıdır.
- H15c: X kuşağında iş ile ilgili negatif algı kurumdaki hizmet süresine göre farklıdır.
- H15d: X kuşağında İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı kurumdaki hizmet süresine göre farklıdır.
- H16a: Y kuşağında öznel iyilik algısı kurumdaki hizmet süresine göre farklıdır.
- H16b: Y kuşağında iş ile ilgili pozitif algı kurumdaki hizmet süresine göre farklıdır.

- H16c: Y kuşağında iş ile ilgili negatif algı kurumdaki hizmet süresine göre farklıdır.
- H16d: Y kuşağında İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı kurumdaki hizmet süresine göre farklıdır.
- H17a: X kuşağında öznel iyilik algısı toplam hizmet süresine göre farklıdır.
- H17b: X kuşağında iş ile ilgili pozitif algı toplam hizmet süresine göre farklıdır.
- H17c: X kuşağında iş ile ilgili negatif algı toplam hizmet süresine göre farklıdır.
- H17d: X kuşağında İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı toplam hizmet süresine göre farklıdır.
- H18a: Y kuşağında öznel iyilik algısı toplam hizmet süresine göre farklıdır.
- H18b: Y kuşağında iş ile ilgili pozitif algı toplam hizmet süresine göre farklıdır.
- H18c: Y kuşağında iş ile ilgili negatif algı toplam hizmet süresine göre farklıdır.
- H18d: Y kuşağında İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı toplam hizmet süresine göre farklıdır.
- H19a: X kuşağında öznel iyilik algısı ile çalışma gününü mutlu geçirme arasında pozitif ilişki vardır.
- H19b: X kuşağında iş ile ilgili pozitif algı ile çalışma gününü mutlu geçirme arasında pozitif ilişki vardır.
- H19c: X kuşağında iş ile ilgili negatif algı ile çalışma gününü mutlu geçirme arasında negatif ilişki vardır.
- H19d: X kuşağında işe ilişkin duyuşsal iyilik algısı ile çalışma gününü mutlu geçirme arasında pozitif ilişki vardır.
- H20a: Y kuşağında öznel iyilik algısı ile çalışma gününü mutlu geçirme arasında pozitif ilişki vardır.
- H20b: Y kuşağında iş ile ilgili pozitif algı ile çalışma gününü mutlu geçirme arasında pozitif ilişki vardır.
- H20c: Y kuşağında iş ile ilgili negatif algı ile çalışma gününü mutlu geçirme arasında negatif ilişki vardır.
- H20d: Y kuşağında işe ilişkin duyuşsal iyilik algısı ile çalışma gününü mutlu geçirme arasında pozitif ilişki vardır.
- H21a: X kuşağında öznel iyilik algısı çalışma gününün mutlu geçmesini olumlu yönde etkilemektedir.
- H21b: X kuşağında iş ile ilgili pozitif algı çalışma gününün mutlu geçmesini olumlu yönde etkilemektedir.



H21c: X kuşağında iş ile ilgili negatif algı ile çalışma gününün mutlu geçmesini olumlu yönde etkilemektedir.

H21d: X kuşağında işe ilişkin duyuşsal iyilik algısı çalışma gününün mutlu geçmesini olumlu yönde etkilemektedir.

H22a: Y kuşağında öznel iyilik algısı çalışma gününün mutlu geçmesini olumlu yönde etkilemektedir.

H22b: Y kuşağında iş ile ilgili pozitif algı çalışma gününün mutlu geçmesini olumlu yönde etkilemektedir.

H22c: Y kuşağında iş ile ilgili negatif algı ile çalışma gününün mutlu geçmesini olumlu yönde etkilemektedir.

H22d: Y kuşağında işe ilişkin duyuşsal iyilik algısı çalışma gününün mutlu geçmesini olumlu yönde etkilemektedir.

H23a: X kuşağında İşe İlişkin Pozitif Algı öznel iyilik algısı Öznel İyilik Algısı arasında pozitif ilişki vardır.

H23b: X kuşağında İşe İlişkin Negatif Algı öznel iyilik algısı Öznel İyilik Algısı arasında pozitif ilişki vardır.

H23c: X kuşağında İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı öznel iyilik algısı Öznel İyilik Algısı arasında pozitif ilişki vardır.

H24a: Y kuşağında İşe İlişkin Pozitif Algı öznel iyilik algısı Öznel İyilik Algısı arasında pozitif ilişki vardır.

H24b: Y kuşağında İşe İlişkin Negatif Algı öznel iyilik algısı Öznel İyilik Algısı arasında pozitif ilişki vardır.

H24c: Y kuşağında İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı öznel iyilik algısı Öznel İyilik Algısı arasında pozitif ilişki vardır.

H25a: X kuşağında İşe İlişkin Pozitif Algı Öznel İyilik Algısını olumlu yönde etkilemektedir.

H25b: X kuşağında İşe İlişkin Negatif Algı Öznel İyilik Algısını olumsuz yönde etkilemektedir.

H25c: X kuşağında İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı öznel iyilik algısını olumlu Öznel İyilik Algısı yönde etkilemektedir.

H26a: Y kuşağında İşe İlişkin Pozitif Algı Öznel İyilik Algısını olumlu yönde etkilemektedir.

H26b: Y kuşağında İşe İlişkin Negatif Algı Öznel İyilik Algısını olumsuz yönde etkilemektedir.

H26c: Y kuşağında İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı öznel iyilik algısını olumlu Öznel İyilik Algısı yönde etkilemektedir.

H27: İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısının Öznel İyilik Algısı üzerindeki etkisi kuşaklara göre farklıdır.

H28: İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı kuşaklara göre farklıdır.

H29: Öznel İyilik Algısı kuşaklara göre farklıdır.

#### **4.4 Araştırmanın Kısıtları**

Araştırma, anket denek grubundaki 626 çalışan ve uygulanan ölçekler ile sınırlıdır.

#### **4.5 Verilerin Analizi**

Araştırma kapsamında hazırlanan ankette yer alan demografik ve çalışma hayatıyla ilgili değişkenler aşağıda sıralanmıştır:

- Cinsiyet
- Medeni Durum
- Çocuk Sayısı
- Doğum Tarihi
- Eğitim Durumu
- Çalışılan Sektör
- Şirketteki Pozisyon
- Çalışılan Kurumdaki Toplam Çalışan Sayısı
- Pozisyondaki Toplam Çalışma Süresi
- Kuruluştaki Toplam Çalışma Süresi
- Toplam Çalışma Süresi

Araştırma kapsamında aşağıdaki tabloda bilgileri yer alan iki ölçek kullanılmıştır:

- Mutluluk (öznel iyi olma) için Oxford Mutluluk Envanteri (OHI)

- İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı için de Duyuşsal İyilik Algısı Ölçeği (Job Related Affective Well Being- JAWS)

Ölçekler ile ilgili detaylı bilgi aşağıdaki tabloda yer almaktadır:

Tablo 10- Araştırma Ölçekleri Hakkında Bilgiler

ÖLÇEĞİN ÖZGÜN ADI	Oxford Happiness Questionnaire(OHQ)	Job-Related Affective Well-Being Scale(JAWS)
ÖLÇEĞİN TÜRKÇE ADI	Oxford Mutluluk Ölçeği	İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı Ölçeği
ÖLÇEĞİ TÜRKÇEYE UYARLAYANLAR	Tayfun Doğan, Fatma Sapmaz	M. Ersin Kuşdil, Nuran Bayram, Serpil Aytas, Nazan Bilgel
TÜRKÇE ÖLÇEĞİN GÜVENİRLÜĞÜ	Güvenirlilik çalışmasında Cronbach alfa katsayısı 0,91, test yarılama yöntemiyle elde edilen güvenirlilik katsayısı ise 0,86 olarak bulunmuştur.	Güvenirlilik çalışmasında Cronbach alfa katsayısı negatif duygular için 0,93, pozitif duygular için 0,94 ve toplamda 0,93 olarak bulunmuştur.
ÖLÇÜĞÜ NİTELİK	Kişisel mutluluk	Bireyin yaptığı iş ile ilgili iyilik durumuna etki eden duygular
ÖLÇEK TÜRÜ	Kendini değerlendirme ölçeği	Kendini değerlendirme ölçeği
UYGULANACAK GRUP	Herkes	Tüm işyerlerinde çalışanlar
KAPSAMI	29 madde ile 5'li Likert tipi ölçüm yapılmaktadır. (Ölçeğin 5. maddesi faktör yükünün düşük olması sebebiyle ölçekten çıkarılmıştır.	10 tanesi pozitif, 10 tanesi de negatif olmak üzere toplam 20 adet duyguyu ifade eden cümle. 5'li Likert tipi ölçüm yapılmaktadır.
MATERYAL	Kişiler ölçeğin üzerine işaretleyerek yanıt verirler.	Kişiler ölçeğin üzerine işaretleyerek yanıt verirler.
UYGULAMA	Kısa ve anlaşılabilir olduğundan uygulama kolaydır. Kişiler kendilerini doldurabilir.	Kısa ve anlaşılabilir olduğundan uygulama kolaydır. Kişiler kendilerini doldurabilir.

Araştırmada kullanılacak ölçeklerin test edilmesi için araştırmaya başlamadan önce 22 kişiden oluşan bir örneklem grubuna anket uygulanmıştır. Anketin SPSS'de yapılan değerlendirmesi sonucunda güvenilirlik 87,3 olarak hesaplanmıştır.

İkinci aşama olarak araştırmada kullanılan ölçeklerin faktör analizi ve güvenilirlik testleri yapılmıştır (Tablo11). Geçerlik çalışması, Yapı Geçerliği incelenmiştir. Yapı geçerliği, testin ölçülmek istenen davranış bağlamında soyut bir kavramı (faktörü) doğru bir şekilde ölçebilme derecesini gösterir. Yapı geçerliğini incelemek amacıyla faktör analizinden yararlanılabilir (Büyüköztürk, 2011).

Varimax döndürmeleri sonucunda:

- Birden fazla faktörde yüksek faktör yüküne sahip maddeler çıkarılmış,
- Birden fazla faktörde faktör yüküne sahip maddelerin faktör yükleri farkı 0,10'dan büyük olanları çıkarılmış,
- Faktör yükleri 0,40'ın altında kalan maddeler çıkarılmıştır.

Güvenirlik analizinde madde toplam korelasyonu, Cronbach's Alpha ve alt ve üst çeyrekler t testi teknikleri kullanılmıştır. Test maddelerinin ölçtüğü özelliklerin, örneklediği davranışların, benzeşik olması test güvenilirliğini yükseltecektir. Likert tipi derecelendirme ölçeklerinin kullanıldığı bir testte madde-toplam korelasyonu, Pearson korelasyon katsayısı ile hesaplanır. Genel olarak madde-toplam puan korelasyonu 0,30 ve daha yüksek olan maddelerin bireyleri iyi derecede ayırt ettiği, 0,20-0,30 arasında kalanların teste alınabileceği söylenebilir. Güvenirlik analizinde ikinci olarak Cronbach Alpha testleri yapılmıştır. Cronbach Alpha katsayısının 0,70'ten büyük olması ölçekte yer alan maddelerin geçerliklerinin yüksek olduğu, ölçülen değişkenler açısından katılımcıları ayırt ettikleri ve ölçekte yer alan maddelerin ölçek içinde aynı davranışı ölçmeye yönelik maddeler oldukları şeklinde yorumlanabilir. Madde analizinde kullanılan diğer bir yöntem alt ve üst çeyrekler t-testidir. Testin toplam puanlarına göre alt %27 ve üst %27'lik grupların madde ortalama puanları arasındaki farkların ilişkisiz t-testi kullanılarak sınanması sonucunda gruplar arasında anlamlı farklılık çıkması testin iç tutarlığının bir göstergesi olarak değerlendirilir. Her iki analiz (madde toplam korelasyonu ve alt ve

üst çeyrekler testi) maddelerin bireyleri ölçülen davranış bakımından ne derece ayırt ettiğini gösterir (Büyüköztürk, 2011).

Oxford Mutluluk (Öznel İyilik Algısı) Ölçeği için yapılan ilk faktör analizinde KMO 0,94; Bartlett's küresellik testi anlamlılık düzeyi ise  $p < 0,01$  olarak ölçülmüştür. 626 kişilik örneklem ile yapılan uygulamadan elde edilen veriler ile ölçeğe faktör analizi yapılmasının uygun olduğu gözlenmiştir. Sonuç olarak ölçeğin Türkçe'ye çevirisinde elde edilen açıklanan toplam varyansın (%29,8) daha yüksek varyans oranı elde edilmiştir. Ölçekte yer alan 28 soru tek faktörde toplanmıştır. Ölçekte yer alan maddelerin faktör yüklerinin 0,32 ile 0,76 arasında değiştiği ve maddelerin toplandığı tek faktörün toplam varyansın %34'ünü açıkladığı görülmüştür.

**Tablo 11- Oxford Mutluluk (Öznel İyilik Algısı) Ölçeği Faktör Analizi Sonuçları**

<b>Madde</b>	<b>Faktör Yüğü</b>	<b>KMO</b>	<b>Barlett's</b>	<b>Açıklanan Toplam Varyans</b>
md1	0,55			
md2	0,37			
md3	0,57			
md4	0,43			
md5	0,68			
md6	0,70			
md7	0,48			
md8	0,67			
md9	0,40			
md10	0,63			
md11	0,70			
md12	0,32			
md13	0,58			
md14	0,76	<b>0,94</b>	<b>0,000</b>	<b>0,34</b>
md15	0,57			
md16	0,64			
md17	0,52			
md18	0,62			
md19	0,57			
md20	0,74			
md21	0,76			
md22	0,36			
md23	0,55			
md24	0,76			
md25	0,57			
md26	0,37			
md27	0,56			
md28	0,47			

Oxford Mutluluk (Öznel İyilik Algısı) Ölçeği için yapılan madde toplam korelasyonu analizinde madde-toplam korelasyonlarının 0,29 ile 0,71 arasında değiştiği, negatif korelasyonun olmadığı gözlenmiştir. Güvenirlilik analizinde ikinci olarak Cronbach Alpha testleri yapılmış olup ölçeğin Cronbach Alpha değerinin 0,92 olduğu tespit edilmiştir. Alt%27-üst%27 ilişkisiz t testine ait t değerlerinin anlamlı ( $p<0,01$ ) olduğu görülmektedir. Bu sonuçlar, ölçekteki maddelerin geçerliklerinin yüksek olduğu, öznel iyilik algıları bakımından katılımcıları ayırt ettikleri ve ölçekte yer alan maddelerin ölçek içinde aynı davranışı ölçmeye yönelik maddeler oldukları şeklinde yorumlanabilir.

**Tablo 12- Oxford Mutluluk (Öznel İyilik Algısı) Ölçeği Madde Analizi Sonuçları**

Madde No	Madde Toplam Korelasyonu (r) (n=626)	Alt%27 Üst%27 (t) (n1=n2=169)	Cronbach's Alpha $\alpha$
md1	0,51	-14,24**	0,92
md2	0,33	-9,90**	
md3	0,52	-14,92**	
md4	0,38	-10,69**	
md5	0,64	-19,77**	
md6	0,65	-19,32**	
md7	0,43	-10,41**	
md8	0,62	-15,87**	
md9	0,37	-11,16**	
md10	0,56	-17,75**	
md11	0,65	-18,85**	
md12	0,29	-8,08**	
md13	0,55	-16,44**	
md14	0,70	-21,45**	
md15	0,52	-12,32**	
md16	0,58	-17,62**	
md17	0,47	-13,94**	
md18	0,58	-17,39**	
md19	0,53	-13,63**	
md20	0,69	-21,97**	
md21	0,70	-21,73**	
md22	0,33	-9,47**	
md23	0,52	-14,24**	
md24	0,71	-25,62**	
md25	0,52	-12,87**	
md26	0,34	-9,09**	
md27	0,52	-17,58**	
md28	0,44	-12,15**	

\*\* $p<0,01$

İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı Ölçeği (İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı) için yapılan ilk faktör analizinde KMO 0,97; Bartlett's küresellik testi anlamlılık düzeyi ise  $p<0,01$  olarak ölçülmüştür. 626 kişilik örneklem ile yapılan uygulamadan

elde edilen veriler ile ölçeğe faktör analizi yapılmasının uygun olduğu gözlenmiştir. Ölçekte yer alan 20 soru iki faktörde toplanmıştır. Ölçekte yer alan maddelerin faktör yüklerinin 0,60 ile 0,80 arasında değiştiği ve maddelerin toplandığı iki faktörün toplam varyansın %68,3'ünü açıkladığı görülmüştür.

**Tablo 13- İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı Ölçeği Faktör Analizi Sonuçları**

Faktör	Madde	Faktör Yüğü	KMO	Barlett's	Açıklanan Toplam Varyans
Pozitif Duygular	m9	0,80	<b>0,97</b>	<b>0,000</b>	<b>68,3</b>
	m10	0,80			
	m8	0,79			
	m3	0,77			
	m20	0,76			
	m18	0,75			
	m19	0,75			
	m16	0,72			
	m1	0,70			
	m5	0,66			
Negatif Duygular	m13	0,80			
	m15	0,79			
	m17	0,75			
	m11	0,74			
	m12	0,73			
	m6	0,72			
	m7	0,71			
	m14	0,69			
	m4	0,62			
	m2	0,60			

İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı Ölçeği (İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı ) için yapılan madde toplam korelasyonu analizinde madde-toplam korelasyonlarının 0,59 ile 0,83 arasında değiştiği, negatif korelasyonun olmadığı gözlenmiştir. Güvenirlik analizinde ikinci olarak Cronbach Alpha testleri yapılmış olup ölçeğin Cronbach Alpha değerinin 0,97 olduğu tespit edilmiştir. Alt%27-üst%27 ilişkisiz t testine ait t değerlerinin anlamlı ( $p<0,01$ ) olduğu görülmektedir. Bu sonuçlar, ölçekteki maddelerin geçerliklerinin yüksek olduğu, işe ilişkin duyuşsal iyilik algısı bakımından katılımcıları ayırt ettikleri ve ölçekte yer alan maddelerin ölçek içinde aynı davranışı ölçmeye yönelik maddeler oldukları şeklinde yorumlanabilir.

**Tablo 14- İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı Ölçeği (İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı ) Madde Analizi Sonuçları**

Madde No	Madde Toplam Korelasyonu (r) (n=684)	Alt%27 Üst%27 (t) (n1=n2=185)	Cronbach's Alpha $\alpha$
md1	0,78	-30,35**	0,97
md2	0,82	-35,33**	
md3	0,82	-33,06**	
md4	0,68	-21,24**	
md5	0,68	-19,36**	
md6	0,82	-33,99**	
md7	0,77	-25,97**	
md8	0,80	-33,41**	
md9	0,78	-28,18**	
md10	0,81	-35,00**	
md11	0,62	-16,69**	
md12	0,82	-32,96**	
md13	0,74	-26,97**	
md14	0,67	-22,22**	
md15	0,69	-26,51**	
md16	0,59	-17,96**	
md17	0,80	-35,64**	
md18	0,83	-32,98**	
md19	0,71	-24,38**	
md20	0,76	-28,82**	

Veriler SPSS (Statistical Package Program for Social Science) 15.0 programı kullanılarak analiz edilmiştir. Katılımcıların demografik özellikleri frekans ve yüzde tabloları halinde gösterilmiştir. Özel İyilik Algısı ve İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı ölçek ve alt boyutları ortalama ve standart sapma betimsel istatistikleri ile gösterilmiştir.

Ölçek ve alt boyutlarının normallik sınamasında Çarpıklık (Skewness) katsayısı kullanılmıştır. Sürekli bir değişkenden elde edilen puanların normal dağılım özelliği nde kullanılan çarpıklık katsayısının (Skewness)  $\pm 1$  sınırları içinde kalması puanların normal dağılımdan önemli bir sapma göstermediği şeklinde yorumlanabilir (Büyüköztürk, 201). Çarpıklık katsayıları incelendiğinde tüm ölçek ve alt boyutlarına ait puanların normal dağılım gösterdiği tespit edilmiştir (Ek-1). Bu nedenle Özel İyilik Algısı ve İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı ölçekleri arasındaki ilişkinin incelenmesinde normallik varsayımı karşılandığından Pearson korelasyon ve Regresyon analizlerinin uygulanması uygun görülmüştür.

Karşılaştırma testlerinde parametrik veya non-parametrik testlerden hangilerinin kullanılacağını belirlemek amacıyla normallik sınaması yapılmıştır.



Normallik sınımasında Kolmogorov Smirnov (örneklem büyüklüğü 50'nin altında olduğunda Shapiro Wilk) testi kullanıldı. Kolmogorov Smirnov testinde elde edilen istatistik değerine ait p değerinin tüm alt gruplarda (örneğin hem kadın hem de erkek örnekleme) 0,05'den büyük çıkması dağılımın normal olduğu; normal dağılımdan aşırı sapma olmadığı anlamına gelir (Büyüköztürk, 2011).

Yapılan normallik sınımasında tüm değişkenlerin normal dağılım göstermediği tespit edilmiştir (Ek-2). Normallik varsayımının karşılanmadığı durumlarda parametrik testlerin (t testi, Varyans analizi vb.) alternatifi olarak non-parametrik testler kullanılır (Büyüköztürk, 2011). Bu çalışmada Ek-2'de görüldüğü gibi değişkenler ve değişkenlerin tüm alt grupları için normal dağılım varsayımı karşılanmadığından karşılaştırma testlerinde non-parametrik testlerin kullanılması gereği duyulmuştur. Bu nedenle X ve Y kuşaklarının Öznel İyilik Algısı ve İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı ölçek ve alt boyutlarının cinsiyet ve medeni durum değişkenlerine göre karşılaştırılmasında Mann Whitney U testi; çocuk sayısı, öğrenim durumu, sektör, pozisyonu, pozisyondaki süresi, kurumdaki çalışma süresi, toplam çalışma süresi değişkenlerine göre karşılaştırılmasında Kruskal Wallis H testi kullanılmıştır. Kruskal Wallis H testinde gruplar arasında anlamlı farklılık görüldüğünde farkın hangi iki grup arasında olduğunu belirlemek amacıyla Mann Whitney U teti yapılmıştır. Analizlerde güven aralığı %95 (anlamlılık düzeyi 0,05  $p < 0,05$ ) olarak belirlenmiştir.

Kullanılan ölçeklerden Öznel İyilik Algısı 'nde "1, 5, 9, 12, 13, 18, 22, 23, 26, 27, 28" maddeleri olumsuz ifadeler olup ölçeğin genel puan ortalaması alınırken bu sorular ters kodlanmıştır. Dolayısıyla ölçekten alınan puan ortalamasının yüksekliği "yüksek öznel iyilik"; ortalama puanların düşüklüğü ise "düşük öznel iyilik veya mutsuzluk" olarak tanımlanmaktadır.

İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı ölçeğinde de "2, 4, 6, 7, 11, 12, 13, 14, 15, 17" maddeleri olumsuz ifadeler olup ölçeğin ikinci alt boyutu olan "negatif algılar" boyutunda bu puanlar olduğu gibi bırakılmıştır. Bu durumda "Pozitif Algılar" alt boyutunda yüksek puan "yüksek olumlu duygular", düşük puan "düşük olumlu duygular" olarak tanımlanmıştır. "Negatif Algılar" alt boyutunda yüksek puan "yüksek olumsuz duygular", düşük puan "düşük olumsuz duygular" olarak

tanımlanmıştır. Ancak İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı ölçeği toplam puanı alınırken “2, 4, 6, 7, 11, 12, 13, 14, 15, 17” maddeleri ters kodlanmıştır. Bu durumda İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı ölçeği toplam puan ortalamaları yüksek olduğunda “iş ile ilgili yüksek olumlu algı”; düşük toplam puan ortalamaları ise “iş ile ilgili düşük olumlu algı” olarak tanımlanmıştır.

#### 4.6 Bulgular

Katılımcıların demografik özellikleri ve kuşaklara göre dağılımları frekans ve yüzde tabloları Tablo 15’de gösterilmiştir.

**Tablo 15- Katılımcıların Demografik Özellikleri**

Demografik Özellik		X Nesli (n=327)		Y Nesli (n=299)	
		n	%	n	%
Cinsiyet	Kadın	180	55,0	177	59,2
	Erkek	147	45,0	122	40,8
Medeni durum	Bekar	60	18,3	130	43,5
	Evli	267	81,7	169	56,5
Çocuk sayısı	Yok	69	21,1	198	66,2
	1 çocuk	108	33,3	70	23,4
	2 çocuk	123	37,6	31	10,4
	3 ve daha fazla	27	8,3		
Öğrenim durumu	İlköğretim			9	3,0
	Lise	26	8,0	36	12,0
	Ön lisans	17	5,2	27	9,0
	Lisans	185	56,6	144	48,2
	Lisansüstü	99	30,3	83	27,8
Sektör	Bilişim	6	1,8	12	4,0
	Eğitim	87	26,6	59	19,7
	Finans	16	4,9	35	11,7
	Perakende/mağaza	34	10,4	53	17,7
	Sağlık	153	46,8	82	27,4
	Üretim	19	5,8	47	15,7
	Diğer	12	3,7	11	3,7
		Üst düzey yönetici/müdür	53	16,2	30
Pozisyon	Yönetmen/şef/uzman/sorumlu	138	42,2	153	51,2
	Personel	88	26,9	90	30,1
	Hekim/doktor	48	14,7	26	8,7
Pozisyonundaki süresi	1 yıldan az	28	8,6	66	22,1
	1-3 yıl	30	9,2	113	37,8
	3 yıldan fazla	269	82,3	120	40,1
Kurumdaki süresi	1 yıldan az	39	11,9	84	28,1
	1-3 yıl	57	17,4	108	36,1
	3 yıldan fazla	231	70,6	107	35,8
Toplam çalışma süresi	1 yıldan az			24	8,0
	1-2 yıl			39	13,0
	3-5 yıl	21	6,4	93	31,1
	6-10 yıl	32	9,8	102	34,1
	11 yıl ve üzeri	274	83,8	41	13,7

Katılımcıların 327'si (%52,2) X kuşağında, 299'u (%47,8) Y kuşağındadır.

X kuşağındaki katılımcıların 180'i (%55,0) kadın, 147'si (%45,0) erkektir. 60'ı (%18,3) bekar, 267'si (%81,7) evlidir. 69'unun (%21,1) çocuğu bulunmamakta, 108'inin (%33,0) 1 çocuğu, 123'ünün (%37,6) çocuğu, 27'sinin (%8,3) 3 veya daha fazla çocuğu bulunmaktadır. 26'sı (%8,0) lise ve dengi okul düzeyinde, 17'si (%5,2) ön lisans, 185'i (%56,6) lisans, 99'u (%30,3) lisansüstü düzeyde öğrenim görmüştür. 6'sı (%1,8) bilişim sektöründe, 87'si (%26,6) eğitim, 16'sı (%4,9) finans, 34'ü (%10,4) perakende/mağazacılık, 153'ü (%46,8) sağlık, 19'u (%5,8) üretim, 12'si (%3,7) diğer sektörlerde çalışmaktadır. 53'ü (%16,2) üst düzey yönetici/müdür pozisyonunda, 138'i (%42,2) yönetmen/şef/uzman/sorumlu, 88'i (%26,9) personel, 48'i (14,7) hekim/doktor olarak görev yapmaktadır. 39'unun (%11,9) kurumdaki çalışma süresi 1 yıldan az, 57'sinin (%17,4) 1-3 yıl, 231'inin (%70,6) kurumdaki çalışma süresi 3 yıldan fazladır. 21'inin (%6,4) toplam çalışma süresi 3-5 yıl, 32'sinin (%9,8) 6-10 yıl, 274'ünün (%83,8) toplam çalışma süresi 10 yıldan daha fazladır.

Y kuşağındaki katılımcıların 177'si (%59,2) kadın, 122'si (%40,8) erkektir. 130'u (%43,5) bekar, 169'u (%56,5) evlidir. 198'inin (%66,2) çocuğu bulunmamakta, 70'inin (%23,4) 1 çocuğu, 131'inin (%10,4) çocuğu bulunmaktadır. 9'u (%3,0) ilköğretim düzeyinde, 36'sı (%12,0) lise ve dengi okul düzeyinde, 27'si (%9,0) ön lisans, 144'ü (%48,2) lisans, 83'ü (%27,8) lisansüstü düzeyde öğrenim görmüştür. 12'si (%4,0) bilişim sektöründe, 59'u (%19,7) eğitim, 35'i (%11,7) finans, 53'ü (%17,7) perakende/mağazacılık, 82'si (%27,4) sağlık, 47'si (%15,7) üretim, 11'i (%3,7) diğer sektörlerde çalışmaktadır. 30'u (%10,0) üst düzey yönetici/müdür pozisyonunda, 153'ü (%51,2) yönetmen/şef/uzman/sorumlu, 90'ı (%30,1) personel, 26'sı (%8,7) hekim/doktor olarak görev yapmaktadır. 66'sı (%22,1) bulunduğu pozisyonda 1 yıldan az süredir, 113'ü (%37,8) 1-3 yıl, 120'si (%40,1) 3 yıldan fazla süredir görev yapmaktadır. 84'ünün (%28,1) 1 yıldan az, 108'inin (%36,1) 1-3 yıl, 107'sinin (%35,8) kurumdaki çalışma süresi 3 yıldan fazladır. 24'ünün (%8,0) toplam çalışma süresi 1 yıldan az, 39'unun (%13,0) 1-2 yıl arası, 93'ünün (%31,1) 3-5 yıl, 102'sinin (%34,1) 6-10 yıl, 41'inin (%13,7) toplam çalışma süresi 10 yıldan daha fazladır.

**Tablo 16- Katılımcıların Çalışma Günlerinin Nasıl Geçtiğine İlişkin Bilgiler**

Çalışma gününüz nasıl geçiyor?	X Nesli (n=327)		Y Nesli (n=299)		U	p
	n	%	n	%		
Mutsuzum, mesai saatinin bitimini sabırsızlıkla bekliyorum.	44	13,5	21	7,0	47176,5	0,432
Vallahi bıktım artık, değerimin bilindiği bir yerde çalışmak istiyorum.	40	12,2	53	17,7		
Sadece para için bu işte çalışıyorum.	53	16,2	38	12,7		
Ne mutlu ne de mutsuzum, kararsızım.	117	35,8	124	41,5		
Çok mutluyum, her gün işe istekle gidiyorum.	73	22,3	63	21,1		

X kuşağı katılımcıların 44'ü (%13,5) çalışma gününün “mutsuz” geçtiğini ve mesai bitimini sabırsızlıkla beklediğini, 40'ı (%12,2) bıkkınlık duyduğunu ve değerinin bilindiği bir yerde çalışmak istediğini, 53'ü (%16,2) sadece para için bu işte çalıştığını, 117'si (%35,8) ne mutlu ne de mutsuz olduğunu, 73'ü (%22,3) çok mutlu olduğunu ve her gün işe istekle gittiğini belirtmiştir.

Y kuşağı katılımcıların 21'i (7,0) çalışma gününün “mutsuz” geçtiğini ve mesai bitimini sabırsızlıkla beklediğini, 53'ü (%17,7) bıkkınlık duyduğunu ve değerinin bilindiği bir yerde çalışmak istediğini, 38'i (%12,7) sadece para için bu işte çalıştığını, 124'ü (%41,5) ne mutlu ne de mutsuz olduğunu, 63'ü (%21,1) çok mutlu olduğunu ve her gün işe istekle gittiğini belirtmiştir. X ve Y kuşağı katılımcıların çalışma günlerine ilişkin algıları arasında anlamlı farklılık bulunmamaktadır (U=47176,5; p>0,05).

H1a: X kuşağında öznel iyilik algısı cinsiyete göre farklıdır.

H1b: X kuşağında iş ile ilgili pozitif algı cinsiyete göre farklıdır.

H1c: X kuşağında iş ile ilgili negatif algı cinsiyete göre farklıdır.

H1d: X kuşağında İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı cinsiyete göre farklıdır.

H2a: Y kuşağında öznel iyilik algısı cinsiyete göre farklıdır.

H2b: Y kuşağında iş ile ilgili pozitif algı cinsiyete göre farklıdır.

H2c: Y kuşağında iş ile ilgili negatif algı cinsiyete göre farklıdır.

H2d: Y kuşağında İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı cinsiyete göre farklıdır.

Tablo 17- Ölçekler ve Alt Boyutlarının Cinsiyete Göre Karşılaştırılması

	Ölçek ve Alt Boyut	Cinsiyet	n	$\bar{X}$	SS	U	p
X Kuşağı	Öznel İyilik Algısı	Kadın	180	3,37	0,60	13108,0	0,886
		Erkek	147	3,36	0,59		
	İş ile İlgili Pozitif Algı (İşe İlişkin Pozitif Algılar)	Kadın	180	28,51	8,95	12093,0	0,181
		Erkek	147	29,69	9,07		
İş ile İlgili Negatif Algı (İşe İlişkin Negatif Algılar)	Kadın	180	28,02	10,08	12422,0	0,342	
	Erkek	147	26,97	10,27			
İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı	Kadın	180	60,49	18,37	12250,0	0,249	
	Erkek	147	62,72	18,24			
Y Kuşağı	Öznel İyilik Algısı	Kadın	177	3,37	0,60	8578,5	<b>0,003</b>
		Erkek	122	3,59	0,56		
	İş ile İlgili Pozitif Algı (İşe İlişkin Pozitif Algılar)	Kadın	177	29,41	8,92	9255,0	<b>0,036</b>
		Erkek	122	31,66	8,51		
İş ile İlgili Negatif Algı (İşe İlişkin Negatif Algılar)	Kadın	177	28,02	9,73	9146,5	<b>0,025</b>	
	Erkek	122	25,31	9,35			
İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı	Kadın	177	61,40	17,47	9029,0	<b>0,016</b>	
	Erkek	122	66,35	16,70			

X kuşağında Öznel İyilik Algısının cinsiyete göre karşılaştırılmasına ait Mann Whitney U testi sonuçlarına göre X kuşağında öznel iyilik algısı puan ortalamalarının cinsiyete göre anlamlı farklılık göstermediği bulgusu elde edilmiştir (U=13108,0; p>0,05). X kuşağında öznel iyilik algısı cinsiyete göre anlamlı farklılık göstermemektedir.

X kuşağında iş ile ilgili pozitif algının cinsiyete göre karşılaştırılmasına ait Mann Whitney U testi sonuçlarına göre X kuşağında iş ile ilgili pozitif algı puan ortalamalarının cinsiyete göre anlamlı farklılık göstermediği bulgusu elde edilmiştir (U=12093,0; p>0,05). X kuşağında iş ile ilgili pozitif algı cinsiyete göre anlamlı farklılık göstermemektedir.

X kuşağında iş ile ilgili negatif algının cinsiyete göre karşılaştırılmasına ait Mann Whitney U testi sonuçlarına göre X kuşağında iş ile ilgili negatif algı puan ortalamalarının cinsiyete göre anlamlı farklılık göstermediği bulgusu elde edilmiştir (U=12422,0; p>0,05). X kuşağında iş ile ilgili negatif algı cinsiyete göre anlamlı farklılık göstermemektedir.

X kuşağında İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısının cinsiyete göre karşılaştırılmasına ait Mann Whitney U testi sonuçlarına göre X kuşağında İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı puan ortalamalarının cinsiyete göre anlamlı farklılık göstermediği bulgusu elde edilmiştir ( $U=12250,0$ ;  $p>0,05$ ). X kuşağında İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı cinsiyete göre anlamlı farklılık göstermemektedir.

Y kuşağında Öznel İyilik Algısının cinsiyete göre karşılaştırılmasına ait Mann Whitney U testi sonuçlarına göre Y kuşağında öznel iyilik algısı puan ortalamalarının cinsiyete göre anlamlı farklılık gösterdiği bulgusu elde edilmiştir ( $U=8578,5$ ;  $p<0,05$ ). Y kuşağındaki erkek katılımcıların öznel iyilik algısı kadın katılımcıların öznel iyilik algısından anlamlı düzeyde daha yüksektir.

Y kuşağında iş ile ilgili pozitif algının cinsiyete göre karşılaştırılmasına ait Mann Whitney U testi sonuçlarına göre Y kuşağında iş ile ilgili pozitif algı puan ortalamalarının cinsiyete göre anlamlı farklılık gösterdiği bulgusu elde edilmiştir ( $U=9255,0$ ;  $p<0,05$ ). Y kuşağındaki erkek katılımcıların iş ile ilgili pozitif algıları kadın katılımcıların öznel iyilik algısından anlamlı düzeyde daha yüksektir.

Y kuşağında iş ile ilgili negatif algının cinsiyete göre karşılaştırılmasına ait Mann Whitney U testi sonuçlarına göre Y kuşağında iş ile ilgili negatif algı puan ortalamalarının cinsiyete göre anlamlı farklılık gösterdiği bulgusu elde edilmiştir ( $U=9146,5$ ;  $p<0,05$ ). Y kuşağındaki kadın katılımcıların iş ile ilgili negatif algıları erkek katılımcıların öznel iyilik algısından anlamlı düzeyde daha yüksektir.

Y kuşağında İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısının cinsiyete göre karşılaştırılmasına ait Mann Whitney U testi sonuçlarına göre Y kuşağında İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı puan ortalamalarının cinsiyete göre anlamlı farklılık gösterdiği bulgusu elde edilmiştir ( $U=9029,0$ ;  $p<0,05$ ). Y kuşağındaki erkek katılımcıların öznel iyilik algısı kadın katılımcıların öznel iyilik algısından anlamlı düzeyde daha yüksektir.

**H1a Ret:** X kuşağında öznel iyilik algısı cinsiyete göre farklı değildir.

**H1b Ret:** X kuşağında iş ile ilgili pozitif algı cinsiyete göre farklı değildir.

**H1c Ret:** X kuşağında iş ile ilgili negatif algı cinsiyete göre farklı değildir.

**H1d Ret:** X kuşağında İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı cinsiyete göre farklı değildir.

**H2a Kabul:** Y kuşağında öznel iyilik algısı cinsiyete göre farklıdır.

**H2b Kabul:** Y kuşağında iş ile ilgili pozitif algı cinsiyete göre farklıdır.

**H2c Kabul:** Y kuşağında iş ile ilgili negatif algı cinsiyete göre farklıdır.

**H2d Kabul:** Y kuşağında İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı cinsiyete göre farklıdır.

**H3a:** X kuşağında öznel iyilik algısı medeni duruma göre farklıdır.

**H3b:** X kuşağında iş ile ilgili pozitif algı medeni duruma göre farklıdır.

**H3c:** X kuşağında iş ile ilgili negatif algı medeni duruma göre farklıdır.

**H3d:** X kuşağında İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı medeni duruma göre farklıdır.

**H4a:** Y kuşağında öznel iyilik algısı medeni duruma göre farklıdır.

**H4b:** Y kuşağında iş ile ilgili pozitif algı medeni duruma göre farklıdır.

**H4c:** Y kuşağında iş ile ilgili negatif algı medeni duruma göre farklıdır.

**H4d:** Y kuşağında İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı medeni duruma göre farklıdır.

**Tablo 18- Ölçekler ve Alt Boyutlarının Medeni Duruma Göre Karşılaştırılması**

	Ölçek ve Alt Boyut	Medeni Durum	n	$\bar{\chi}$	SS	U	p
X Kuşağı	Öznel İyilik Algısı	Bekar	60	3,38	0,67	7659,0	0,596
		Evli	267	3,37	0,58		
	İş ile İlgili Pozitif Algı (İşe İlişkin Pozitif Algılar)	Bekar	60	28,45	9,45	7588,0	0,523
		Evli	267	29,17	8,92		
İş ile İlgili Negatif Algı (İşe İlişkin Negatif Algılar)	Bekar	60	28,20	10,67	7646,0	0,582	
	Evli	267	27,40	10,06			
İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı	Bekar	60	60,25	19,66	7645,5	0,582	
	Evli	267	61,77	18,03			
Y Kuşağı	Öznel İyilik Algısı	Bekar	130	3,52	0,57	9965,0	0,169
		Evli	169	3,42	0,61		
	İş ile İlgili Pozitif Algı (İşe İlişkin Pozitif Algılar)	Bekar	130	30,71	9,32	10414,0	0,441
		Evli	169	30,04	8,42		
İş ile İlgili Negatif Algı (İşe İlişkin Negatif Algılar)	Bekar	130	25,78	9,48	9705,5	0,084	
	Evli	169	27,79	9,73			
İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı	Bekar	130	64,93	17,63	9970,5	0,171	
	Evli	169	62,25	17,01			

X kuşağında Öznel İyilik Algısının medeni duruma göre karşılaştırılmasına ait Mann Whitney U testi sonuçlarına göre X kuşağında öznel iyilik algısı puan ortalamalarının medeni duruma göre anlamlı farklılık göstermediği bulgusu elde edilmiştir

( $U=7659,0$ ;  $p>0,05$ ). X kuşağında öznel iyilik algısı medeni duruma göre anlamlı farklılık göstermemektedir.

X kuşağında iş ile ilgili pozitif algının medeni duruma göre karşılaştırılmasına ait Mann Whitney U testi sonuçlarına göre X kuşağında iş ile ilgili pozitif algı puan ortalamalarının medeni duruma göre anlamlı farklılık göstermediği bulgusu elde edilmiştir ( $U=7588,0$ ;  $p>0,05$ ). X kuşağında iş ile ilgili pozitif algı medeni duruma göre anlamlı farklılık göstermemektedir.

X kuşağında iş ile ilgili negatif algının medeni duruma göre karşılaştırılmasına ait Mann Whitney U testi sonuçlarına göre X kuşağında iş ile ilgili negatif algı puan ortalamalarının medeni duruma göre anlamlı farklılık göstermediği bulgusu elde edilmiştir ( $U=7646,0$ ;  $p>0,05$ ). X kuşağında iş ile ilgili negatif algı medeni duruma göre anlamlı farklılık göstermemektedir.

X kuşağında İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısının medeni duruma göre karşılaştırılmasına ait Mann Whitney U testi sonuçlarına göre X kuşağında İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı puan ortalamalarının medeni duruma göre anlamlı farklılık göstermediği bulgusu elde edilmiştir ( $U=7645,5$ ;  $p>0,05$ ). X kuşağında İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı medeni duruma göre anlamlı farklılık göstermemektedir.

Y kuşağında Öznel İyilik Algısının medeni duruma göre karşılaştırılmasına ait Mann Whitney U testi sonuçlarına göre Y kuşağında öznel iyilik algısı puan ortalamalarının medeni duruma göre anlamlı farklılık göstermediği bulgusu elde edilmiştir ( $U=9965,0$ ;  $p>0,05$ ). Y kuşağında öznel iyilik algısı medeni duruma göre anlamlı farklılık göstermemektedir.

Y kuşağında iş ile ilgili pozitif algının medeni duruma göre karşılaştırılmasına ait Mann Whitney U testi sonuçlarına göre Y kuşağında iş ile ilgili pozitif algı puan ortalamalarının medeni duruma göre anlamlı farklılık göstermediği bulgusu elde



edilmiştir (U=10414,0;  $p>0,05$ ). Y kuşağında iş ile ilgili pozitif algı medeni duruma göre anlamlı farklılık göstermemektedir.

Y kuşağında iş ile ilgili negatif algının medeni duruma göre karşılaştırılmasına ait Mann Whitney U testi sonuçlarına göre Y kuşağında iş ile ilgili negatif algı puan ortalamalarının medeni duruma göre anlamlı farklılık göstermediği bulgusu elde edilmiştir (U=9705,5;  $p>0,05$ ). Y kuşağında iş ile ilgili negatif algı medeni duruma göre anlamlı farklılık göstermemektedir.

Y kuşağında İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısının medeni duruma göre karşılaştırılmasına ait Mann Whitney U testi sonuçlarına göre Y kuşağında İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı puan ortalamalarının medeni duruma göre anlamlı farklılık göstermediği bulgusu elde edilmiştir (U=9970,5;  $p>0,05$ ). Y kuşağında İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı medeni duruma göre anlamlı farklılık göstermemektedir.

**H3a Ret:** X kuşağında öznel iyilik algısı medeni duruma göre farklı değildir.

**H3b Ret:** X kuşağında iş ile ilgili pozitif algı medeni duruma göre farklı değildir.

**H3c Ret:** X kuşağında iş ile ilgili negatif algı medeni duruma göre farklı değildir.

**H3d Ret:** X kuşağında İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı medeni duruma göre farklı değildir.

**H4a Ret:** Y kuşağında öznel iyilik algısı medeni duruma göre farklı değildir.

**H4b Ret:** Y kuşağında iş ile ilgili pozitif algı medeni duruma göre farklı değildir.

**H4c Ret:** Y kuşağında iş ile ilgili negatif algı medeni duruma göre farklı değildir.

**H4d Ret:** Y kuşağında İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı medeni duruma göre farklı değildir.

H5a: X kuşağında öznel iyilik algısı çocuk sayısına göre farklıdır.

H5b: X kuşağında iş ile ilgili pozitif algı çocuk sayısına göre farklıdır.

H5c: X kuşağında iş ile ilgili negatif algı çocuk sayısına göre farklıdır.

H5d: X kuşağında İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı çocuk sayısına göre farklıdır.

H6a: Y kuşağında öznel iyilik algısı çocuk sayısına göre farklıdır.

H6b: Y kuşağında iş ile ilgili pozitif algı çocuk sayısına göre farklıdır.

H6c: Y kuşağında iş ile ilgili negatif algı çocuk sayısına göre farklıdır.

H6d: Y kuşağında İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı çocuk sayısına göre farklıdır.

Tablo 19- Ölçekler ve Alt Boyutlarının Çocuk Sayısına Göre Karşılaştırılması

Ölçek ve Alt boyutlar	Çocuk sayısı	n	$\bar{\chi}$	SS	X <sup>2</sup>	p
<b>X Kuşağı</b>						
Öznel İyilik Algısı	A- Çocuğu yok	69	3,34	0,65	1,412	0,703
	B- 1 çocuk	108	3,38	0,60		
	C- 2 çocuk	123	3,35	0,58		
	D- 3 ve daha fazla	27	3,46	0,47		
İş ile İlgili Pozitif Algı (İşe İlişkin Pozitif Algılar)	A- Çocuğu yok	69	28,75	9,68	4,004	0,261
	B- 1 çocuk	108	29,78	8,54		
	C- 2 çocuk	123	28,10	8,87		
	D- 3 ve daha fazla	27	31,11	9,56		
İş ile İlgili Negatif Algı (İşe İlişkin Negatif Algılar)	A- Çocuğu yok	69	27,94	11,29	0,665	0,881
	B- 1 çocuk	108	27,44	9,79		
	C- 2 çocuk	123	27,71	10,13		
	D- 3 ve daha fazla	27	26,22	9,15		
İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı	A- Çocuğu yok	69	60,81	20,28	2,062	0,560
	B- 1 çocuk	108	62,33	17,50		
	C- 2 çocuk	123	60,39	18,10		
	D- 3 ve daha fazla	27	64,89	17,67		
<b>Y Kuşağı</b>						
Öznel İyilik Algısı	A- Çocuğu yok	198	3,50	0,58	3,279	0,194
	B- 1 çocuk	70	3,44	0,59		
	C- 2 çocuk	31	3,30	0,66		
	D- 3 ve daha fazla					
İş ile İlgili Pozitif Algı (İşe İlişkin Pozitif Algılar)	A- Çocuğu yok	198	30,61	8,79	3,466	0,177
	B- 1 çocuk	70	30,73	8,61		
	C- 2 çocuk	31	27,68	9,21		
	D- 3 ve daha fazla					
İş ile İlgili Negatif Algı (İşe İlişkin Negatif Algılar)	A- Çocuğu yok	198	26,68	9,80	1,396	0,498
	B- 1 çocuk	70	26,66	9,39		
	C- 2 çocuk	31	28,97	9,37		
	D- 3 ve daha fazla					
İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı	A- Çocuğu yok	198	63,92	17,43	2,418	0,298
	B- 1 çocuk	70	64,07	16,77		
	C- 2 çocuk	31	58,71	17,55		
	D- 3 ve daha fazla					

X kuşağında Öznel İyilik Algısının çocuk sayısına göre karşılaştırılmasına ait Kruskal Wallis H testi sonuçlarına göre X kuşağında öznel iyilik algısı puan ortalamalarının çocuk sayısına göre anlamlı farklılık göstermediği bulgusu elde edilmiştir ( $X^2=1,412$ ;  $p>0,05$ ). X kuşağında öznel iyilik algısı çocuk sayısına göre anlamlı farklılık göstermemektedir.

X kuşağında iş ile ilgili pozitif algının çocuk sayısına göre karşılaştırılmasına ait Kruskal Wallis H testi sonuçlarına göre X kuşağında iş ile ilgili pozitif algı puan ortalamalarının çocuk sayısına göre anlamlı farklılık göstermediği bulgusu elde edilmiştir ( $X^2=4,004$ ;  $p>0,05$ ). X kuşağında iş ile ilgili pozitif algı çocuk sayısına göre anlamlı farklılık göstermemektedir.

X kuşağında iş ile ilgili negatif algının çocuk sayısına göre karşılaştırılmasına ait Kruskal Wallis H testi sonuçlarına göre X kuşağında iş ile ilgili negatif algı puan ortalamalarının çocuk sayısına göre anlamlı farklılık göstermediği bulgusu elde edilmiştir ( $X^2=0,665$ ;  $p>0,05$ ). X kuşağında iş ile ilgili negatif algı çocuk sayısına göre anlamlı farklılık göstermemektedir.

X kuşağında İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısının çocuk sayısına göre karşılaştırılmasına ait Kruskal Wallis H testi sonuçlarına göre X kuşağında İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı puan ortalamalarının çocuk sayısına göre anlamlı farklılık göstermediği bulgusu elde edilmiştir ( $X^2=2,062$ ;  $p>0,05$ ). X kuşağında İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı çocuk sayısına göre anlamlı farklılık göstermemektedir.

Y kuşağında Öznel İyilik Algısının çocuk sayısına göre karşılaştırılmasına ait Kruskal Wallis H testi sonuçlarına göre Y kuşağında öznel iyilik algısı puan ortalamalarının çocuk sayısına göre anlamlı farklılık göstermediği bulgusu elde edilmiştir ( $X^2=3,279$ ;  $p>0,05$ ). Y kuşağında öznel iyilik algısı çocuk sayısına göre anlamlı farklılık göstermemektedir.

Y kuşağında iş ile ilgili pozitif algının çocuk sayısına göre karşılaştırılmasına ait Kruskal Wallis H testi sonuçlarına göre Y kuşağında iş ile ilgili pozitif algı puan ortalamalarının çocuk sayısına göre anlamlı farklılık göstermediği bulgusu elde edilmiştir ( $X^2=3,466$ ;  $p>0,05$ ). Y kuşağında iş ile ilgili pozitif algı çocuk sayısına göre anlamlı farklılık göstermemektedir.

Y kuşağında iş ile ilgili negatif algının çocuk sayısına göre karşılaştırılmasına ait Kruskal Wallis H testi sonuçlarına göre Y kuşağında iş ile ilgili negatif algı puan

ortalamalarının çocuk sayısına göre anlamlı farklılık göstermediği bulgusu elde edilmiştir ( $X^2=1,396$ ;  $p>0,05$ ). Y kuşağında iş ile ilgili negatif algı çocuk sayısına göre anlamlı farklılık göstermemektedir.

Y kuşağında İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısının çocuk sayısına göre karşılaştırılmasına ait Kruskal Wallis H testi sonuçlarına göre Y kuşağında İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı puan ortalamalarının çocuk sayısına göre anlamlı farklılık göstermediği bulgusu elde edilmiştir ( $X^2=2,418$ ;  $p>0,05$ ). Y kuşağında İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı çocuk sayısına göre anlamlı farklılık göstermemektedir.

**H5a Ret:** X kuşağında öznel iyilik algısı çocuk sayısına göre farklı değildir.

**H5b Ret:** X kuşağında iş ile ilgili pozitif algı çocuk sayısına göre farklı değildir.

**H5c Ret:** X kuşağında iş ile ilgili negatif algı çocuk sayısına göre farklı değildir.

**H5d Ret:** X kuşağında İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı çocuk sayısına göre farklı değildir.

**H6a Ret:** Y kuşağında öznel iyilik algısı çocuk sayısına göre farklı değildir.

**H6b Ret:** Y kuşağında iş ile ilgili pozitif algı çocuk sayısına göre farklı değildir.

**H6c Ret:** Y kuşağında iş ile ilgili negatif algı çocuk sayısına göre farklı değildir.

**H6d Ret:** Y kuşağında İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı çocuk sayısına göre farklı değildir.

H7a: X kuşağında öznel iyilik algısı öğrenim durumuna göre farklıdır.

H7b: X kuşağında iş ile ilgili pozitif algı öğrenim durumuna göre farklıdır.

H7c: X kuşağında iş ile ilgili negatif algı öğrenim durumuna göre farklıdır.

H7d: X kuşağında İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı öğrenim durumuna göre farklıdır.

H8a: Y kuşağında öznel iyilik algısı öğrenim durumuna göre farklıdır.

H8b: Y kuşağında iş ile ilgili pozitif algı öğrenim durumuna göre farklıdır.

H8c: Y kuşağında iş ile ilgili negatif algı öğrenim durumuna göre farklıdır.

H8d: Y kuşağında İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı öğrenim durumuna göre farklıdır.

Tablo 20- Ölçekler ve Alt Boyutlarının Öğrenim Durumuna Göre Karşılaştırılması

Ölçek ve Alt Boyutlar	Öğrenim Durumu	n	$\bar{\chi}$	SS	$\chi^2$	p	Fark
<b>X Kuşağı</b>							
Öznel İyilik Algısı	A- İlköğretim	26	3,51	0,61	4,005	0,261	
	B- Lise ve dengi	17	3,59	0,48			
	C- Ön lisans	185	3,35	0,57			
	D- Lisans	99	3,34	0,65			
	E- Lisansüstü						
İş ile İlgili Pozitif Algı (İşe İlişkin Pozitif Algılar)	A- İlköğretim	26	31,50	9,33	6,027	0,110	
	B- Lise ve dengi	17	33,06	8,70			
	C- Ön lisans	185	28,46	8,28			
	D- Lisans	99	28,78	10,08			
	E- Lisansüstü						
İş ile İlgili Negatif Algı (İşe İlişkin Negatif Algılar)	A- İlköğretim	26	27,31	11,50	3,664	0,300	
	B- Lise ve dengi	17	23,18	9,13			
	C- Ön lisans	185	27,83	9,86			
	D- Lisans	99	27,83	10,49			
	E- Lisansüstü						
İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı	A- İlköğretim	26	64,19	19,36	5,163	0,160	
	B- Lise ve dengi	17	69,88	16,64			
	C- Ön lisans	185	60,63	17,43			
	D- Lisans	99	60,95	19,73			
	E- Lisansüstü						
<b>Y Kuşağı</b>							
Öznel İyilik Algısı	A- İlköğretim	9	3,85	0,59	16,718	<b>0,002</b>	A>C, B>C D>C, E>C
	B- Lise ve dengi	36	3,65	0,51			
	C- Ön lisans	27	3,15	0,59			
	D- Lisans	144	3,43	0,60			
	E- Lisansüstü	83	3,50	0,57			
İş ile İlgili Pozitif Algı (İşe İlişkin Pozitif Algılar)	A- İlköğretim	9	37,44	6,52	16,596	<b>0,002</b>	A>C, A>D A>E, B>D B>E
	B- Lise ve dengi	36	34,39	8,09			
	C- Ön lisans	27	29,85	9,60			
	D- Lisans	144	28,92	8,54			
	E- Lisansüstü	83	30,41	8,80			
İş ile İlgili Negatif Algı (İşe İlişkin Negatif Algılar)	A- İlköğretim	9	15,78	3,80	27,571	<b>0,000</b>	B>A, C>A D>A, E>A D>B, E>B
	B- Lise ve dengi	36	22,25	9,35			
	C- Ön lisans	27	26,22	10,74			
	D- Lisans	144	28,53	8,98			
	E- Lisansüstü	83	27,55	9,72			
İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı	A- İlköğretim	9	81,67	9,70	24,087	<b>0,000</b>	A>C, A>D A>E, B>D B>E
	B- Lise ve dengi	36	72,14	16,63			
	C- Ön lisans	27	63,63	18,43			
	D- Lisans	144	60,38	16,32			
	E- Lisansüstü	83	62,86	17,39			

X kuşağında Öznel İyilik Algısının öğrenim durumuna göre karşılaştırılmasına ait Kruskal Wallis H testi sonuçlarına göre X kuşağında öznel iyilik algısı puan ortalamalarının öğrenim durumuna göre anlamlı farklılık göstermediği bulgusu elde edilmiştir ( $X^2=4,005$ ;  $p>0,05$ ). X kuşağında öznel iyilik algısı öğrenim durumuna göre anlamlı farklılık göstermemektedir.

X kuşağında iş ile ilgili pozitif algının öğrenim durumuna göre karşılaştırılmasına ait Kruskal Wallis H testi sonuçlarına göre X kuşağında iş ile ilgili pozitif algı puan ortalamalarının öğrenim durumuna göre anlamlı farklılık göstermediği bulgusu elde edilmiştir ( $X^2=6,027$ ;  $p>0,05$ ). X kuşağında iş ile ilgili pozitif algı öğrenim durumuna göre anlamlı farklılık göstermemektedir.

X kuşağında iş ile ilgili negatif algının öğrenim durumuna göre karşılaştırılmasına ait Kruskal Wallis H testi sonuçlarına göre X kuşağında iş ile ilgili negatif algı puan ortalamalarının öğrenim durumuna göre anlamlı farklılık göstermediği bulgusu elde edilmiştir ( $X^2=3,664$ ;  $p>0,05$ ). X kuşağında iş ile ilgili negatif algı öğrenim durumuna göre anlamlı farklılık göstermemektedir.

X kuşağında İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısının öğrenim durumuna göre karşılaştırılmasına ait Kruskal Wallis H testi sonuçlarına göre X kuşağında İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı puan ortalamalarının öğrenim durumuna göre anlamlı farklılık göstermediği bulgusu elde edilmiştir ( $X^2=5,163$ ;  $p>0,05$ ). X kuşağında İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı öğrenim durumuna göre anlamlı farklılık göstermemektedir.

Y kuşağında Öznel İyilik Algısının öğrenim durumuna göre karşılaştırılmasına ait Kruskal Wallis H testi sonuçlarına göre Y kuşağında öznel iyilik algısı puan ortalamalarının öğrenim durumuna göre anlamlı farklılık gösterdiği bulgusu elde edilmiştir ( $X^2=16,718$ ;  $p<0,05$ ). Farkın kaynağına ilişkin yapılan Mann Whitney U ikili karşılaştırma testi sonuçlarına göre Y kuşağındaki ön lisans mezunu katılımcıların öznel iyilik algısı diğer öğrenim düzeyindeki katılımcıların öznel iyilik algısından anlamlı düzeyde daha düşüktür.

Y kuşağında iş ile ilgili pozitif algının öğrenim durumuna göre karşılaştırılmasına ait Kruskal Wallis H testi sonuçlarına göre Y kuşağında iş ile ilgili pozitif algı puan ortalamalarının öğrenim durumuna göre anlamlı farklılık gösterdiği bulgusu elde edilmiştir ( $X^2=16,596$ ;  $p<0,05$ ). Farkın kaynağına ilişkin yapılan Mann Whitney U ikili karşılaştırma testi sonuçlarına göre Y kuşağındaki ilköğretim mezunu

katılımcıların iş ile ilgili pozitif algısı ön lisans, lisans ve lisansüstü mezunu katılımcıların iş ile ilgili pozitif algısından anlamlı düzeyde daha yüksektir. Ayrıca lise ve dengi okul mezunu katılımcıların iş ile ilgili pozitif algısı lisans ve lisansüstü mezunu katılımcıların iş ile ilgili pozitif algısından anlamlı düzeyde daha yüksektir.

Y kuşağında iş ile ilgili negatif algının öğrenim durumuna göre karşılaştırılmasına ait Kruskal Wallis H testi sonuçlarına göre Y kuşağında iş ile ilgili negatif algı puan ortalamalarının öğrenim durumuna göre anlamlı farklılık gösterdiği bulgusu elde edilmiştir ( $X^2=27,571$ ;  $p<0,05$ ). Farkın kaynağına ilişkin yapılan Mann Whitney U ikili karşılaştırma testi sonuçlarına göre Y kuşağındaki ilköğretim mezunu katılımcıların iş ile ilgili negatif algısı diğer öğrenim gruplarındaki katılımcıların negatif algısından anlamlı düzeyde daha düşüktür. Ayrıca lise ve dengi okul mezunu katılımcıların iş ile ilgili negatif algısı lisans ve lisansüstü düzeyde öğrenim gören katılımcıların negatif algısından anlamlı düzeyde daha düşüktür.

Y kuşağında İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısının öğrenim durumuna göre karşılaştırılmasına ait Kruskal Wallis H testi sonuçlarına göre Y kuşağında İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı puan ortalamalarının öğrenim durumuna göre anlamlı farklılık gösterdiği bulgusu elde edilmiştir ( $X^2=24,087$ ;  $p<0,05$ ). Farkın kaynağına ilişkin yapılan Mann Whitney U ikili karşılaştırma testi sonuçlarına göre Y kuşağındaki ilköğretim mezunu katılımcıların İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı ön lisans, lisans ve lisansüstü düzeyde öğrenim gören katılımcıların algısından anlamlı düzeyde daha olumludur. Ayrıca lise ve dengi okul mezunu katılımcıların İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı lisans ve lisansüstü düzeyde öğrenim gören katılımcıların algısından anlamlı düzeyde daha olumludur.

**H7a Ret:** X kuşağında öznel iyilik algısı öğrenim durumuna göre farklı değildir.

**H7b Ret:** X kuşağında iş ile ilgili pozitif algı öğrenim durumuna göre farklı değildir.

**H7c Ret:** X kuşağında iş ile ilgili negatif algı öğrenim durumuna göre farklı değildir.

**H7d Ret:** X kuşağında İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı öğrenim durumuna göre farklı değildir.

**H8a Kabul:** Y kuşağında öznel iyilik algısı öğrenim durumuna göre farklıdır.

**H8b Kabul:** Y kuşağında iş ile ilgili pozitif algı öğrenim durumuna göre farklıdır.

**H8c Kabul:** Y kuşağında iş ile ilgili negatif algı öğrenim durumuna göre farklıdır.

**H8d Kabul:** Y kuşağında İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı öğrenim durumuna göre farklıdır.

H9a: X kuşağında öznel iyilik algısı sektöre göre farklıdır.

H9b: X kuşağında iş ile ilgili pozitif algı sektöre göre farklıdır.

H9c: X kuşağında iş ile ilgili negatif algı sektöre göre farklıdır.

H9d: X kuşağında İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı sektöre göre farklıdır.

H10a: Y kuşağında öznel iyilik algısı sektöre göre farklıdır.

H10b: Y kuşağında iş ile ilgili pozitif algı sektöre göre farklıdır.

H10c: Y kuşağında iş ile ilgili negatif algı sektöre göre farklıdır.

H10d: Y kuşağında İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı sektöre göre farklıdır.



**Tablo 21- Ölçekler ve Alt Boyutlarının Sektöre Göre Karşılaştırılması (X Kuşağı)**

	Öğrenim Durumu	n	$\bar{\chi}$	SS	$X^2$	p	Fark
<b>X Kuşağı</b>							
Öznel İyilik Algısı	A- Bilişim	6	3,71	0,39	60,256	<b>0,000</b>	<b>A&gt;E, D&gt;B, B&gt;E, F&gt;B, D&gt;C, C&gt;E, F&gt;C, D&gt;E, F&gt;E, G&gt;E</b>
	B- Eğitim	87	3,39	0,59			
	C- Finans	16	3,45	0,42			
	D- Perak./mağaza	34	3,82	0,41			
	E- Sağlık	153	3,16	0,58			
	F- Üretim	19	3,89	0,40			
	G- Diğer	12	3,59	0,39			
İş ile İlgili Pozitif Algı (İşe İlişkin Pozitif Algılar)	A- Bilişim	6	33,17	8,42	50,358	<b>0,000</b>	<b>D&gt;B, F&gt;B, G&gt;B, C&gt;E, F&gt;C, D&gt;E, F&gt;E, G&gt;E</b>
	B- Eğitim	87	28,17	9,02			
	C- Finans	16	32,06	6,93			
	D- Perak./mağaza	34	35,09	8,04			
	E- Sağlık	153	26,37	8,42			
	F- Üretim	19	37,21	7,47			
	G- Diğer	12	33,25	5,41			
İş ile İlgili Negatif Algı (İşe İlişkin Negatif Algılar)	A- Bilişim	6	20,33	6,47	55,158	<b>0,000</b>	<b>E&gt;A, B&gt;C, B&gt;D, E&gt;B, B&gt;F, B&gt;G, E&gt;C, E&gt;D, E&gt;F, E&gt;G</b>
	B- Eğitim	87	27,74	10,17			
	C- Finans	16	22,38	7,39			
	D- Perak./mağaza	34	21,35	10,01			
	E- Sağlık	153	31,02	9,39			
	F- Üretim	19	20,58	8,27			
	G- Diğer	12	21,00	6,66			
İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı	A- Bilişim	6	72,83	14,50	56,837	<b>0,000</b>	<b>A&gt;E, C&gt;B D&gt;B, F&gt;B, G&gt;B, C&gt;E, D&gt;E, F&gt;E, G&gt;E</b>
	B- Eğitim	87	60,44	18,41			
	C- Finans	16	69,69	13,73			
	D- Perak./mağaza	34	73,74	16,34			
	E- Sağlık	153	55,35	16,95			
	F- Üretim	19	76,63	14,74			
	G- Diğer	12	72,25	11,21			

X kuşağında Öznel İyilik Algısının sektöre göre karşılaştırılmasına ait Kruskal Wallis H testi sonuçlarına göre X kuşağında öznel iyilik algısı puan ortalamalarının sektöre göre anlamlı farklılık gösterdiği bulgusu elde edilmiştir ( $X^2=60,256$ ;  $p<0,05$ ). Farkın kaynağına ilişkin yapılan Mann Whitney U ikili karşılaştırma testi sonuçlarına göre X kuşağındaki bilişim, eğitim, finans, perakende/mağazacılık, üretim ve diğer sektörlerde çalışan katılımcıların öznel iyilik algısı sağlık sektöründe çalışan katılımcıların öznel iyilik algısından anlamlı düzeyde daha yüksektir. Ayrıca perakende/mağazacılık ve üretim sektöründeki katılımcıların algısı eğitim ve finans sektöründeki katılımcıların algısından anlamlı düzeyde daha yüksektir.

X kuşağında iş ile ilgili pozitif algının sektöre göre karşılaştırılmasına ait Kruskal Wallis H testi sonuçlarına göre X kuşağında iş ile ilgili pozitif algı puan ortalamalarının sektöre göre anlamlı farklılık gösterdiği bulgusu elde edilmiştir

( $X^2=50,358$ ;  $p<0,05$ ). Farkın kaynağına ilişkin yapılan Mann Whitney U ikili karşılaştırma testi sonuçlarına göre X kuşağındaki perakende/mağazacılık, üretim ve diğer sektördeki katılımcıların iş ile ilgili pozitif algıları eğitim sektöründeki katılımcıların algısından anlamlı düzeyde daha yüksektir. Ayrıca finans, perakende, üretim ve diğer sektörde çalışan katılımcıların algısı sağlık sektöründeki katılımcıların algısından; üretim sektöründeki katılımcıların algısı finans sektöründe çalışan katılımcıların algısından anlamlı düzeyde daha yüksektir.

X kuşağında iş ile ilgili negatif algının sektöre göre karşılaştırılmasına ait Kruskal Wallis H testi sonuçlarına göre X kuşağında iş ile ilgili negatif algı puan ortalamalarının sektöre göre anlamlı farklılık gösterdiği bulgusu elde edilmiştir ( $X^2=55,158$ ;  $p<0,05$ ). Farkın kaynağına ilişkin yapılan Mann Whitney U ikili karşılaştırma testi sonuçlarına göre X kuşağındaki eğitim sektöründe çalışan katılımcıların iş ile ilgili negatif algıları finans, perakende/mağazacılık, üretim ve diğer sektördeki katılımcıların iş ile ilgili negatif algılarından daha yüksektir. Ayrıca sağlık sektöründeki katılımcıların iş ile ilgili negatif algıları diğer tüm sektörlerdeki çalışanların iş ile ilgili negatif algılarından daha yüksektir.

X kuşağında İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısının sektöre göre karşılaştırılmasına ait Kruskal Wallis H testi sonuçlarına göre X kuşağında İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı puan ortalamalarının sektöre göre anlamlı farklılık gösterdiği bulgusu elde edilmiştir ( $X^2=56,837$ ;  $p<0,05$ ). Farkın kaynağına ilişkin yapılan Mann Whitney U ikili karşılaştırma testi sonuçlarına göre X kuşağındaki finans, perakende/mağazacılık, üretim ve diğer sektörlerde çalışan katılımcıların işe ilişkin duyuşsal iyilik algıları eğitim ve sağlık sektöründeki katılımcıların algısından anlamlı düzeyde daha olumludur. Ayrıca bilişim sektöründe çalışan katılımcıların işe ilişkin duyuşsal iyilik algıları sağlık sektöründe çalışan katılımcıların algısından anlamlı düzeyde daha olumludur.

Tablo 22- Ölçekler ve Alt Boyutlarının Sektöre Göre Karşılaştırılması (Y Kuşağı)

Ölçek ve Alt Boyutlar	Öğrenim Durumu	n	$\bar{\chi}$	SS	$X^2$	p	Fark
<b>Y Kuşağı</b>							
Öznel İyilik Algısı	A- Bilişim	12	3,35	0,55	46,495	<b>0,000</b>	C>B, C>E, D>B, D>E, D>G, F>A, F>B, F>C, F>E, F>G
	B- Eğitim	59	3,34	0,48			
	C- Finans	35	3,56	0,57			
	D- Perak./mağaza	53	3,67	0,50			
	E- Sağlık	82	3,18	0,62			
	F- Üretim	47	3,86	0,55			
	G- Diğer	11	3,37	0,32			
İş ile İlgili Pozitif Algı (İşe İlişkin Pozitif Algılar)	A- Bilişim	12	33,25	8,05	41,184	<b>0,000</b>	A>C, A>E A>G, B>E, D>C, D>E, D>G, F>B, F>C, F>E F>G
	B- Eğitim	59	30,41	8,39			
	C- Finans	35	28,03	8,60			
	D- Perak./mağaza	53	32,72	9,29			
	E- Sağlık	82	26,59	8,69			
	F- Üretim	47	35,77	6,00			
	G- Diğer	11	27,27	5,90			
İş ile İlgili Negatif Algı (İşe İlişkin Negatif Algılar)	A- Bilişim	12	24,00	9,08	54,521	<b>0,000</b>	B>D, B>F, E>A, E>B, E>C, E>D, E>F, E>G, C>F,
	B- Eğitim	59	28,88	8,62			
	C- Finans	35	26,46	9,52			
	D- Perak./mağaza	53	23,45	9,71			
	E- Sağlık	82	32,23	9,13			
	F- Üretim	47	20,60	6,99			
	G- Diğer	11	25,00	6,13			
İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı	A- Bilişim	12	69,25	16,32	51,857	<b>0,000</b>	A>E, D>B, D>E, F>B, F>C, F>E, F>G B>E,
	B- Eğitim	59	61,53	15,58			
	C- Finans	35	61,57	16,98			
	D- Perak./mağaza	53	69,26	17,95			
	E- Sağlık	82	54,35	16,80			
	F- Üretim	47	75,17	11,37			
	G- Diğer	11	62,27	10,32			

Y kuşağında Öznel İyilik Algısının sektöre göre karşılaştırılmasına ait Kruskal Wallis H testi sonuçlarına göre Y kuşağında öznel iyilik algısı puan ortalamalarının sektöre göre anlamlı farklılık gösterdiği bulgusu elde edilmiştir ( $X^2=46,495$ ;  $p<0,05$ ). Farkın kaynağına ilişkin yapılan Mann Whitney U ikili karşılaştırma testi sonuçlarına göre Y kuşağındaki finans sektöründe çalışan katılımcıların öznel iyilik algısı eğitim ve sağlık sektöründe çalışan katılımcıların öznel iyilik algısından anlamlı düzeyde daha yüksektir. Ayrıca perakende/mağazacılık sektöründe çalışan katılımcıların algısı eğitim, sağlık ve diğer sektöründeki katılımcıların algısından; üretim sektöründe çalışan katılımcıların öznel iyilik algısı bilişim, eğitim, finans, sağlık ve diğer sektörlerdeki katılımcıların öznel iyilik algısından anlamlı düzeyde daha yüksektir.

Y kuşağında iş ile ilgili pozitif algının sektöre göre karşılaştırılmasına ait Kruskal Wallis H testi sonuçlarına göre Y kuşağında iş ile ilgili pozitif algı puan ortalamalarının sektöre göre anlamlı farklılık gösterdiği bulgusu elde edilmiştir ( $X^2=41,184$ ;  $p<0,05$ ). Farkın kaynağına ilişkin yapılan Mann Whitney U ikili

karşılaştırma testi sonuçlarına göre Y kuşağındaki bilişim sektöründeki katılımcıların iş ile ilgili pozitif algıları finans, sağlık ve diğer sektöründeki katılımcıların algısından anlamlı düzeyde daha yüksektir. Ayrıca eğitim sektöründekilerin pozitif algısı sağlık sektöründe çalışan katılımcıların iş ile ilgili pozitif algısından; perakende/mağazacılık sektöründe çalışan katılımcıların algısı finans, sağlık ve diğer sektöründeki katılımcıların algısından; üretim sektöründeki katılımcıların algısı eğitim, finans, sağlık ve diğer sektöründe çalışan katılımcıların iş ile ilgili pozitif algısından anlamlı düzeyde daha yüksektir.

Y kuşağında iş ile ilgili negatif algının sektöre göre karşılaştırılmasına ait Kruskal Wallis H testi sonuçlarına göre Y kuşağında iş ile ilgili negatif algı puan ortalamalarının sektöre göre anlamlı farklılık gösterdiği bulgusu elde edilmiştir ( $X^2=54,521$ ;  $p<0,05$ ). Farkın kaynağına ilişkin yapılan Mann Whitney U ikili karşılaştırma testi sonuçlarına göre Y kuşağındaki eğitim sektöründe çalışan katılımcıların iş ile ilgili negatif algıları perakende/mağazacılık ve diğer sektördeki katılımcıların iş ile ilgili negatif algılarından daha yüksektir. Ayrıca sağlık sektöründeki katılımcıların iş ile ilgili negatif algıları diğer tüm sektörlerdeki çalışanların iş ile ilgili negatif algılarından; finans sektöründe çalışan katılımcıların iş ile ilgili negatif algıları üretim sektöründe çalışan katılımcıların iş ile ilgili negatif algılarından daha yüksektir.

Y kuşağında İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısının sektöre göre karşılaştırılmasına ait Kruskal Wallis H testi sonuçlarına göre Y kuşağında İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı puan ortalamalarının sektöre göre anlamlı farklılık gösterdiği bulgusu elde edilmiştir ( $X^2=51,857$ ;  $p<0,05$ ). Farkın kaynağına ilişkin yapılan Mann Whitney U ikili karşılaştırma testi sonuçlarına göre Y kuşağındaki bilişim sektöründe çalışan katılımcıların işe ilişkin duyuşsal iyilik algıları sağlık sektöründeki katılımcıların algısından anlamlı düzeyde daha olumludur. Ayrıca perakende/mağazacılık sektöründe çalışan katılımcıların işe ilişkin duyuşsal iyilik algıları eğitim ve sağlık sektöründe çalışan katılımcıların algısından; eğitim, finans, sağlık ve diğer sektördeki katılımcıların algısından; eğitim sektöründe çalışan katılımcıların işe ilişkin duyuşsal iyilik algıları sağlık sektöründe çalışan katılımcıların işe ilişkin duyuşsal iyilik algılarından anlamlı düzeyde daha olumludur.

**H9a Kabul:** X kuşağında öznel iyilik algısı sektöre göre farklıdır.

**H9b Kabul:** X kuşağında iş ile ilgili pozitif algı sektöre göre farklıdır.

**H9c Kabul:** X kuşağında iş ile ilgili negatif algı sektöre göre farklıdır.

**H9d Kabul:** X kuşağında İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı sektöre göre farklıdır.

**H10a Kabul:** Y kuşağında öznel iyilik algısı sektöre göre farklıdır.

**H10b Kabul:** Y kuşağında iş ile ilgili pozitif algı sektöre göre farklıdır.

**H10c Kabul:** Y kuşağında iş ile ilgili negatif algı sektöre göre farklıdır.

**H10d Kabul:** Y kuşağında İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı sektöre göre farklıdır.

H11a: X kuşağında öznel iyilik algısı pozisyona göre farklıdır.

H11b: X kuşağında iş ile ilgili pozitif algı pozisyona göre farklıdır.

H11c: X kuşağında iş ile ilgili negatif algı pozisyona göre farklıdır.

H11d: X kuşağında İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı pozisyona göre farklıdır.

H12a: Y kuşağında öznel iyilik algısı pozisyona göre farklıdır.

H12b: Y kuşağında iş ile ilgili pozitif algı pozisyona göre farklıdır.

H12c: Y kuşağında iş ile ilgili negatif algı pozisyona göre farklıdır.

H12d: Y kuşağında İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı pozisyona göre farklıdır.

**Tablo 23- Ölçekler ve Alt Boyutlarının Pozisyona Göre Karşılaştırılması (X Kuşağı)**

Ölçek ve Alt boyutlar	Pozisyon	n	$\bar{\chi}$	SS	$X^2$	p	Fark
<b>X Kuşağı</b>							
Öznel İyilik Algısı	A- Üst düzey yönetici/müdür	53	3,81	0,43	39,885	<b>0,000</b>	<b>A&gt;B, A&gt;C, A&gt;D,</b>
	B- Yönetmen/şef/uzman/sorumlu	138	3,29	0,61			
	C- Personel	88	3,35	0,54			
	D- Hekim/doktor	48	3,15	0,57			
İş ile İlgili Pozitif Algı (İşe İlişkin Pozitif Algılar)	A- Üst düzey yönetici/müdür	53	35,98	7,38	42,015	<b>0,000</b>	<b>A&gt;B, A&gt;C, A&gt;D,</b>
	B- Yönetmen/şef/uzman/sorumlu	138	28,34	9,04			
	C- Personel	88	27,69	8,42			
	D- Hekim/doktor	48	25,85	7,98			
İş ile İlgili Negatif Algı (İşe İlişkin Negatif Algılar)	A- Üst düzey yönetici/müdür	53	19,62	7,61	43,551	<b>0,000</b>	<b>B&gt;A, C&gt;A, D&gt;A,</b>
	B- Yönetmen/şef/uzman/sorumlu	138	29,26	10,06			
	C- Personel	88	27,88	9,86			
	D- Hekim/doktor	48	30,77	9,33			

İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı	A- Üst düzey yönetici/müdür	53	76,36	13,93	45,689	<b>0,000</b>	<b>A&gt;B, A&gt;C, A&gt;D,</b>
	B- Yönetmen/şef/uzman/sorumlu	138	59,08	18,21			
	C- Personel	88	59,82	17,43			
	D- Hekim/doktor	48	55,08	16,42			

X kuşağında Öznel İyilik Algısının pozisyona göre karşılaştırılmasına ait Kruskal Wallis H testi sonuçlarına göre X kuşağında öznel iyilik algısı puan ortalamalarının pozisyona göre anlamlı farklılık gösterdiği bulgusu elde edilmiştir ( $X^2=39,885$ ;  $p<0,05$ ). Farkın kaynağına ilişkin yapılan Mann Whitney U ikili karşılaştırma testi sonuçlarına göre X kuşağındaki üst düzey yönetici/müdür pozisyonundaki katılımcıların öznel iyilik algısı diğer pozisyonlardaki katılımcıların öznel iyilik algısından anlamlı düzeyde daha yüksektir.

X kuşağında iş ile ilgili pozitif algının pozisyona göre karşılaştırılmasına ait Kruskal Wallis H testi sonuçlarına göre X kuşağında iş ile ilgili pozitif algı puan ortalamalarının pozisyona göre anlamlı farklılık gösterdiği bulgusu elde edilmiştir ( $X^2=42,015$ ;  $p<0,05$ ). Farkın kaynağına ilişkin yapılan Mann Whitney U ikili karşılaştırma testi sonuçlarına göre X kuşağındaki üst düzey yönetici/müdür pozisyonundaki katılımcıların iş ile ilgili pozitif algısı diğer pozisyonlardaki katılımcıların iş ile ilgili pozitif algısından anlamlı düzeyde daha yüksektir.

X kuşağında iş ile ilgili negatif algının pozisyona göre karşılaştırılmasına ait Kruskal Wallis H testi sonuçlarına göre X kuşağında iş ile ilgili negatif algı puan ortalamalarının pozisyona göre anlamlı farklılık gösterdiği bulgusu elde edilmiştir ( $X^2=43,551$ ;  $p<0,05$ ). Farkın kaynağına ilişkin yapılan Mann Whitney U ikili karşılaştırma testi sonuçlarına göre X kuşağındaki üst düzey yönetici/müdür pozisyonundaki katılımcıların iş ile ilgili negatif algısı diğer pozisyonlardaki katılımcıların iş ile ilgili negatif algısından anlamlı düzeyde daha düşüktür.

X kuşağında İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısının pozisyona göre karşılaştırılmasına ait Kruskal Wallis H testi sonuçlarına göre X kuşağında İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı puan ortalamalarının pozisyona göre anlamlı farklılık gösterdiği bulgusu elde edilmiştir ( $X^2=45,689$ ;  $p<0,05$ ). Farkın kaynağına ilişkin yapılan Mann Whitney U ikili karşılaştırma testi sonuçlarına göre X kuşağındaki üst düzey yönetici/müdür pozisyonundaki katılımcıların işe ilişkin duyuşsal iyilik algısı diğer pozisyonlardaki

katılımcıların işe ilişkin duyuşsal iyilik algısından anlamlı düzeyde daha olumludur.

**Tablo 24- Ölçekler ve Alt Boyutlarının Pozisyona Göre Karşılaştırılması (Y Kuşığı)**

Ölçek ve Alt boyutlar	Pozisyon	n	$\bar{\chi}$	SS	$X^2$	p	Fark
<b>Y Kuşığı</b>							
Öznel İyilik Algısı	A- Üst düzey yönetici/müdür	30	3,64	0,51	11,436	<b>0,010</b>	<b>A&gt;C, A&gt;D, B&gt;D</b>
	B- Yönetmen/şef/uzman/sorumlu	153	3,53	0,60			
	C- Personel	90	3,38	0,57			
	D- Hekim/doktor	26	3,15	0,62			
İş ile İlgili Pozitif Algı (İşe İlişkin Pozitif Algılar)	A- Üst düzey yönetici/müdür	30	32,83	7,35	15,157	<b>0,002</b>	<b>A&gt;D, B&gt;D, C&gt;D</b>
	B- Yönetmen/şef/uzman/sorumlu	153	30,91	8,13			
	C- Personel	90	30,38	9,68			
	D- Hekim/doktor	26	23,88	8,62			
İş ile İlgili Negatif Algı (İşe İlişkin Negatif Algılar)	A- Üst düzey yönetici/müdür	30	24,17	8,80	9,872	<b>0,020</b>	<b>D&gt;A, D&gt;B, D&gt;C</b>
	B- Yönetmen/şef/uzman/sorumlu	153	26,75	9,22			
	C- Personel	90	26,62	10,31			
	D- Hekim/doktor	26	32,08	9,44			
İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı	A- Üst düzey yönetici/müdür	30	68,67	15,35	13,583	<b>0,004</b>	<b>A&gt;D, B&gt;D, C&gt;D</b>
	B- Yönetmen/şef/uzman/sorumlu	153	64,16	16,12			
	C- Personel	90	63,76	18,87			
	D- Hekim/doktor	26	51,81	16,47			

Y kuşığında Öznel İyilik Algısının pozisyona göre karşılaştırılmasına ait Kruskal Wallis H testi sonuçlarına göre Y kuşığında öznel iyilik algısı puan ortalamalarının pozisyona göre anlamlı farklılık gösterdiği bulgusu elde edilmiştir ( $X^2=11,436$ ;  $p<0,05$ ). Farkın kaynağına ilişkin yapılan Mann Whitney U ikili karşılaştırma testi sonuçlarına göre Y kuşığındaki üst düzey yönetici/müdür pozisyonundaki katılımcıların öznel iyilik algısı diğer personel ve hekim/doktor pozisyonundaki katılımcıların öznel iyilik algısından; yönetmen/şef/uzman/sorumlu pozisyonundaki katılımcıların öznel iyilik algısı hekim/doktor pozisyonundaki katılımcıların öznel iyilik algısından anlamlı düzeyde daha yüksektir.

Y kuşığında iş ile ilgili pozitif algının pozisyona göre karşılaştırılmasına ait Kruskal Wallis H testi sonuçlarına göre Y kuşığında iş ile ilgili pozitif algı puan ortalamalarının pozisyona göre anlamlı farklılık gösterdiği bulgusu elde edilmiştir ( $X^2=15,157$ ;  $p<0,05$ ). Farkın kaynağına ilişkin yapılan Mann Whitney U ikili

karşılaştırma testi sonuçlarına göre Y kuşağındaki hekim/doktor pozisyonundaki katılımcıların iş ile ilgili pozitif algısı diğer pozisyonlardaki katılımcıların iş ile ilgili pozitif algısından anlamlı düzeyde daha düşüktür.

Y kuşağında iş ile ilgili negatif algının pozisyona göre karşılaştırılmasına ait Kruskal Wallis H testi sonuçlarına göre Y kuşağında iş ile ilgili negatif algı puan ortalamalarının pozisyona göre anlamlı farklılık gösterdiği bulgusu elde edilmiştir ( $X^2=9,872$ ;  $p<0,05$ ). Farkın kaynağına ilişkin yapılan Mann Whitney U ikili karşılaştırma testi sonuçlarına göre Y kuşağındaki hekim/doktor pozisyonundaki katılımcıların iş ile ilgili negatif algısı diğer pozisyonlardaki katılımcıların iş ile ilgili negatif algısından anlamlı düzeyde daha yüksektir.

Y kuşağında İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısının pozisyona göre karşılaştırılmasına ait Kruskal Wallis H testi sonuçlarına göre Y kuşağında İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı puan ortalamalarının pozisyona göre anlamlı farklılık gösterdiği bulgusu elde edilmiştir ( $X^2=13,583$ ;  $p<0,05$ ). Farkın kaynağına ilişkin yapılan Mann Whitney U ikili karşılaştırma testi sonuçlarına göre Y kuşağındaki hekim/doktor pozisyonundaki katılımcıların işe ilişkin duyuşsal iyilik algısı diğer pozisyonlardaki katılımcıların işe ilişkin duyuşsal iyilik algısından anlamlı düzeyde daha olumsuzdur

**H11a Kabul:** X kuşağında öznel iyilik algısı pozisyona göre farklıdır.

**H11b Kabul:** X kuşağında iş ile ilgili pozitif algı pozisyona göre farklıdır.

**H11c Kabul:** X kuşağında iş ile ilgili negatif algı pozisyona göre farklıdır.

**H11d Kabul:** X kuşağında İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı pozisyona göre farklıdır.

**H12a Kabul:** Y kuşağında öznel iyilik algısı pozisyona göre farklıdır.

**H12b Kabul:** Y kuşağında iş ile ilgili pozitif algı pozisyona göre farklıdır.

**H12c Kabul:** Y kuşağında iş ile ilgili negatif algı pozisyona göre farklıdır.

**H12d Kabul:** Y kuşağında İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı pozisyona göre farklıdır.**H13a:** X kuşağında öznel iyilik algısı pozisyondaki hizmet süresine göre farklıdır.

**H13b:** X kuşağında iş ile ilgili pozitif algı pozisyondaki hizmet süresine göre farklıdır.



H13c: X kuşağında iş ile ilgili negatif algı pozisyonundaki hizmet süresine göre farklıdır.

H13d: X kuşağında İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı pozisyonundaki hizmet süresine göre farklıdır.

H14a: Y kuşağında öznel iyilik algısı pozisyonundaki hizmet süresine göre farklıdır.

H14b: Y kuşağında iş ile ilgili pozitif algı pozisyonundaki hizmet süresine göre farklıdır.

H14c: Y kuşağında iş ile ilgili negatif algı pozisyonundaki hizmet süresine göre farklıdır.

H14d: Y kuşağında İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı pozisyonundaki hizmet süresine göre farklıdır.

**Tablo 25- Ölçekler ve Alt Boyutlarının Pozisyonundaki Hizmet Süresine Göre Karşılaştırılması (X Kuşağı)**

Ölçek ve Alt boyutlar	Pozisyonundaki Hizmet Süresi	n	$\bar{\chi}$	SS	$X^2$	p	Fark
<b>X Kuşağı</b>							
Öznel İyilik Algısı	A- 1 yıldan az	28	3,60	0,49	12,411	<b>0,002</b>	<b>A&gt;C, B&gt;C</b>
	B- 1-3 yıl	30	3,61	0,65			
	C- 3 yıldan fazla	269	3,32	0,59			
İş ile İlgili Pozitif Algı (İşe İlişkin Pozitif Algılar)	A- 1 yıldan az	28	31,43	7,55	11,103	<b>0,004</b>	<b>B&gt;C</b>
	B- 1-3 yıl	30	33,47	9,41			
	C- 3 yıldan fazla	269	28,30	8,95			
İş ile İlgili Negatif Algı (İşe İlişkin Negatif Algılar)	A- 1 yıldan az	28	23,93	11,56	12,119	<b>0,002</b>	<b>C&gt;A, C&gt;B</b>
	B- 1-3 yıl	30	23,30	10,06			
	C- 3 yıldan fazla	269	28,40	9,85			
İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı	A- 1 yıldan az	28	67,50	17,93	12,332	<b>0,002</b>	<b>A&gt;C, B&gt;C</b>
	B- 1-3 yıl	30	70,17	18,88			
	C- 3 yıldan fazla	269	59,90	17,96			

X kuşağında Öznel İyilik Algısının pozisyonundaki hizmet süresine göre karşılaştırılmasına ait Kruskal Wallis H testi sonuçlarına göre X kuşağında öznel iyilik algısı puan ortalamalarının pozisyonundaki hizmet süresine göre anlamlı farklılık gösterdiği bulgusu elde edilmiştir ( $X^2=12,411$ ;  $p<0,05$ ). Farkın kaynağına ilişkin yapılan Mann Whitney U ikili karşılaştırma testi sonuçlarına göre X kuşağındaki 1 yıldan az ve 1-3 yıl pozisyonundaki hizmet süresine sahip katılımcıların öznel iyilik algısı 3 yıldan fazla pozisyonundaki hizmet süresine sahip katılımcıların öznel iyilik algısından anlamlı düzeyde daha yüksektir.

X kuşağında iş ile ilgili pozitif algının pozisyondaki hizmet süresine göre karşılaştırılmasına ait Kruskal Wallis H testi sonuçlarına göre X kuşağında iş ile ilgili pozitif algı puan ortalamalarının pozisyondaki hizmet süresine göre anlamlı farklılık gösterdiği bulgusu elde edilmiştir ( $X^2=11,103$ ;  $p<0,05$ ). Farkın kaynağına ilişkin yapılan Mann Whitney U ikili karşılaştırma testi sonuçlarına göre X kuşağındaki 1-3 yıl pozisyondaki hizmet süresine sahip katılımcıların iş ile ilgili pozitif algısı 3 yıldan fazla pozisyondaki hizmet süresine sahip katılımcıların iş ile ilgili pozitif algısından anlamlı düzeyde daha yüksektir.

X kuşağında iş ile ilgili negatif algının pozisyondaki hizmet süresine göre karşılaştırılmasına ait Kruskal Wallis H testi sonuçlarına göre X kuşağında iş ile ilgili negatif algı puan ortalamalarının pozisyondaki hizmet süresine göre anlamlı farklılık gösterdiği bulgusu elde edilmiştir ( $X^2=12,119$ ;  $p<0,05$ ). Farkın kaynağına ilişkin yapılan Mann Whitney U ikili karşılaştırma testi sonuçlarına göre X kuşağındaki 3 yıldan fazla pozisyondaki hizmet süresine katılımcıların iş ile ilgili negatif algısı 1 yıldan az ve 1-3 yıl pozisyondaki hizmet süresine sahip katılımcıların iş ile ilgili negatif algısından anlamlı düzeyde daha yüksektir.

X kuşağında İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısının pozisyondaki hizmet süresine göre karşılaştırılmasına ait Kruskal Wallis H testi sonuçlarına göre X kuşağında İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı puan ortalamalarının pozisyondaki hizmet süresine göre anlamlı farklılık gösterdiği bulgusu elde edilmiştir ( $X^2=12,332$ ;  $p<0,05$ ). Farkın kaynağına ilişkin yapılan Mann Whitney U ikili karşılaştırma testi sonuçlarına göre X kuşağındaki 1 yıldan az ve 1-3 yıl pozisyondaki hizmet süresine sahip katılımcıların işe ilişkin duyuşsal iyilik algısı 3 yıldan fazla pozisyondaki hizmet süresine sahip katılımcıların işe ilişkin duyuşsal iyilik algısından anlamlı düzeyde daha olumludur.

**Tablo 26- Ölçekler ve Alt Boyutlarının Pozisyondaki Hizmet Süresine Göre Karşılaştırılması (Y Kuşağı)**

Ölçek ve Alt boyutlar	Pozisyondaki Hizmet Süresi	n	$\bar{\chi}$	SS	$X^2$	p	Fark
<b>Y Kuşağı</b>							
Öznel İyilik Algısı	A- 1 yıldan az	66	3,62	0,60	8,083	<b>0,018</b>	<b>A&gt;B, A&gt;C</b>
	B- 1-3 yıl	113	3,43	0,62			
	C- 3 yıldan fazla	120	3,41	0,56			
İş ile İlgili Pozitif Algı (İşe İlişkin Pozitif Algılar)	A- 1 yıldan az	66	32,45	7,97	6,444	<b>0,040</b>	<b>A&gt;B</b>
	B- 1-3 yıl	113	28,99	8,67			
	C- 3 yıldan fazla	120	30,43	9,21			
İş ile İlgili Negatif Algı (İşe İlişkin Negatif Algılar)	A- 1 yıldan az	66	25,36	8,89	1,655	0,437	
	B- 1-3 yıl	113	26,92	9,29			
	C- 3 yıldan fazla	120	27,76	10,35			

İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı	A- 1 yıldan az	66	67,09	15,82	3,416	0,181	
	B- 1-3 yıl	113	62,07	16,63			
	C- 3 yıldan fazla	120	62,67	18,52			

Y kuşağında Öznel İyilik Algısının pozisyondaki hizmet süresine göre karşılaştırılmasına ait Kruskal Wallis H testi sonuçlarına göre Y kuşağında öznel iyilik algısı puan ortalamalarının pozisyondaki hizmet süresine göre anlamlı farklılık gösterdiği bulgusu elde edilmiştir ( $X^2=8,083$ ;  $p<0,05$ ). Farkın kaynağına ilişkin yapılan Mann Whitney U ikili karşılaştırma testi sonuçlarına göre Y kuşağındaki 1 yıldan az hizmet süresine sahip katılımcıların öznel iyilik algısı 1-3 yıl ve 3 yıldan fazla pozisyondaki hizmet süresine sahip katılımcıların öznel iyilik algısından anlamlı düzeyde daha yüksektir.

Y kuşağında iş ile ilgili pozitif algının pozisyondaki hizmet süresine göre karşılaştırılmasına ait Kruskal Wallis H testi sonuçlarına göre Y kuşağında iş ile ilgili pozitif algı puan ortalamalarının pozisyondaki hizmet süresine göre anlamlı farklılık gösterdiği bulgusu elde edilmiştir ( $X^2=6,444$ ;  $p<0,05$ ). Farkın kaynağına ilişkin yapılan Mann Whitney U ikili karşılaştırma testi sonuçlarına göre Y kuşağındaki 1 yıldan az pozisyondaki hizmet süresine sahip katılımcıların iş ile ilgili pozitif algısı pozisyondaki hizmet süresi 1-3 yıl olan katılımcıların iş ile ilgili pozitif algısından anlamlı düzeyde daha yüksektir.

Y kuşağında iş ile ilgili negatif algının pozisyondaki hizmet süresine göre karşılaştırılmasına ait Kruskal Wallis H testi sonuçlarına göre Y kuşağında iş ile ilgili negatif algı puan ortalamalarının pozisyondaki hizmet süresine göre anlamlı farklılık göstermediği bulgusu elde edilmiştir ( $X^2=1,655$ ;  $p>0,05$ ).

Y kuşağında İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısının pozisyondaki hizmet süresine göre karşılaştırılmasına ait Kruskal Wallis H testi sonuçlarına göre Y kuşağında İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı puan ortalamalarının pozisyondaki hizmet süresine göre anlamlı farklılık göstermediği bulgusu elde edilmiştir ( $X^2=3,416$ ;  $p>0,05$ ).

**H13a Kabul:** X kuşağında öznel iyilik algısı pozisyondaki hizmet süresine göre farklıdır.

**H13b Kabul:** X kuşağında iş ile ilgili pozitif algı pozisyondaki hizmet süresine göre farklıdır.

**H13c Kabul:** X kuşağında iş ile ilgili negatif algı pozisyonundaki hizmet süresine göre farklıdır.

**H13d Kabul:** X kuşağında İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı pozisyonundaki hizmet süresine göre farklıdır.

**H14a Kabul:** Y kuşağında öznel iyilik algısı pozisyonundaki hizmet süresine göre farklıdır.

**H14b Kabul:** Y kuşağında iş ile ilgili pozitif algı pozisyonundaki hizmet süresine göre farklıdır.

**H14c Ret:** Y kuşağında iş ile ilgili negatif algı pozisyonundaki hizmet süresine göre farklı değildir.

**H14d Ret:** Y kuşağında İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı pozisyonundaki hizmet süresine göre farklı değildir. H15a: X kuşağında öznel iyilik algısı kurumundaki hizmet süresine göre farklıdır.

H15b: X kuşağında iş ile ilgili pozitif algı kurumundaki hizmet süresine göre farklıdır.

H15c: X kuşağında iş ile ilgili negatif algı kurumundaki hizmet süresine göre farklıdır.

H15d: X kuşağında İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı kurumundaki hizmet süresine göre farklıdır.

H16a: Y kuşağında öznel iyilik algısı kurumundaki hizmet süresine göre farklıdır.

H16b: Y kuşağında iş ile ilgili pozitif algı kurumundaki hizmet süresine göre farklıdır.

H16c: Y kuşağında iş ile ilgili negatif algı kurumundaki hizmet süresine göre farklıdır.

H16d: Y kuşağında İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı kurumundaki hizmet süresine göre farklıdır.

**Tablo 27- Ölçekler ve Alt Boyutlarının Kurumdaki Hizmet Süresine Göre Karşılaştırılması (X Kuşağı)**

Ölçek ve Alt boyutlar	Kurumdaki Hizmet Süresi	n	$\bar{\chi}$	SS	X <sup>2</sup>	p	Fark
		<b>X Kuşağı</b>					
Öznel İyilik Algısı	A- 1 yıldan az	39	3,40	0,64	0,327	0,849	
	B- 1-3 yıl	57	3,40	0,61			
	C- 3 yıldan fazla	231	3,36	0,58			
İş ile İlgili Pozitif Algı (İşe İlişkin Pozitif Algılar)	A- 1 yıldan az	39	29,74	9,46	0,278	0,870	
	B- 1-3 yıl	57	29,30	8,63			
	C- 3 yıldan fazla	231	28,86	9,05			
İş ile İlgili Negatif Algı (İşe İlişkin Negatif Algılar)	A- 1 yıldan az	39	26,46	10,63	0,671	0,715	
	B- 1-3 yıl	57	27,07	9,66			
	C- 3 yıldan fazla	231	27,85	10,23			
İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı	A- 1 yıldan az	39	63,28	19,46	0,615	0,735	
	B- 1-3 yıl	57	62,23	17,41			
	C- 3 yıldan fazla	231	61,01	18,39			

X kuşağında Öznel İyilik Algısının kurumdaki hizmet süresine göre karşılaştırılmasına ait Kruskal Wallis H testi sonuçlarına göre X kuşağında öznel iyilik algısı puan ortalamalarının kurumdaki hizmet süresine göre anlamlı farklılık göstermediği bulgusu elde edilmiştir ( $X^2=0,327$ ;  $p>0,05$ ).

X kuşağında iş ile ilgili pozitif algının kurumdaki hizmet süresine göre karşılaştırılmasına ait Kruskal Wallis H testi sonuçlarına göre X kuşağında iş ile ilgili pozitif algı puan ortalamalarının kurumdaki hizmet süresine göre anlamlı farklılık göstermediği bulgusu elde edilmiştir ( $X^2=0,278$ ;  $p>0,05$ ).

X kuşağında iş ile ilgili negatif algının kurumdaki hizmet süresine göre karşılaştırılmasına ait Kruskal Wallis H testi sonuçlarına göre X kuşağında iş ile ilgili negatif algı puan ortalamalarının kurumdaki hizmet süresine göre anlamlı farklılık göstermediği bulgusu elde edilmiştir ( $X^2=0,671$ ;  $p>0,05$ ).

X kuşağında İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısının kurumdaki hizmet süresine göre karşılaştırılmasına ait Kruskal Wallis H testi sonuçlarına göre X kuşağında İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı puan ortalamalarının kurumdaki hizmet süresine göre anlamlı farklılık göstermediği bulgusu elde edilmiştir ( $X^2=0,615$ ;  $p>0,05$ ).

**Tablo 28- Ölçekler ve Alt Boyutlarının Kurumdaki Hizmet Süresine Göre Karşılaştırılması (Y Kuşağı)**

Ölçek ve Alt boyutlar	Kurumdaki Hizmet Süresi	n	$\bar{\chi}$	SS	X <sup>2</sup>	p	Fark
<b>Y Kuşağı</b>							
Öznel İyilik Algısı	A- 1 yıldan az	84	3,66	0,64	14,134	<b>0,001</b>	<b>A&gt;B, A&gt;C</b>
	B- 1-3 yıl	108	3,37	0,60			
	C- 3 yıldan fazla	107	3,40	0,52			
İş ile İlgili Pozitif Algı (İşe İlişkin Pozitif Algılar)	A- 1 yıldan az	84	33,11	8,62	11,754	<b>0,003</b>	<b>A&gt;B, A&gt;C</b>
	B- 1-3 yıl	108	28,63	8,78			
	C- 3 yıldan fazla	107	29,87	8,55			
İş ile İlgili Negatif Algı (İşe İlişkin Negatif Algılar)	A- 1 yıldan az	84	24,52	9,88	7,349	<b>0,025</b>	<b>B&gt;A, C&gt;A</b>
	B- 1-3 yıl	108	28,19	9,71			
	C- 3 yıldan fazla	107	27,50	9,16			
İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı	A- 1 yıldan az	84	68,58	17,83	10,676	<b>0,005</b>	<b>A&gt;B, A&gt;C</b>
	B- 1-3 yıl	108	60,44	17,13			
	C- 3 yıldan fazla	107	62,36	16,29			

Y kuşağında Öznel İyilik Algısının kurumdaki hizmet süresine göre karşılaştırılmasına ait Kruskal Wallis H testi sonuçlarına göre Y kuşağında öznel iyilik algısı puan ortalamalarının kurumdaki hizmet süresine göre anlamlı farklılık gösterdiği bulgusu elde edilmiştir ( $X^2=14,134$ ;  $p<0,05$ ). Farkın kaynağına ilişkin yapılan Mann Whitney U ikili karşılaştırma testi sonuçlarına göre Y kuşağındaki 1 yıldan az hizmet süresine sahip katılımcıların öznel iyilik algısı 1-3 yıl ve 3 yıldan fazla kurumdaki hizmet süresine sahip katılımcıların öznel iyilik algısından anlamlı düzeyde daha yüksektir.

Y kuşağında iş ile ilgili pozitif algının kurumdaki hizmet süresine göre karşılaştırılmasına ait Kruskal Wallis H testi sonuçlarına göre Y kuşağında iş ile ilgili pozitif algı puan ortalamalarının kurumdaki hizmet süresine göre anlamlı farklılık gösterdiği bulgusu elde edilmiştir ( $X^2=11,754$ ;  $p<0,05$ ). Farkın kaynağına ilişkin yapılan Mann Whitney U ikili karşılaştırma testi sonuçlarına göre Y kuşağındaki 1 yıldan az kurumdaki hizmet süresine sahip katılımcıların iş ile ilgili pozitif algısı kurumdaki hizmet süresi 1-3 yıl ve 3 yıldan fazla olan katılımcıların iş ile ilgili pozitif algısından anlamlı düzeyde daha yüksektir.

Y kuşağında iş ile ilgili negatif algının kurumdaki hizmet süresine göre karşılaştırılmasına ait Kruskal Wallis H testi sonuçlarına göre Y kuşağında iş ile ilgili negatif algı puan ortalamalarının kurumdaki hizmet süresine göre anlamlı farklılık gösterdiği bulgusu elde edilmiştir ( $X^2=7,349$ ;  $p<0,05$ ). Farkın kaynağına ilişkin yapılan Mann Whitney U ikili karşılaştırma testi sonuçlarına göre X kuşağındaki 3

yıldan fazla kurumdaki hizmet süresine katılımcıların iş ile ilgili negatif algısı 1 yıldan az ve 1-3 yıl kurumdaki hizmet süresine sahip katılımcıların iş ile ilgili negatif algısından anlamlı düzeyde daha yüksektir.

Y kuşağında İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısının kurumdaki hizmet süresine göre karşılaştırılmasına ait Kruskal Wallis H testi sonuçlarına göre Y kuşağında İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı puan ortalamalarının kurumdaki hizmet süresine göre anlamlı farklılık gösterdiği bulgusu elde edilmiştir ( $X^2=10,676$ ;  $p<0,05$ ). Farkın kaynağına ilişkin yapılan Mann Whitney U ikili karşılaştırma testi sonuçlarına göre X kuşağındaki 1 yıldan az ve 1-3 yıl kurumdaki hizmet süresine sahip katılımcıların işe ilişkin duyuşsal iyilik algısı 3 yıldan fazla kurumdaki hizmet süresine sahip katılımcıların işe ilişkin duyuşsal iyilik algısından anlamlı düzeyde daha olumludur.

**H15a Ret:** X kuşağında öznel iyilik algısı kurumdaki hizmet süresine göre farklı değildir.

**H15b Ret:** X kuşağında iş ile ilgili pozitif algı kurumdaki hizmet süresine göre farklı değildir.

**H15c Ret:** X kuşağında iş ile ilgili negatif algı kurumdaki hizmet süresine göre farklı değildir.

**H15d Ret:** X kuşağında İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı kurumdaki hizmet süresine göre farklı değildir.

**H16a Kabul:** Y kuşağında öznel iyilik algısı kurumdaki hizmet süresine göre farklıdır.

**H16b Kabul:** Y kuşağında iş ile ilgili pozitif algı kurumdaki hizmet süresine göre farklıdır.

**H16c Kabul:** Y kuşağında iş ile ilgili negatif algı kurumdaki hizmet süresine göre farklıdır.

**H16d Kabul:** Y kuşağında İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı kurumdaki hizmet süresine göre farklıdır.

H17a: X kuşağında öznel iyilik algısı toplam hizmet süresine göre farklıdır.

H17b: X kuşağında iş ile ilgili pozitif algı toplam hizmet süresine göre farklıdır.

H17c: X kuşağında iş ile ilgili negatif algı toplam hizmet süresine göre farklıdır.

H17d: X kuşağında İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı toplam hizmet süresine göre farklıdır.

H18a: Y kuşağında öznel iyilik algısı toplam hizmet süresine göre farklıdır.

H18b: Y kuşağında iş ile ilgili pozitif algı toplam hizmet süresine göre farklıdır.

H18c: Y kuşağında iş ile ilgili negatif algı toplam hizmet süresine göre farklıdır.

H18d: Y kuşağında İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı toplam hizmet süresine göre farklıdır.

**Tablo 29- Ölçekler ve Alt Boyutlarının Toplam Hizmet Süresine Göre Karşılaştırılması (X Kuşağı)**

Ölçek ve Alt boyutlar	Toplam Hizmet Süresi	n	$\bar{\chi}$	SS	X <sup>2</sup>	p	Fark
<b>X Kuşağı</b>							
Öznel İyilik Algısı	C- 3-5 yıl	21	3,64	0,58	3,317	0,190	
	D- 6-10 yıl	32	3,38	0,60			
	E- 10 yıldan fazla	274	3,35	0,59			
İş ile İlgili Pozitif Algı (İşe İlişkin Pozitif Algılar)	C- 3-5 yıl	21	35,14	7,63	9,865	<b>0,007</b>	<b>C&gt;D, C&gt;E</b>
	D- 6-10 yıl	32	28,44	9,41			
	E- 10 yıldan fazla	274	28,64	8,92			
İş ile İlgili Negatif Algı (İşe İlişkin Negatif Algılar)	C- 3-5 yıl	21	23,38	9,99	3,682	0,159	
	D- 6-10 yıl	32	27,66	10,18			
	E- 10 yıldan fazla	274	27,85	10,14			
İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı	C- 3-5 yıl	21	71,76	16,66	6,918	<b>0,031</b>	<b>C&gt;D, C&gt;E</b>
	D- 6-10 yıl	32	60,78	18,65			
	E- 10 yıldan fazla	274	60,79	18,23			

X kuşağında Öznel İyilik Algısının toplam hizmet süresine göre karşılaştırılmasına ait Kruskal Wallis H testi sonuçlarına göre X kuşağında öznel iyilik algısı puan ortalamalarının toplam hizmet süresine göre anlamlı farklılık göstermediği bulgusu elde edilmiştir ( $X^2=3,317$ ;  $p>0,05$ ).

X kuşağında iş ile ilgili pozitif algının toplam hizmet süresine göre karşılaştırılmasına ait Kruskal Wallis H testi sonuçlarına göre X kuşağında iş ile ilgili pozitif algı puan ortalamalarının toplam hizmet süresine göre anlamlı farklılık



gösterdiği bulgusu elde edilmiştir ( $X^2=9,865$ ;  $p<0,05$ ). Farkın kaynağına ilişkin yapılan Mann Whitney U ikili karşılaştırma testi sonuçlarına göre X kuşağındaki 3-5 yıl toplam hizmet süresine sahip katılımcıların iş ile ilgili pozitif algısı toplam hizmet süresi 6-10 yıl ve 10 yıldan fazla toplam hizmet süresine sahip katılımcıların iş ile ilgili pozitif algısından anlamlı düzeyde daha yüksektir.

X kuşağında iş ile ilgili negatif algının toplam hizmet süresine göre karşılaştırılmasına ait Kruskal Wallis H testi sonuçlarına göre X kuşağında iş ile ilgili negatif algı puan ortalamalarının toplam hizmet süresine göre anlamlı farklılık göstermediği bulgusu elde edilmiştir ( $X^2=3,682$ ;  $p>0,05$ ).

X kuşağında İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısının toplam hizmet süresine göre karşılaştırılmasına ait Kruskal Wallis H testi sonuçlarına göre X kuşağında İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı puan ortalamalarının toplam hizmet süresine göre anlamlı farklılık gösterdiği bulgusu elde edilmiştir ( $X^2=6,918$ ;  $p<0,05$ ). Farkın kaynağına ilişkin yapılan Mann Whitney U ikili karşılaştırma testi sonuçlarına göre X kuşağındaki 3-5 yıl toplam hizmet süresine sahip katılımcıların işe ilişkin duyuşsal iyilik algısı toplam hizmet süresi 6-10 yıl ve 10 yıldan fazla toplam hizmet süresine sahip katılımcıların işe ilişkin duyuşsal iyilik algısından anlamlı düzeyde daha olumludur.

**Tablo 30- Ölçekler ve Alt Boyutlarının Toplam Hizmet Süresine Göre Karşılaştırılması (Y Kuşağı)**

Ölçek ve Alt boyutlar	Toplam Hizmet Süresi	n	$\bar{\chi}$	SS	$X^2$	p	Fark
<b>Y Kuşağı</b>							
Öznel İyilik Algısı	A-1 yıldan az	24	3,68	0,62	9,275	0,055	
	B- 1-2 yıl	39	3,41	0,65			
	C- 3-5 yıl	93	3,40	0,56			
	D- 6-10 yıl	102	3,41	0,59			
	E- 10 yıldan fazla	41	3,65	0,59			
İş ile İlgili Pozitif Algı (İşe İlişkin Pozitif Algılar)	A-1 yıldan az	24	31,63	9,07	12,665	<b>0,013</b>	<b>E&gt;B, E&gt;C, E&gt;D</b>
	B- 1-2 yıl	39	28,15	8,19			
	C- 3-5 yıl	93	30,62	8,74			
	D- 6-10 yıl	102	29,04	9,07			
	E- 10 yıldan fazla	41	34,20	7,63			
İş ile İlgili Negatif Algı (İşe İlişkin Negatif Algılar)	A-1 yıldan az	24	28,63	11,48	5,521	0,238	
	B- 1-2 yıl	39	27,15	8,95			
	C- 3-5 yıl	93	27,60	10,06			
	D- 6-10 yıl	102	27,10	9,33			
	E- 10 yıldan fazla	41	23,66	8,74			
İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı	A-1 yıldan az	24	63,00	19,60	8,477	0,076	
	B- 1-2 yıl	39	61,00	15,45			
	C- 3-5 yıl	93	63,02	17,62			
	D- 6-10 yıl	102	61,94	17,43			
	E- 10 yıldan fazla	41	70,54	15,43			

Y kuşağında Özel İyilik Algısının toplam hizmet süresine göre karşılaştırılmasına ait Kruskal Wallis H testi sonuçlarına göre Y kuşağında özel iyilik algısı puan ortalamalarının toplam hizmet süresine göre anlamlı farklılık göstermediği bulgusu elde edilmiştir ( $X^2=9,275$ ;  $p>0,05$ ).

Y kuşağında iş ile ilgili pozitif algının toplam hizmet süresine göre karşılaştırılmasına ait Kruskal Wallis H testi sonuçlarına göre Y kuşağında iş ile ilgili pozitif algı puan ortalamalarının toplam hizmet süresine göre anlamlı farklılık gösterdiği bulgusu elde edilmiştir ( $X^2=12,665$ ;  $p<0,05$ ). Farkın kaynağına ilişkin yapılan Mann Whitney U ikili karşılaştırma testi sonuçlarına göre Y kuşağındaki 10 yıldan fazla toplam hizmet süresine sahip katılımcıların iş ile ilgili pozitif algısı toplam hizmet süresi 1-2 yıl, 3-5 yıl ve 6-10 yıl olan katılımcıların iş ile ilgili pozitif algısından anlamlı düzeyde daha yüksektir.

Y kuşağında iş ile ilgili negatif algının toplam hizmet süresine göre karşılaştırılmasına ait Kruskal Wallis H testi sonuçlarına göre Y kuşağında iş ile ilgili negatif algı puan ortalamalarının toplam hizmet süresine göre anlamlı farklılık göstermediği bulgusu elde edilmiştir ( $X^2=5,521$ ;  $p>0,05$ ).

Y kuşağında İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısının toplam hizmet süresine göre karşılaştırılmasına ait Kruskal Wallis H testi sonuçlarına göre Y kuşağında İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı puan ortalamalarının toplam hizmet süresine göre anlamlı farklılık göstermediği bulgusu elde edilmiştir ( $X^2=8,477$ ;  $p>0,05$ ).

**H17a Ret:** X kuşağında özel iyilik algısı toplam hizmet süresine göre farklı değildir.

**H17b Kabul:** X kuşağında iş ile ilgili pozitif algı toplam hizmet süresine göre farklıdır.

**H17c Ret:** X kuşağında iş ile ilgili negatif algı toplam hizmet süresine göre farklı değildir.

**H17d Kabul:** X kuşağında İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı toplam hizmet süresine göre farklıdır.

**H18a Ret:** Y kuşağında özel iyilik algısı toplam hizmet süresine göre farklı değildir.

**H18b Kabul:** Y kuşağında iş ile ilgili pozitif algı toplam hizmet süresine göre farklıdır.

**H18c Ret:** Y kuşağında iş ile ilgili negatif algı toplam hizmet süresine göre farklı değildir.

**H18d Ret:** Y kuşağında İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı toplam hizmet süresine göre farklı değildir.

H19a: X kuşağında öznel iyilik algısı ile çalışma gününü mutlu geçirme arasında pozitif ilişki vardır.

H19b: X kuşağında iş ile ilgili pozitif algı ile çalışma gününü mutlu geçirme arasında pozitif ilişki vardır.

H19c: X kuşağında iş ile ilgili negatif algı ile çalışma gününü mutlu geçirme arasında negatif ilişki vardır.

H19d: X kuşağında işe ilişkin duyuşsal iyilik algısı ile çalışma gününü mutlu geçirme arasında pozitif ilişki vardır.

H20a: Y kuşağında öznel iyilik algısı ile çalışma gününü mutlu geçirme arasında pozitif ilişki vardır.

H20b: Y kuşağında iş ile ilgili pozitif algı ile çalışma gününü mutlu geçirme arasında pozitif ilişki vardır.

H20c: Y kuşağında iş ile ilgili negatif algı ile çalışma gününü mutlu geçirme arasında negatif ilişki vardır.

H20d: Y kuşağında işe ilişkin duyuşsal iyilik algısı ile çalışma gününü mutlu geçirme arasında pozitif ilişki vardır.

**Tablo 31- Çalışma Gününü Mutlu Geçirme Durumu<sup>1</sup> ile Öznel İyilik Algısı ve İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı Ölçekleri İlişkisi**

Ölçekler	Çalışma Gününü Mutlu Geçirme		
		X Kuşağı	Y Kuşağı
Öznel İyi Oluş Algısı	<b>r</b>	0,53**	0,46**
	<b>p</b>	<b>0,04</b>	<b>0,04</b>
	<b>n</b>	327	299
İş ile İlgili Pozitif Algı (İşe İlişkin Pozitif Algılar)	<b>r</b>	0,67**	0,61**
	<b>p</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>
	<b>n</b>	327	299
İş ile İlgili Negatif Algı (İşe İlişkin Negatif Algılar)	<b>r</b>	-0,69**	-0,61**
	<b>p</b>	0,00	0,00
	<b>n</b>	327	299
İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı	<b>r</b>	0,71**	0,65**
	<b>p</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>
	<b>n</b>	327	299

<sup>1</sup>Düşük puan olumsuz, yüksek puan olumlu \*\*p<0,01 \*p<0,05

X kuşağı katılımcıların çalışma günlerini geçirme durumları ile Öznel İyilik Algısı arasında orta düzeyde ( $0,30 < |r=0,53| < 0,70$ ), pozitif ( $r > 0$ ) ve anlamlı ( $p < 0,01$ ) bir ilişki olduğu görülmektedir.

X kuşağı katılımcıların çalışma günlerini geçirme durumları ile İşe İlişkin Pozitif Algı arasında orta düzeyde ( $0,30 < |r=0,67| < 0,70$ ), pozitif ( $r > 0$ ) ve anlamlı ( $p < 0,01$ ) bir ilişki olduğu görülmektedir.

X kuşağı katılımcıların çalışma günlerini geçirme durumları ile İşe İlişkin Negatif Algı arasında orta düzeyde ( $0,30 < |r=0,69| < 0,70$ ), negatif ( $r < 0$ ) ve anlamlı ( $p < 0,01$ ) bir ilişki olduğu görülmektedir.

X kuşağı katılımcıların çalışma günlerini geçirme durumları ile İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı arasında yüksek düzeyde ( $0,70 < |r=0,71| < 1,00$ ), pozitif ( $r > 0$ ) ve anlamlı ( $p < 0,01$ ) bir ilişki olduğu görülmektedir.

Y kuşağı katılımcıların çalışma günlerini geçirme durumları ile Öznel İyilik Algısı arasında orta düzeyde ( $0,30 < |r=0,46| < 0,70$ ), pozitif ( $r > 0$ ) ve anlamlı ( $p < 0,01$ ) bir ilişki olduğu görülmektedir.

Y kuşağı katılımcıların çalışma günlerini geçirme durumları ile İşe İlişkin Pozitif Algı arasında orta düzeyde ( $0,30 < |r=0,61| < 0,70$ ), pozitif ( $r > 0$ ) ve anlamlı ( $p < 0,01$ ) bir ilişki olduğu görülmektedir.

Y kuşağı katılımcıların çalışma günlerini geçirme durumları ile İşe İlişkin Negatif Algı arasında orta düzeyde ( $0,30 < |r=0,61| < 0,70$ ), negatif ( $r < 0$ ) ve anlamlı ( $p < 0,01$ ) bir ilişki olduğu görülmektedir.

Y kuşağı katılımcıların çalışma günlerini geçirme durumları ile İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı arasında orta düzeyde ( $0,30 < |r=0,65| < 0,70$ ), pozitif ( $r > 0$ ) ve anlamlı ( $p < 0,01$ ) bir ilişki olduğu görülmektedir.

**H19a Kabul:** X kuşağında öznel iyilik algısı ile çalışma gününü mutlu geçirme arasında pozitif ilişki vardır.

**H19b Kabul:** X kuşağında iş ile ilgili pozitif algı ile çalışma gününü mutlu geçirme arasında pozitif ilişki vardır.

**H19c Kabul:** X kuşağında iş ile ilgili negatif algı ile çalışma gününü mutlu geçirme arasında negatif ilişki vardır.

**H19d Kabul:** X kuşağında işe ilişkin duyuşsal iyilik algısı ile çalışma gününü mutlu geçirme arasında pozitif ilişki vardır.

**H20a Kabul:** Y kuşağında öznel iyilik algısı ile çalışma gününü mutlu geçirme arasında pozitif ilişki vardır.

**H20b Kabul:** Y kuşağında iş ile ilgili pozitif algı ile çalışma gününü mutlu geçirme arasında pozitif ilişki vardır.

**H20c Kabul:** Y kuşağında iş ile ilgili negatif algı ile çalışma gününü mutlu geçirme arasında negatif ilişki vardır.

**H20d Kabul:** Y kuşağında işe ilişkin duyuşsal iyilik algısı ile çalışma gününü mutlu geçirme arasında pozitif ilişki vardır.

Katılımcıların çalışma günlerini geçirme durumları ile yordayıcı değişkenler arasında anlamlı korelasyon ilişkisi regresyon analizi yapılabilmesine yönelik uygunluğu açıklamaya yardımcı olmaktadır.

H21a: X kuşağında öznel iyilik algısı çalışma gününün mutlu geçmesini olumlu yönde etkilemektedir.

H21b: X kuşağında iş ile ilgili pozitif algı çalışma gününün mutlu geçmesini olumlu yönde etkilemektedir.

H21c: X kuşağında iş ile ilgili negatif algı ile çalışma gününün mutlu geçmesini olumlu yönde etkilemektedir.

H21d: X kuşağında işe ilişkin duyuşsal iyilik algısı çalışma gününün mutlu geemesini olumlu yönde etkilemektedir.

H22a: Y kuşağında öznel iyilik algısı çalışma gününün mutlu geemesini olumlu yönde etkilemektedir.

H22b: Y kuşağında iş ile ilgili pozitif algı çalışma gününün mutlu geemesini olumlu yönde etkilemektedir.

H22c: Y kuşağında iş ile ilgili negatif algı ile çalışma gününün mutlu geemesini olumlu yönde etkilemektedir.

H22d: Y kuşağında işe ilişkin duyuşsal iyilik algısı çalışma gününün mutlu geemesini olumlu yönde etkilemektedir.

**Tablo 32- Öznel İyilik Algısı ile Çalışma Gününü Geçirme Durumu Regresyon Analizi**

	<b>Bağımsız değişkenler</b>	<b>B</b>	<b>SH<sub>B</sub></b>	<b>β</b>	<b>t</b>	<b>p</b>
X Kuşağı	Sabit	0,587	0,357		-1,644	0,101
	Öznel İyi Oluş Algısı	1,187	0,104	0,534	11,372	<b>0,000</b>
	R=0,534	R <sup>2</sup> =0,285, F=129,321			p<0,01	
Y Kuşağı	Sabit	0,329	0,368		0,893	0,373
	Öznel İyi Oluş Algısı	0,921	0,105	0,455	8,794	<b>0,000</b>
	R=0,455	R <sup>2</sup> =0,207, F=77,339			p<0,01	

X kuşağı katılımcıların öznel iyilik algılarının, çalışma gününü geçirme durumlarının anlamlı bir yordayıcısı olduğu görölmektedir (R=0,53, R<sup>2</sup> = 0,29, F= 129,32, p<0,01). X kuşağı katılımcıların çalışma günlerini geçirme durumlarının %29'u öznel iyilik durumları ile açıklanmaktadır.

X Kuşağı Çalışma Gününü Mutlu Geçirme = - 0,59 + 0,53\*Öznel İyilik Algısı

Y kuşağı katılımcıların öznel iyilik algılarının, çalışma gününü geçirme durumlarının anlamlı bir yordayıcısı olduğu görölmektedir (R=0,46, R<sup>2</sup> = 0,21, F= 77,34, p<0,01). Y kuşağı katılımcıların çalışma günlerini geçirme durumlarının %21'i öznel iyilik durumları ile açıklanmaktadır.

Y Kuşağı Çalışma Gününü Mutlu Geçirme = 0,33 + 0,46\*Öznel İyilik Algısı

**Tablo 33- İş ile İlgili Pozitif Duygular ile Çalışma Gününü Geçirme Durumu Regresyon**

	<b>Bağımsız değişkenler</b>	<b>B</b>	<b>SH<sub>B</sub></b>	<b>β</b>	<b>t</b>	<b>p</b>
X Kuşağı	Sabit	0,581	0,185		3,142	0,002
	İşe İlişkin Pozitif Algılar	0,098	0,006	0,665	16,043	<b>0,000</b>
	R=0,665	R <sup>2</sup> =0,442, F=257,379			p<0,01	
Y Kuşağı	Sabit	1,010	0,200		5,062	0,000
	İşe İlişkin Pozitif Algılar	0,083	0,006	0,605	13,088	<b>0,000</b>
	R=0,605	R <sup>2</sup> =0,366, F=171,301			p<0,01	

X kuşağı katılımcıların iş ile ilgili pozitif algılarının, çalışma gününü geçirme durumlarının anlamlı bir yordayıcısı olduğu görülmektedir (R=0,67, R<sup>2</sup> = 0,44, F= 257,38, p<0,01). X kuşağı katılımcıların çalışma günlerini geçirme durumlarının %44'ü iş ile ilgili pozitif algı ile açıklanmaktadır.

X Kuşağı Çalışma Gününü Mutlu Geçirme = 0,58 + 0,67\*İşe İlişkin Pozitif Algılar

Y kuşağı katılımcıların iş ile ilgili pozitif algılarının, çalışma gününü geçirme durumlarının anlamlı bir yordayıcısı olduğu görülmektedir (R=0,61, R<sup>2</sup> = 0,37, F= 171,30, p<0,01). Y kuşağı katılımcıların çalışma günlerini geçirme durumlarının %37'si iş ile ilgili pozitif algıları ile açıklanmaktadır.

Y Kuşağı Çalışma Gününü Mutlu Geçirme = 1,010 + 0,61\* İşe İlişkin Pozitif Algılar

**Tablo 34- İş ile İlgili Negatif Duygular ile Çalışma Gününü Geçirme Durumu Regresyon Analizi**

	<b>Bağımsız değişkenler</b>	<b>B</b>	<b>SH<sub>B</sub></b>	<b>β</b>	<b>t</b>	<b>p</b>
X Kuşağı	Sabit	5,874	0,154		38,179	0,000
	İşe İlişkin Negatif Algular	-	0,005	0,687	-17,047	<b>0,000</b>
	R=0,687	R <sup>2</sup> =0,472, F=290,612			p<0,01	
Y Kuşağı	Sabit	5,562	0,164		33,856	0,000
	İşe İlişkin Negatif Algular	-	0,006	0,608	-13,212	<b>0,000</b>
	R=0,608	R <sup>2</sup> =0,370, F=174,562			p<0,01	

X kuşağı katılımcıların iş ile ilgili negatif algılarının, çalışma gününü geçirme durumlarının anlamlı bir yordayıcısı olduğu görülmektedir (R=0,69, R<sup>2</sup> = 0,47, F= 290,61, p<0,01). X kuşağı katılımcıların çalışma günlerini geçirme durumlarının %47'si iş ile ilgili negatif algı ile açıklanmaktadır.

X Kuşağı Çalışma Gününü Mutlu Geçirme = 5,87 - 0,69\* İşe İlişkin Negatif Algular

Y kuşağı katılımcıların iş ile ilgili negatif algılarının, çalışma gününü geçirme durumlarının anlamlı bir yordayıcısı olduğu görülmektedir (R=0,61, R<sup>2</sup> = 0,37, F= 174,56, p<0,01). Y kuşağı katılımcıların çalışma günlerini geçirme durumlarının %37'si iş ile ilgili negatif algıları ile açıklanmaktadır.

Y Kuşağı Çalışma Gününü Mutlu Geçirme = 5,562 - 0,61\* İşe İlişkin Negatif Algular

**Tablo 35- İş ile İlgili Duygular (İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı) ile Çalışma Gününü Geçirme Durumu Regresyon Analizi**

	<b>Bağımsız değişkenler</b>	<b>B</b>	<b>SH<sub>B</sub></b>	<b>β</b>	<b>t</b>	<b>p</b>
X Kuşağı	Sabit	0,272	0,181		1,499	0,135
	İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı	0,051	0,003	0,708	18,077	<b>0,000</b>
	R=0,708	R <sup>2</sup> =0,501, F=326,795			p<0,01	
Y Kuşağı	Sabit	0,659	0,202		3,257	0,001
	İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı	0,045	0,003	0,647	14,642	<b>0,000</b>
	R=0,647	R <sup>2</sup> =0,419, F=214,400			p<0,01	



X kuşağı katılımcıların İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısının, çalışma gününü geçirme durumlarının anlamlı bir yordayıcısı olduğu görülmektedir ( $R=0,71$ ,  $R^2 = 0,50$ ,  $F= 326,80$ ,  $p<0,01$ ). X kuşağı katılımcıların çalışma günlerini geçirme durumlarının %50'si iş ile ilgili algı ile açıklanmaktadır.

X Kuşağı Çalışma Gününü Mutlu Geçirme =  $0,27 + 0,71 * \text{İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı}$

Y kuşağı katılımcıların iş ile ilgili algılarının, çalışma gününü geçirme durumlarının anlamlı bir yordayıcısı olduğu görülmektedir ( $R=0,65$ ,  $R^2 = 0,42$ ,  $F= 214,00$ ,  $p<0,01$ ). Y kuşağı katılımcıların çalışma günlerini geçirme durumlarının %42'si iş ile ilgili algıları ile açıklanmaktadır.

Y Kuşağı Çalışma Gününü Mutlu Geçirme =  $0,66 + 0,65 * \text{İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı}$

**H21a Kabul:** X kuşağında öznel iyilik algısı çalışma gününün mutlu geçmesini olumlu yönde etkilemektedir.

**H21b Kabul:** X kuşağında iş ile ilgili pozitif algı çalışma gününün mutlu geçmesini olumlu yönde etkilemektedir.

**H21c Kabul:** X kuşağında iş ile ilgili negatif algı ile çalışma gününün mutlu geçmesini olumsuz yönde etkilemektedir.

**H21d Kabul:** X kuşağında işe ilişkin duyuşsal iyilik algısı çalışma gününün mutlu geçmesini olumlu yönde etkilemektedir.

**H22a Kabul:** Y kuşağında öznel iyilik algısı çalışma gününün mutlu geçmesini olumlu yönde etkilemektedir.

**H22b Kabul:** Y kuşağında iş ile ilgili pozitif algı çalışma gününün mutlu geçmesini olumlu yönde etkilemektedir.

**H22c Kabul:** Y kuşağında iş ile ilgili negatif algı ile çalışma gününün mutlu geçmesini olumsuz yönde etkilemektedir.

**H22d Kabul:** Y kuşağında işe ilişkin duyuşsal iyilik algısı çalışma gününün mutlu geçmesini olumlu yönde etkilemektedir.

H23a: X kuşağında İşe İlişkin Pozitif Algı öznel iyilik algısı Öznel İyilik Algısı arasında pozitif ilişki vardır.

H23b: X kuşağında İşe İlişkin Negatif Algı öznel iyilik algısı Öznel İyilik Algısı arasında pozitif ilişki vardır.

H23c: X kuşağında İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı öznel iyilik algısı Öznel İyilik Algısı arasında pozitif ilişki vardır.

H24a: Y kuşağında İşe İlişkin Pozitif Algı öznel iyilik algısı Öznel İyilik Algısı arasında pozitif ilişki vardır.

H24b: Y kuşağında İşe İlişkin Negatif Algı öznel iyilik algısı Öznel İyilik Algısı arasında pozitif ilişki vardır.

H24c: Y kuşağında İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı öznel iyilik algısı Öznel İyilik Algısı arasında pozitif ilişki vardır.

Tablo 36- İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı ile Öznel İyilik Algısı İlişkisi

Ölçekler	Öznel İyilik Algısı	
	X Kuşağı	Y Kuşağı
Öznel İyi Oluş Algısı	r	-
	p	-
	n	-
İş ile İlgili Pozitif Algı (İşe İlişkin Pozitif Algılar)	r	0,699**
	p	<b>0,000</b>
	n	327
İş ile İlgili Negatif Algı (İşe İlişkin Negatif Algılar)	r	-0,676**
	p	<b>0,000</b>
	n	327
İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı	r	0,719**
	p	<b>0,000</b>
	n	327

\*\*p<0,01

\*p<0,05

X kuşağı katılımcıların İş ile İlgili Pozitif Algıları (İşe İlişkin Pozitif Algılar) öznel iyilik durumları Öznel İyilik Algısı arasında orta düzeyde ( $0,30 < |r| = 0,699 < 0,70$ ), pozitif ( $r > 0$ ) ve anlamlı ( $p < 0,01$ ) bir ilişki olduğu görülmektedir.

X kuşağı katılımcıların İş ile İlgili Negatif Algıları (İşe İlişkin Negatif Algılar) öznel iyilik durumları Öznel İyilik Algısı arasında orta düzeyde ( $0,30 < |r| = 0,68 < 0,70$ ), negatif ( $r < 0$ ) ve anlamlı ( $p < 0,01$ ) bir ilişki olduğu görülmektedir.

X kuşağı katılımcıların İş ile İlgili Genel Algıları (İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı ) öznel iyilik durumları Öznel İyilik Algısı arasında yüksek düzeyde ( $0,70 < |r=0,72| < 1,00$ ), pozitif ( $r > 0$ ) ve anlamlı ( $p < 0,01$ ) bir ilişki olduğu görülmektedir.

Y kuşağı katılımcıların İş ile İlgili Pozitif Algıları (İşe İlişkin Pozitif Algılar) öznel iyilik durumları Öznel İyilik Algısı arasında orta düzeyde ( $0,30 < |r=0,63| < 0,70$ ), pozitif ( $r > 0$ ) ve anlamlı ( $p < 0,01$ ) bir ilişki olduğu görülmektedir.

Y kuşağı katılımcıların İş ile İlgili Negatif Algıları (İşe İlişkin Negatif Algılar) öznel iyilik durumları Öznel İyilik Algısı arasında orta düzeyde ( $0,30 < |r=0,62| < 0,70$ ), negatif ( $r < 0$ ) ve anlamlı ( $p < 0,01$ ) bir ilişki olduğu görülmektedir.

Y kuşağı katılımcıların İş ile İlgili Genel Algıları (İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı ) öznel iyilik durumları Öznel İyilik Algısı arasında orta düzeyde ( $0,30 < |r=0,67| < 0,70$ ), pozitif ( $r > 0$ ) ve anlamlı ( $p < 0,01$ ) bir ilişki olduğu görülmektedir.

**H23a Kabul:** X kuşağında İşe İlişkin Pozitif Algı öznel iyilik algısı Öznel İyilik Algısı arasında pozitif ilişki vardır.

**H23b Kabul:** X kuşağında İşe İlişkin Negatif Algı öznel iyilik algısı Öznel İyilik Algısı arasında pozitif ilişki vardır.

**H23c Kabul:** X kuşağında İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı öznel iyilik algısı Öznel İyilik Algısı arasında pozitif ilişki vardır.

**H24a Kabul:** Y kuşağında İşe İlişkin Pozitif Algı öznel iyilik algısı Öznel İyilik Algısı arasında pozitif ilişki vardır.

**H24b Kabul:** Y kuşağında İşe İlişkin Negatif Algı öznel iyilik algısı Öznel İyilik Algısı arasında pozitif ilişki vardır.

**H24c Kabul:** Y kuşağında İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı öznel iyilik algısı Öznel İyilik Algısı arasında pozitif ilişki vardır.

Katılımcıların Öznel İyilik Algısı Öznel İyilik Algısı ile yordayıcı değişkenler arasında anlamlı korelasyon ilişkisi regresyon analizi yapılabilmesine yönelik uygunluğu açıklamaya yardımcı olmaktadır.

H25a: X kuşağında İşe İlişkin Pozitif Algı Öznel İyilik Algısını olumlu yönde etkilemektedir.

H25b: X kuşağında İşe İlişkin Negatif Algı Öznel İyilik Algısını olumsuz yönde etkilemektedir.

H25c: X kuşağında İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı öznel iyilik algısını olumlu Öznel İyilik Algısı yönde etkilemektedir.

H26a: Y kuşağında İşe İlişkin Pozitif Algı Öznel İyilik Algısını olumlu yönde etkilemektedir.

H26b: Y kuşağında İşe İlişkin Negatif Algı Öznel İyilik Algısını olumsuz yönde etkilemektedir.

H26c: Y kuşağında İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı öznel iyilik algısını olumlu Öznel İyilik Algısı yönde etkilemektedir.

**Tablo 37- İş ile İlgili Pozitif Duygular ile Öznel İyilik Algısı Öznel İyilik Algısı Regresyon Analizi**

	<b>Bağımsız değişkenler</b>	<b>B</b>	<b>SH<sub>B</sub></b>	<b>β</b>	<b>t</b>	<b>p</b>
X Kuşağı	Sabit	2,031	0,079		25,549	0,000
	İşe İlişkin Pozitif Algılar	0,046	0,003	0,699	17,633	<b>0,000</b>
	R=0,699	R <sup>2</sup> =0,489, F=310,928			p<0,01	
Y Kuşağı	Sabit	2,171	0,096		22,640	0,000
	İşe İlişkin Pozitif Algılar	0,043	0,003	0,631	14,026	<b>0,000</b>
	R=0,631	R <sup>2</sup> =0,398, F=196,719			p<0,01	

X kuşağı katılımcıların iş ile ilgili pozitif algılarının, Öznel İyilik Algısının anlamlı bir yordayıcısı olduğu görülmektedir (R=0,70, R<sup>2</sup> = 0,49, F= 310,93, p<0,01). X kuşağı katılımcıların Öznel İyilik Algısının %49'u iş ile ilgili pozitif algı ile açıklanmaktadır.

X Kuşağı Öznel İyilik Algısı Öznel İyilik Algısı = 2,031 + 0,70\*İşe İlişkin Pozitif Algılar

Y kuşağı katılımcıların iş ile ilgili pozitif algılarının, Öznel İyilik Algısının anlamlı bir yordayıcısı olduğu görülmektedir (R=0,63, R<sup>2</sup> = 0,40, F= 196,72, p<0,01). Y kuşağı katılımcıların Öznel İyilik Algısının %40'ı iş ile ilgili pozitif algı ile açıklanmaktadır.

Y Kuşağı Öznel İyilik Algısı Öznel İyilik Algısı = 2,171 + 0,63\*İşe İlişkin Pozitif Algılar

**Tablo 38- İş ile İlgili Negatif Duyular ile Öznel İyilik Algısı Öznel İyilik Algısı Regresyon Analizi**

	<b>Bağımsız değişkenler</b>	<b>B</b>	<b>SH<sub>B</sub></b>	<b>β</b>	<b>t</b>	<b>p</b>
X Kuşağı	Sabit	4,458	0,070		63,582	0,000
	İşe İlişkin Negatif Algılar	-		-		
		0,040	0,002	0,676	-16,544	<b>0,000</b>
	R=0,676	R <sup>2</sup> =0,457, F=273,716			p<0,01	
Y Kuşağı	Sabit	4,496	0,080		56,306	0,000
	İşe İlişkin Negatif Algılar	-		-		
		0,038	0,003	0,624	-13,745	<b>0,000</b>
	R=0,624	R <sup>2</sup> =0,389, F=188,915			p<0,01	

X kuşağı katılımcıların iş ile ilgili negatif algılarının, Öznel İyilik Algısının anlamlı bir yordayıcısı olduğu görülmektedir (R=0,68, R<sup>2</sup> = 0,46, F= 273,72, p<0,01). X kuşağı katılımcıların Öznel İyilik Algısının %46'sı iş ile ilgili negatif algı ile açıklanmaktadır.

X Kuşağı Öznel İyilik Algısı Öznel İyilik Algısı = 4,458 - 0,68\*İşe İlişkin Negatif Algılar

Y kuşağı katılımcıların iş ile ilgili negatif algılarının, Öznel İyilik Algısının anlamlı bir yordayıcısı olduğu görülmektedir (R=0,62, R<sup>2</sup> = 0,39, F= 188,92, p<0,01). Y kuşağı katılımcıların Öznel İyilik Algısının %39'u iş ile ilgili negatif algı ile açıklanmaktadır.

Y Kuşağı Öznel İyilik Algısı Öznel İyilik Algısı = 4,496 - 0,62\*İşe İlişkin Negatif Algılar

**Tablo 39-İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı ile Öznel İyilik Algısı Öznel İyilik Algısı Regresyon Analizi**

	<b>Bağımsız değişkenler</b>	<b>B</b>	<b>SH<sub>B</sub></b>	<b>β</b>	<b>t</b>	<b>p</b>
X Kuşağı	Sabit	1,936	0,080		21,144	0,000
	İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı	0,023	0,001	0,719	18,648	<b>0,000</b>
	R=0,719	R <sup>2</sup> =0,517, F=347,738			p<0,01	
Y Kuşağı	Sabit	2,005	0,097		20,589	0,000
	İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı	0,023	0,001	0,669	15,527	<b>0,000</b>
	R=0,669	R <sup>2</sup> =0,448, F=241,094			p<0,01	

X kuşağı katılımcıların işe ilişkin duyuşsal iyilik algısının, Öznel İyilik Algısının anlamlı bir yordayıcısı olduğu görülmektedir (R=0,72, R<sup>2</sup> = 0,52, F= 347,74, p<0,01). X kuşağı katılımcıların Öznel İyilik Algısının %52'si işe ilişkin duyuşsal iyilik algısı ile açıklanmaktadır.

X Kuşağı Öznel İyilik Algısı Öznel İyilik Algısı = 1,936 + 0,72\*Genel İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı

Y kuşağı katılımcıların işe ilişkin duyuşsal iyilik algısının, Öznel İyilik Algısının anlamlı bir yordayıcısı olduğu görülmektedir (R=0,67, R<sup>2</sup> = 0,45, F= 241,09, p<0,01). Y kuşağı katılımcıların Öznel İyilik Algısının %45'i işe ilişkin duyuşsal iyilik algısı ile açıklanmaktadır.

Y Kuşağı Öznel İyilik Algısı Öznel İyilik Algısı = 2,005 + 0,67\*Genel İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı

**H25a Kabul:** X kuşağında İşe İlişkin Pozitif Algı Öznel İyilik Algısını olumlu yönde etkilemektedir.

**H25b Kabul:** X kuşağında İşe İlişkin Negatif Algı Öznel İyilik Algısını olumsuz yönde etkilemektedir.

**H25c Kabul:** X kuşağında İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı öznel iyilik algısını olumlu Öznel İyilik Algısı yönde etkilemektedir.

**H26a Kabul:** Y kuşağında İşe İlişkin Pozitif Algı Öznel İyilik Algısını olumlu yönde etkilemektedir.

**H26b Kabul:** Y kuşağında İşe İlişkin Negatif Algı Öznel İyilik Algısını olumsuz yönde etkilemektedir.

**H26c Kabul:** Y kuşağında İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı öznel iyilik algısını olumlu Öznel İyilik Algısı yönde etkilemektedir.H27: İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısının Öznel İyilik Algısı üzerindeki etkisi kuşaklara göre farklıdır.

**Tablo 40- Öznel İyilik Algısı Puanlarının Kuşaklara Göre Betimsel İstatistikleri**

<b>Kuşaklar</b>	<b>n</b>	$\bar{\chi}$	$\Delta\bar{\chi}$
X Kuşağı	327	3,37	3,39
Y Kuşağı	299	3,46	3,44

Katılımcıların İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı puanlarına göre düzeltilmiş Öznel İyilik Algısı puanları incelendiğinde Y kuşağı Öznel İyilik Algısı puanlarının (3,46) X kuşağı Öznel İyilik Algısı puanlarından (3,37) daha yüksek olduğu; İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısına göre düzeltilmiş Öznel İyilik Algısı puanlarında değişim olduğu ve X kuşağı puanları artarken Y kuşağı puanlarının düştüğü ancak yine de Y kuşağı Öznel İyilik Algısı puanlarının ( $\Delta\bar{\chi}=3,44$ ) X kuşağı puanlarından ( $\Delta\bar{\chi}=3,39$ ) daha yüksek olduğu gözlenmiştir. X ve Y kuşakları arasında görülen puan farkının anlamlı olup olmadığına ilişkin yapılan ANCOVA sonuçları Tablo 25b'de yer almaktadır.

**Tablo 41- İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısına Göre Düzeltilmiş Öznel İyilik Algısı Puanlarının Kuşaklara Göre ANCOVA Sonuçları**

<b>Varyansın Kaynağı</b>	<b>Kareler</b>		<b>Kareler</b>		<b>p</b>
	<b>Toplamı</b>	<b>SS</b>	<b>Ortalaması</b>	<b>F</b>	
İşe İlişkin Duyuşsal İyilik	105,388	1	105,388	576,566	0,000
Nesil	0,054	1	0,054	0,298	0,585
Hata	113,693	622	0,183		
Toplam	221,697	625			

ANCOVA sonuçlarına göre, X ve Y kuşağı personelin İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısına göre düzeltilmiş Öznel İyilik Algısı ortalama puanları arasında anlamlı bir farklılık olmadığı bulgusu elde edilmiştir ( $F_{1; 622}=0,298$ ;  $p>0,05$ ). Diğer bir ifadeyle katılımcıların Öznel İyilik Algısı İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı ile ilgili değildir.

**H27 Ret:** İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısının Öznel İyilik Algısı üzerindeki etkisi kuşaklara göre farklı değildir.

H28: İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı kuşaklara göre farklıdır.

H29: Öznel İyilik Algısı kuşaklara göre farklıdır.

**Tablo 42- Ölçekler ve Alt Boyutlarının Medeni Duruma Göre Karşılaştırılması**

Ölçek ve Alt Boyut	Kuşaklar	n	$\bar{\chi}$	SS	U	p
Öznel İyilik Algısı	X Kuşağı	327	3,37	0,59	44650,5	0,061
	Y Kuşağı	299	3,46	0,59		
İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı	X Kuşağı	327	61,49	18,32	46062,5	0,211
	Y Kuşağı	299	63,42	17,30		

Öznel İyilik Algısının kuşaklara göre karşılaştırılmasına ait Mann Whitney U testi sonuçlarına göre öznel iyilik algısı puan ortalamalarının kuşaklara göre anlamlı farklılık göstermediği bulgusu elde edilmiştir (U=44650,5;  $p>0,05$ ). Öznel iyilik algısı kuşaklara göre anlamlı farklılık göstermemektedir.

İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısının kuşaklara göre karşılaştırılmasına ait Mann Whitney U testi sonuçlarına göre İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı puan ortalamalarının kuşaklara göre anlamlı farklılık göstermediği bulgusu elde edilmiştir (U=46062,5;  $p>0,05$ ). İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı kuşaklara göre anlamlı farklılık göstermemektedir.

**H28 Ret:** İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı kuşaklara göre farklı değildir.

**H29 Ret:** Öznel İyilik Algısı kuşaklara göre farklı değildir.

Çalışmada elde edilen bulgular ışığında araştırmanın hipotezlerinin genel durumu Tablo 43’de belirtilmiştir.



Tablo 43- Hipotezler ve Sonuçları

Hipotez	Sonuç
<b>H1a:</b> X kuşağında öznel iyilik algısı cinsiyete göre farklı değildir.	<b>Ret</b>
<b>H1b:</b> X kuşağında iş ile ilgili pozitif algı cinsiyete göre farklı değildir.	<b>Ret</b>
<b>H1c:</b> X kuşağında iş ile ilgili negatif algı cinsiyete göre farklı değildir.	<b>Ret</b>
<b>H1d:</b> X kuşağında İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı cinsiyete göre farklı değildir.	<b>Ret</b>
<b>H2a:</b> Y kuşağında öznel iyilik algısı cinsiyete göre farklıdır.	<b>Kabul</b>
<b>H2b:</b> Y kuşağında iş ile ilgili pozitif algı cinsiyete göre farklıdır.	<b>Kabul</b>
<b>H2c:</b> Y kuşağında iş ile ilgili negatif algı cinsiyete göre farklıdır.	<b>Kabul</b>
<b>H2d:</b> Y kuşağında İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı cinsiyete göre farklıdır.	<b>Kabul</b>
<b>H3a:</b> X kuşağında öznel iyilik algısı medeni duruma göre farklı değildir.	<b>Ret</b>
<b>H3b:</b> X kuşağında iş ile ilgili pozitif algı medeni duruma göre farklı değildir.	<b>Ret</b>
<b>H3c:</b> X kuşağında iş ile ilgili negatif algı medeni duruma göre farklı değildir.	<b>Ret</b>
<b>H3d:</b> X kuşağında İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı medeni duruma göre farklı değildir.	<b>Ret</b>
<b>H4a:</b> Y kuşağında öznel iyilik algısı medeni duruma göre farklı değildir.	<b>Ret</b>
<b>H4b:</b> Y kuşağında iş ile ilgili pozitif algı medeni duruma göre farklı değildir.	<b>Ret</b>
<b>H4c:</b> Y kuşağında iş ile ilgili negatif algı medeni duruma göre farklı değildir.	<b>Ret</b>
<b>H4d:</b> Y kuşağında İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı medeni duruma göre farklı değildir.	<b>Ret</b>
<b>H5a:</b> X kuşağında öznel iyilik algısı çocuk sayısına göre farklı değildir.	<b>Ret</b>
<b>H5b:</b> X kuşağında iş ile ilgili pozitif algı çocuk sayısına göre farklı değildir.	<b>Ret</b>
<b>H5c:</b> X kuşağında iş ile ilgili negatif algı çocuk sayısına göre farklı değildir.	<b>Ret</b>
<b>H5d:</b> X kuşağında İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı çocuk sayısına göre farklı değildir.	<b>Ret</b>
<b>H6a:</b> Y kuşağında öznel iyilik algısı çocuk sayısına göre farklı değildir.	<b>Ret</b>
<b>H6b:</b> Y kuşağında iş ile ilgili pozitif algı çocuk sayısına göre farklı değildir.	<b>Ret</b>
<b>H6c:</b> Y kuşağında iş ile ilgili negatif algı çocuk sayısına göre farklı değildir.	<b>Ret</b>
<b>H6d:</b> Y kuşağında İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı çocuk sayısına göre farklı değildir.	<b>Ret</b>
<b>H7a:</b> X kuşağında öznel iyilik algısı öğrenim durumuna göre farklı değildir.	<b>Ret</b>
<b>H7b:</b> X kuşağında iş ile ilgili pozitif algı öğrenim durumuna göre farklı değildir.	<b>Ret</b>
<b>H7c:</b> X kuşağında iş ile ilgili negatif algı öğrenim durumuna göre farklı değildir.	<b>Ret</b>
<b>H7d:</b> X kuşağında İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı öğrenim durumuna göre farklı değildir.	<b>Ret</b>
<b>H8a:</b> Y kuşağında öznel iyilik algısı öğrenim durumuna göre farklıdır.	<b>Kabul</b>
<b>H8b:</b> Y kuşağında iş ile ilgili pozitif algı öğrenim durumuna göre farklıdır.	<b>Kabul</b>
<b>H8c:</b> Y kuşağında iş ile ilgili negatif algı öğrenim durumuna göre farklıdır.	<b>Kabul</b>
<b>H8d:</b> Y kuşağında İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı öğrenim durumuna göre farklıdır.	<b>Kabul</b>

<b>H9a:</b> X kuşağında öznel iyilik algısı sektöre göre farklıdır.	<b>Kabul</b>
<b>H9b:</b> X kuşağında iş ile ilgili pozitif algı sektöre göre farklıdır.	<b>Kabul</b>
<b>H9c:</b> X kuşağında iş ile ilgili negatif algı sektöre göre farklıdır.	<b>Kabul</b>
<b>H9d:</b> X kuşağında İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı sektöre göre farklıdır.	<b>Kabul</b>
<b>H10a:</b> Y kuşağında öznel iyilik algısı sektöre göre farklıdır.	<b>Kabul</b>
<b>H10b:</b> Y kuşağında iş ile ilgili pozitif algı sektöre göre farklıdır.	<b>Kabul</b>
<b>H10c:</b> Y kuşağında iş ile ilgili negatif algı sektöre göre farklıdır.	<b>Kabul</b>
<b>H10d:</b> Y kuşağında İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı sektöre göre farklıdır.	<b>Kabul</b>
<b>H11a:</b> X kuşağında öznel iyilik algısı pozisyona göre farklıdır.	<b>Kabul</b>
<b>H11b:</b> X kuşağında iş ile ilgili pozitif algı pozisyona göre farklıdır.	<b>Kabul</b>
<b>H11c:</b> X kuşağında iş ile ilgili negatif algı pozisyona göre farklıdır.	<b>Kabul</b>
<b>H11d:</b> X kuşağında İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı pozisyona göre farklıdır.	<b>Kabul</b>
<b>H12a:</b> Y kuşağında öznel iyilik algısı pozisyona göre farklıdır.	<b>Kabul</b>
<b>H12b:</b> Y kuşağında iş ile ilgili pozitif algı pozisyona göre farklıdır.	<b>Kabul</b>
<b>H12c:</b> Y kuşağında iş ile ilgili negatif algı pozisyona göre farklıdır.	<b>Kabul</b>
<b>H12d:</b> Y kuşağında İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı pozisyona göre farklıdır.	<b>Kabul</b>
<b>H13a:</b> X kuşağında öznel iyilik algısı pozisyondaki hizmet süresine göre farklıdır.	<b>Kabul</b>
<b>H13b:</b> X kuşağında iş ile ilgili pozitif algı pozisyondaki hizmet süresine göre farklıdır.	<b>Kabul</b>
<b>H13c:</b> X kuşağında iş ile ilgili negatif algı pozisyondaki hizmet süresine göre farklıdır.	<b>Kabul</b>
<b>H13d:</b> X kuşağında İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı pozisyondaki hizmet süresine göre farklıdır.	<b>Kabul</b>
<b>H14a:</b> Y kuşağında öznel iyilik algısı pozisyondaki hizmet süresine göre farklıdır.	<b>Kabul</b>
<b>H14b:</b> Y kuşağında iş ile ilgili pozitif algı pozisyondaki hizmet süresine göre farklıdır.	<b>Kabul</b>
<b>H14c:</b> Y kuşağında iş ile ilgili negatif algı pozisyondaki hizmet süresine göre farklı değildir.	<b>Ret</b>
<b>H14d:</b> Y kuşağında İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı pozisyondaki hizmet süresine göre farklı değildir.	<b>Ret</b>
<b>H15a:</b> X kuşağında öznel iyilik algısı kurumdaki hizmet süresine göre farklı değildir.	<b>Ret</b>
<b>H15b:</b> X kuşağında iş ile ilgili pozitif algı kurumdaki hizmet süresine göre farklı değildir.	<b>Ret</b>
<b>H15c:</b> X kuşağında iş ile ilgili negatif algı kurumdaki hizmet süresine göre farklı değildir.	<b>Ret</b>
<b>H15d:</b> X kuşağında İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı kurumdaki hizmet süresine göre farklı değildir.	<b>Ret</b>
<b>H16a:</b> Y kuşağında öznel iyilik algısı kurumdaki hizmet süresine göre farklıdır.	<b>Kabul</b>
<b>H16b:</b> Y kuşağında iş ile ilgili pozitif algı kurumdaki hizmet süresine göre farklıdır.	<b>Kabul</b>
<b>H16c:</b> Y kuşağında iş ile ilgili negatif algı kurumdaki hizmet süresine göre farklıdır.	<b>Kabul</b>
<b>H16d:</b> Y kuşağında İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı kurumdaki hizmet	<b>Kabul</b>

süresine göre farklıdır.	
<b>H17a:</b> X kuşağında öznel iyilik algısı toplam hizmet süresine göre farklı değildir.	<b>Ret</b>
<b>H17b:</b> X kuşağında iş ile ilgili pozitif algı toplam hizmet süresine göre farklıdır.	<b>Kabul</b>
<b>H17c:</b> X kuşağında iş ile ilgili negatif algı toplam hizmet süresine göre farklı değildir.	<b>Ret</b>
<b>H17d:</b> X kuşağında İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı toplam hizmet süresine göre farklıdır.	<b>Kabul</b>
<b>H18a:</b> Y kuşağında öznel iyilik algısı toplam hizmet süresine göre farklı değildir.	<b>Kabul</b>
<b>H18b:</b> Y kuşağında iş ile ilgili pozitif algı toplam hizmet süresine göre farklıdır.	<b>Kabul</b>
<b>H18c:</b> Y kuşağında iş ile ilgili negatif algı toplam hizmet süresine göre farklı değildir.	<b>Ret</b>
<b>H18d:</b> Y kuşağında İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı toplam hizmet süresine göre farklı değildir.	<b>Ret</b>
<b>H19a:</b> X kuşağında öznel iyilik algısı ile çalışma gününü mutlu geçirme arasında pozitif ilişki vardır.	<b>Kabul</b>
<b>H19b:</b> X kuşağında iş ile ilgili pozitif algı ile çalışma gününü mutlu geçirme arasında pozitif ilişki vardır.	<b>Kabul</b>
<b>H19c:</b> X kuşağında iş ile ilgili negatif algı ile çalışma gününü mutlu geçirme arasında negatif ilişki vardır.	<b>Kabul</b>
<b>H19d:</b> X kuşağında işe ilişkin duyuşsal iyilik algısı ile çalışma gününü mutlu geçirme arasında pozitif ilişki vardır.	<b>Kabul</b>
<b>H20a:</b> Y kuşağında öznel iyilik algısı ile çalışma gününü mutlu geçirme arasında pozitif ilişki vardır.	<b>Kabul</b>
<b>H20b:</b> Y kuşağında iş ile ilgili pozitif algı ile çalışma gününü mutlu geçirme arasında pozitif ilişki vardır.	<b>Kabul</b>
<b>H20c:</b> Y kuşağında iş ile ilgili negatif algı ile çalışma gününü mutlu geçirme arasında negatif ilişki vardır.	<b>Kabul</b>
<b>H20d:</b> Y kuşağında işe ilişkin duyuşsal iyilik algısı ile çalışma gününü mutlu geçirme arasında pozitif ilişki vardır.	<b>Kabul</b>
<b>H21a:</b> X kuşağında öznel iyilik algısı çalışma gününün mutlu geçmesini olumlu yönde etkilemektedir.	<b>Kabul</b>
<b>H21b:</b> X kuşağında iş ile ilgili pozitif algı çalışma gününün mutlu geçmesini olumlu yönde etkilemektedir.	<b>Kabul</b>
<b>H21c:</b> X kuşağında iş ile ilgili negatif algı ile çalışma gününün mutlu geçmesini olumsuz yönde etkilemektedir.	<b>Kabul</b>
<b>H21d:</b> X kuşağında işe ilişkin duyuşsal iyilik algısı çalışma gününün mutlu geçmesini olumlu yönde etkilemektedir.	<b>Kabul</b>
<b>H22a:</b> Y kuşağında öznel iyilik algısı çalışma gününün mutlu geçmesini olumlu yönde etkilemektedir.	<b>Kabul</b>
<b>H22b:</b> Y kuşağında iş ile ilgili pozitif algı çalışma gününün mutlu geçmesini olumlu yönde etkilemektedir.	<b>Kabul</b>
<b>H22c:</b> Y kuşağında iş ile ilgili negatif algı ile çalışma gününün mutlu geçmesini olumsuz yönde etkilemektedir.	<b>Kabul</b>
<b>H22d:</b> Y kuşağında işe ilişkin duyuşsal iyilik algısı çalışma gününün mutlu geçmesini olumlu yönde etkilemektedir.	<b>Kabul</b>

<b>H23a:</b> X kuşağında İşe İlişkin Pozitif Algı öznel iyilik algısı Öznel İyilik Algısı arasında pozitif ilişki vardır.	<b>Kabul</b>
<b>H23b:</b> X kuşağında İşe İlişkin Negatif Algı öznel iyilik algısı Öznel İyilik Algısı arasında pozitif ilişki vardır.	<b>Kabul</b>
<b>H23c:</b> X kuşağında İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı öznel iyilik algısı Öznel İyilik Algısı arasında pozitif ilişki vardır.	<b>Kabul</b>
<b>H24a:</b> Y kuşağında İşe İlişkin Pozitif Algı öznel iyilik algısı Öznel İyilik Algısı arasında pozitif ilişki vardır.	<b>Kabul</b>
<b>H24b:</b> Y kuşağında İşe İlişkin Negatif Algı öznel iyilik algısı Öznel İyilik Algısı arasında pozitif ilişki vardır.	<b>Kabul</b>
<b>H24c:</b> Y kuşağında İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı öznel iyilik algısı Öznel İyilik Algısı arasında pozitif ilişki vardır.	<b>Kabul</b>
<b>H25a:</b> X kuşağında İşe İlişkin Pozitif Algı Öznel İyilik Algısını olumlu yönde etkilemektedir.	<b>Kabul</b>
<b>H25b:</b> X kuşağında İşe İlişkin Negatif Algı Öznel İyilik Algısını olumsuz yönde etkilemektedir.	<b>Kabul</b>
<b>H25c:</b> X kuşağında İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı öznel iyilik algısını olumlu Öznel İyilik Algısı yönde etkilemektedir.	<b>Kabul</b>
<b>H26a:</b> Y kuşağında İşe İlişkin Pozitif Algı Öznel İyilik Algısını olumlu yönde etkilemektedir.	<b>Kabul</b>
<b>H26b:</b> Y kuşağında İşe İlişkin Negatif Algı Öznel İyilik Algısını olumsuz yönde etkilemektedir.	<b>Kabul</b>
<b>H26c:</b> Y kuşağında İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı öznel iyilik algısını olumlu Öznel İyilik Algısı yönde etkilemektedir.	<b>Kabul</b>
<b>H27:</b> İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısının Öznel İyilik Algısı üzerindeki etkisi kuşaklara göre farklıdır.	<b>Ret</b>
<b>H28:</b> İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı kuşaklara göre farklıdır.	<b>Ret</b>
<b>H29:</b> Öznel İyilik Algısı kuşaklara göre farklıdır.	<b>Ret</b>

## 5. BÖLÜM

### SONUÇ VE TARTIŞMA

Çalışan mutluluğunun işe ilişkin duyuşsal iyilik algısı ile ilişkisini ve kuşaklar arasındaki farklılıkları incelediğimiz araştırmamızda elde edilen verilerle ilgili sonuç ve tartışma bölümünde öncelikle demografik değişkenler ve kuşaklar ile ilgili analizleri ele alacağız. Daha sonra çalışan mutluluğu ve iş ilişkili duyuşsal iyilik algısı arasında çıkan ilişkileri yorumlamaya çalışacağız.

#### 5.1 Kuşaklara Göre Demografik Analiz Sonuçları

Demografik analizler sonucu öznel iyilik algısı ve işe ilişkin duyuşsal iyilik algısının X kuşagında cinsiyet ile ilişkili olmadığı, Y kuşagında ise ilişkili olduğu tespit edilmiştir. Mutluluk ve cinsiyet arasında ilk tespiti yapan Wilson her iki cinsiyetten bireylerin de mutlu olabileceği ve cinsiyetin mutluluk üzerine etkili olmadığı sonucuna ulaşmıştır. Son zamanlarda yapılan farklı çalışmalarda da (Cristoph ve Noll, 2003; Suhail ve Chaudhry, 2004; Tan ve vd, 2006) elde edilen bu sonuç desteklenmiştir. Yazında mutluluk ve cinsiyetin arasındaki anlamlı ve olumlu ilişkiyi bulan çalışmalar olsa da, kadın ve erkeklerin mutluluk düzeylerinde anlamlı bir farklılaşmanın olmadığı ve kadın ya da erkek olmanın mutluluğun önemli bir belirleyicisi olmadığı sonucuna ulaşılmıştır (Kangal, 2013). Araştırmamız sonucunda öznel iyilik algısı ve işle ilgili pozitif algı ve işle ilgili negatif algı X kuşagında cinsiyete göre farklılık göstermediği, Y kuşagında ise farklılık gösterdiği bulgusuna ulaşılmıştır. Bu bulgu literatürde yapılan diğer araştırma sonuçlarından Y kuşagi ile ilgili elde edilen bulgular yönünde farklılık göstermektedir. Y kuşagındaki erkek katılımcıların öznel iyilik algısı ve işle ilgili pozitif algıları ve işe ilişkin duyuşsal iyilik algıları kadın katılımcılardan anlamlı düzeyde yüksekken, negatif algıları da diğer katılımcılardan daha düşük seviyedir.

Medeni Durum ve mutluluk arasında geniş örneklem büyüklükleriyle yapılan çalışmalarda (Lee vd., 1991; Hayo ve Seirfert, 2003) her iki cinsten evli insanların hiç evlenmemiş, dul veya ayrı yaşayan insanlardan daha fazla mutlu oldukları

sonucuna ulaşılmıştır. Yazında öznel iyi olma üzerinde evliliğın olumlu ve anlamlı etkisini bulamayan az sayıda çalışma (Frijters vd. , 2004; Tiliouine vd. , 2006) mevcuttur (Kangal, 2013). Araştırmamız sonucunda ise literatürde yer alan çalışmalarla uyumlu olmayan, X ve Y kuşağında mutluluk ve iş ile ilgili pozitif ve negatif algı arasında medeni duruma göre farklılık olmadığı bulgusuna ulaşılmıştır.

Çocuk sahibi olma ve mutluluk ilişkisine bakıldığında çocukları olan bireylerin çocuğu olmayanlara göre daha az mutlu oldukları görölmektedir. Ayrıca ilk çocuktan sonra eklenen çocukların ebeveynlerin mutluluk seviyelerinin düşürme eğilimleri olduğu görölmektedir (Hefferon, Boniwell, 2014). Literatürde yer alan diğer araştırma sonuçlarına karşın araştırmamızda hem X hem de Y kuşağında yer alan bireylerin mutlulukları ve iş ile ilgili pozitif ve negatif algıları arasında çocuk sayısına göre bir değışim olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Literatürde eğitim seviyesi ve mutlulukla ilgili olarak yapılan araştırmaların sonucunda tam bir fikir birliğine varılamadığı görölmektedir. Bazı araştırmalarda farklı eğitim seviyelerine sahip bireylerin mutluluk seviyelerinin farklı olacağı savunulurken (Diener vd., 1993; Gaygısız, 2010; Oswald, 1997; Scoppa vd., 2008; Zagorski vd., 2010) bazılarında ise eğitim seviyesinin mutluluğu etkilemediği (Haller ve Hadler, 2006; Keng ve Hooi, 1995; Kousha ve Mohsemi, 2000; Michalos vd., 2005; Selim, 2008) sonucuna ulaşılmıştır. Araştırmamız sonucunda da, X kuşağında eğitim seviyesi ile öznel iyilik algısı, işle ilgili pozitif ve negatif algı ve işe ilişkin duyusşsal iyilik algısı arasında fark bulunmazken, Y kuşağında farklılık göstermektedir. Y kuşağındaki ön lisans mezunu katılımcıların öznel iyilik algılarının diğer öğrenim düzeyindeki katılımcılardan daha düşük olduğu sonucuna ulaşılmıştır. İlköğretim mezunu katılımcıların işle ilgili pozitif algısının ve işe ilişkin duyusşsal iyilik algılarının ön lisans, lisans ve lisansüstü mezunu katılımcılardan anlamlı düzeyde daha yüksek olduğu ve işle ilgili negatif algılarının da diğer öğrenim gruplarından daha düşük olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca lise ve dengi okul mezunlarının da işle ilgili pozitif algıları lisans ve lisansüstü mezunu katılımcılardan daha yüksek, işle ilgili negatif algıları da daha düşük seviyededir. Ön lisans mezunu kişilerin kendilerini ne lise ne de üniversite mezunu olarak görememeleri nedeniyle arada kalmışlığın vermiş olduğu mutsuzluk bu sonucunun nedeni olabilir.

Farklı sektörlerde çalışan bireyler farklı imkanlara sahip oldukları gibi farklı farklı zorluklar da yaşamaktadır. İşin kendi niteliğinden kaynaklanan koşullar da dikkate alındığında mutluluk ve işle ilgili iyilik algısını sektörler bazında da incelemekte fayda vardır. Araştırmamız sonucunda X kuşağında öznel iyilik algısı, işle ilgili pozitif ve negatif algının sektöre göre farklılık gösterdiği bulgusuna ulaşılmıştır. X kuşağındaki sağlık çalışanlarının öznel iyilik algısı bilişim, eğitim, finans, perakende/mağazacılık, üretim ve diğer sektörlerde çalışan katılımcıların algısından daha düşüktür. X kuşağında işle ilgili pozitif algı perakende/ mağazacılık, üretim ve diğer sektörlerdeki katılımcılarda eğitim ve sağlık sektöründeki katılımcılardan daha yüksektir. X kuşağındaki eğitim ve sağlık sektöründe yer alan katılımcıların negatif iyilik algıları da diğer tüm sektördeki katılımcılardan yüksektir. X kuşağında işe ilişkin duyuşsal iyilik algısı finans, perakende/mağazacılık, üretim ve diğer sektörlerde çalışan katılımcılarda daha olumludur. Y kuşağında finans ve perakende/mağazacılık sektöründe çalışan katılımcıların öznel iyilik algıları eğitim ve sağlık sektöründe çalışanlardan anlamlı düzeyde daha yüksektir. Y kuşağında işle ilgili pozitif algının bilişim sektöründeki katılımcılarda anlamlı düzeyde yüksektir. Y kuşağında işle ilgili negatif algı ise sağlık sektöründeki katılımcılarda diğer tüm sektördeki katılımcılardan daha yüksektir. Y kuşağında işe ilişkin duyuşsal iyilik algısı bilişim sektöründe sağlık sektöründe çalışanlardan, perakende/mağazacılık sektöründe çalışanlar ise eğitim ve sağlık sektöründe çalışanlardan daha olumludur.

Çalışanların mutluluğunu etkileyen bir diğer kriterde kişilerin çalıştıkları pozisyonudur. Kişilerin çalıştıkları pozisyon geleceklerini ve kariyerlerini direkt etkileyen bir kriter olduğu için araştırmada incelenmiştir. Araştırmamız sonucuna göre çalışılan pozisyon kişilerin öznel iyilik algısı ve işle ilgili pozitif ve negatif algılarını etkilemektedir. X kuşağındaki üst düzey yönetici/müdür pozisyonundaki katılımcıların öznel iyilik algılarının ve işle ilgili pozitif algılarının diğer pozisyonundaki katılımcılardan anlamlı düzeyde daha yüksek olduğu, işle ilgili negatif algılarının ise anlamlı düzeyde düşük olduğu sonucuna ulaşılmıştır. X kuşağındaki üst düzey yönetici/müdür pozisyonundaki katılımcıların işe ilişkin duyuşsal iyilik algısı diğer pozisyonlardaki katılımcılardan anlamlı düzeyde daha olumludur. Y kuşağında öznel iyilik algısı üst düzey yönetici/müdür pozisyonunda anlamlı düzeyde yüksektir. İşle ilgili pozitif algının en düşük ve negatif algının ise en yüksek

olduğu pozisyon hekim/doktordur. Y kuşağında işe ilişkin duyusal iyilik algısı anlamlı düzeyde olumsuz olan pozisyon doktor/hekim olarak belirlenmiştir.

Kişilerin çalıştıkları kurumda yer aldıkları pozisyonda hizmet süreleri arttıkça deneyimleri artarken, aynı işi aynı organizasyonda yapmanın vermiş olduğu bıkkınlık ve tükenmişlik gibi sıkıntılar da yaşamakta bu da onların mutluluklarını etkilemektedir. Bu bağlamda kişilerin mutluluğu ve işe ilişkin duyusal iyilik algıları ile kıdem sürelerini de analiz etmekte fayda vardır. X kuşağında kıdem süreleri 1 yıldan az ve 1-3 yıl arasında olan kişilerin öznel iyilik algıları, işle ilgili pozitif algıları ve işe ilişkin duyusal iyilik algıları 3 yıldan fazla olanlara oranla anlamlı düzeyde daha olumlu iken, işle ilgili negatif algıları da anlamlı düzeyde daha düşüktür. Y kuşağında 1 yıldan az hizmet süresine sahip katılımcıların öznel iyilik algısı ve işle ilgili pozitif algı diğerlerinden anlamlı düzeyde yüksek iken, işle ilgili negatif algıları ve işe ilişkin duyusal iyilik algıları hizmet süresine göre anlamlı farklılık göstermemektedir.

Kişilerin aynı kurumda çalışma süreleri arttıkça işe ilişkin hevesleri ve istekleri de azalmakta bu da öznel iyilik algısı ve işe ilişkin duyusal iyilik algılarını etkilemektedir. Araştırmamızda kişilerin aynı kurumda çalışma sürelerine göre analiz yaptığımızda; X kuşağında öznel iyilik, işle ilgili pozitif algı ve negatif algı ve işe ilişkin duyusal iyilik algısının kurumdaki hizmet süresine göre farklı olmadığı, Y kuşağında ise aynı kurumda 1 yıldan az çalışma süresine sahip katılımcıların öznel iyilik algısı, işle ilgili pozitif algıları anlamlı düzeyde yüksek iken, işle ilgili negatif algıları da düşüktür. İşe ilişkin duyusal iyilik algısı ise, 1 yıldan az ve 1-3 yıldan fazla hizmet süresine sahip katılımcılarda 3 yıldan fazla olanlara oranla daha olumludur.

Çalışma hayatında yeni başlayan kişiler çalışıp daha çok iş üretme ve performans göstermeye daha hevesli iken, yıllar içinde yaşadıkları olumsuz deneyimler ve yaşanmışlıkların etkisiyle heveslerini kaybetmektedirler. Bu da kişilerin işe yeni başladıkları dönemden daha az istekli, hevesli ve mutlu çalışmalarına neden olmaktadır. Bu bağlamda çalışma hayatındaki toplam hizmet süreleri ile öznel iyilik algısı ve işe ilişkin duyusal iyilik algısını incelemekte fayda vardır. X kuşağında öznel iyilik algısı toplam hizmet süresine göre anlamlı farklılık



göstermezken, işle ilgili pozitif algı ve işe ilişkin duyuşsal iyilik algılarının 3-5 yıl toplam hizmet süresine sahip katılımcılarda diğerlerinden daha yüksek olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. X kuşagında işle ilgili negatif algı hizmet süresine göre anlamlı farklılık göstermemektedir. Y kuşagında ise, öznel iyilik algısı hizmet süresine göre farklılık göstermezken, işle ilgili pozitif algı 10 yıldan fazla toplam hizmet süresine sahip katılımcılarda anlamlı düzeyde yüksektir, işle ilgili negatif algı ve işe ilişkin duyuşsal iyilik algısının ise toplam hizmet süresine göre anlamlı farklılık göstermediği sonucuna ulaşılmıştır.

Araştırmamızda çalışma gününün nasıl geçtiği ile ilgili katılımcılara yönlendirilen soruyla yapılan analiz sonucunda hem X hem de Y kuşagında öznel iyilik algısı ve işe ilişkin duyuşsal iyilik algısının kişilerinin çalışma gününün mutlu geçmesini olumlu yönde etkilediği bulgusuna ulaşılmıştır. Kişilerin öznel olarak iyi olmaları ve işe ilişkin duyuşsal iyilik algıları direkt olarak çalışma günlerinin nasıl geçtiğini etkilerken, iş performansı ve kalitesine de olumlu yönde etki etmektedir.

## **5.2 İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı ve Öznel İyilik Algısı İlişkinine Dair Sonuçlar**

İnsan yaşamında çalışma hayatı önemli bir yere sahiptir. İnsanın belirli bir zamanını alan iş ve çalışma yaşamı psikolojik açıdan da çok önemlidir. İnsanın yaşamını nasıl geçireceğini etkileyen ekonomik, psikolojik, sosyo-kültürel ve fiziksel koşullar iç içe bir etkiyle insanın yaşamını nasıl geçireceğini belirler. Bu açıdan kişilerin hem öznel hem de iş hayatlarında mutlu olmalarını etkileyen en önemli etkenlerden biri sahip oldukları işleridir (Baysal, 1993).

Nadir rastlanan istisnalar dışında mutluluk kelimesi çalışma yaşamıyla ilgili akademik araştırmalarda çok kullanılmamış bir kavramdır. Bu sonuç, organizasyonlarla ilgili araştırmalar yapan araştırmacıların çalışan mutluluğunu önemseyip ilgilenmedikleri anlamına gelmemektedir. Uzun yıllardır mutluluk kavramıyla anlam olarak örtüşen iş tatmini, akış, çalışan memnuniyeti, motivasyon, duygusal bağlılık, tatmin, memnuniyet gibi kavramlarla ilgili araştırmalar yapılmıştır (Fisher, 2010).

Araştırmamızın temel amacı; iş yaşamında yer alan farklı kuşaktaki çalışanların, mutluluklarının (öznel iyi olma) ve işe ilişkin duyuşsal iyilik algıları (işle ilişkili iyilik, mutluluk) arasındaki ilişkilerinin incelenerek aralarındaki benzerliklerin ve farklılıkların ortaya konulmasıdır. Kişilerin öznel iyilik algıları işe ilişkin duyuşsal iyilik durumlarını etkilediği gibi işle ilgili duyuşsal iyilikleri de öznel olarak iyilik durumlarını etkilemektedir. Araştırmamızda:

- Öznel İyilik Algısı ile İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı korelasyonu X kuşağında 0,719; Y kuşağında ise 0,669 çıkmıştır. Her iki kuşakta da korelasyon pozitif, yüksek ve anlamlıdır. Yani X ve Y kuşaklarında Öznel İyilik Algısı ile İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı arasındaki ilişki birbirine yakındır. Hem X hem de Y kuşağında işe ilişkin duyuşsal iyilik algısı ile öznel iyilik algısı arasında pozitif bir ilişki vardır.
- İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısının Öznel İyilik Algısı üzerindeki etkisi X kuşağında 0,72 ve anlamlı; Y kuşağında 0,67 ve anlamlı olarak bulunmuştur. X kuşağında Öznel İyilik Algısının %52'si İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı ile açıklanmaktadır; Y kuşağında Öznel İyilik Algısının %45'i İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı ile açıklanmaktadır. Bu değerler de birbirine yakındır. Kişilerin hangi kuşağa mensup olduklarına bakılmaksızın işyerindeki mutlulukları bireysel olarak mutluluklarını etkilemektedir.

Çalışma hayatında mutluluk hem kişilerin adaptasyonunu sağlayan hem de düzenleyici ve performans arttırıcı etkisi olan bir kriterdir (Argyris, 1957). Günümüzde bile halen üretken bir çalışmanın ve işin yaşamdaki mutlulukla arasında bir ilişki olup olmadığı ve hangi ölçüye kadar bize doyum ve mutluluk vereceği konusu halen tartışılmaktadır. Mutluluğu etkileyen birçok unsur olduğu için işin insan mutluluğu üzerindeki rolü konusunda genelleme yapmak çok zordur. Yaşamdaki mutluluğu etkileyen bireyin ilgi alanları, geçmişi, yaşam koşulları, toplumsal ortamı ve yaptığı işin doğası gibi öğeler vardır. Bunların yanında kişinin psikolojik yapısı da önemli bir etkidir. Tüm bu etkenler büyük değişiklikler yaratabilir. Kişinin ulusal ve kültürel temeli bile onun işteki mutluluğunu etkileyebilir. Bu değişkenler ve unsurlar ne kadar çeşitli ise yaşamdaki mutluluğa katkısı bulunan öğeler de o kadar çeşitlidir. İşin mutluluğa katkısını ölçmek amacıyla

yapılan tüm girişimlere karşın, bu durum kişiden kişiye değişir ve bir genelleme yapmak zordur (Lama ve Cudler, 2008).

Teknolojik gelişmeler ve çalışma hayatında her geçen gün hızla artan rekabet ortamı kişileri daha iş odaklı yaşamaya itiyor. Teknoloji sayesinde 7-24 ulaşılabilen mobil çalışanlar haline gelen şirket çalışanları adeta birer tele-köle gibi iş odaklı yaşayıp zamanlarının çoğunu işe ayırıyor. Zaman baskısı nedeniyle de hayatta yaptıkları her şeyi normalinden 2-3 kat hızlı yapıyorlar. Tabii ki hızlı çekim yaşanan bir hayat beraberinde birçok olumsuzluğu da getiriyor:

- Hızlı yemek yeme nedeniyle kilo almak,
- Hızlı yaşamak sonucu iletişim kurduğumuz kişilere yeterli ilgiyi göstermemek,
- Çevremizdeki kişilere daha az sevgi ve ilgi göstermek,
- Hızlı çalışmanın getirdiği artan hata oranı,
- Hızlı karar almanın getirdiği yanlış kararlar,
- Hızlı iş yapmak için daha kalitesiz işler çıkarmak.

İnsanlar hayatın her alanında o kadar hızlı yaşıyor ki adeta o eski kadim Afrika hikayesinde olduğu gibi ruhları geride kalıyor. Eski Afrika hikayesini şöyle bir hatırlarsak; Afrikalılar, beyaz adamlarla birlikte Afrika’da bir yerde seyahat ediyor. Beyaz adam hep hızlı hızlı gitmek istiyor. Afrikalılar ikide bir durup oturuyor. “Ne oluyor? Niye oturuyorsunuz? Hadi acelemiz var” denildiği zaman, Afrikalılar’ın verdiği cevap ise çok manidar: “O kadar hızlı gidiyoruz ki, ruhlarımız geride kalıyor”. Biz de maalesef ruhlarımızın geride kaldığı bir hayat düzeninde çırpınıp duruyoruz. Uzun saatlerimizi para kazanmak ve mülk edinmek gibi maddi uğraşlara harcadığımız için sevdiğimizimize ayırdığımız zaman azalıyor. Tüm bu uğraşlar sonunda bize zaman yoksulluğu olarak geri dönüyor ve bu da hem özel hem de iş hayatında mutsuzluğu artırıyor. Mutluluk, insanın hayatı boyunca en çok kullandığı, duymaktan zevk aldığı ve günümüzde de her geçen gün önem kazanan kavramlardan biri. Özellikle çalışan kişilerin yaşamının en verimli ve uzun döneminin geçtiği iş yerlerine her gün aynı heyecanla gidip çalışması ve en iyi şekilde ve zamanında işini bitirmeye çalışması için işini severek ve mutlu bir şekilde yapması ise büyük bir gereklilik. Zira profesyonellerin hem kendine hem de

işletmeye faydalı olmalarının yolu mutluluktan geçiyor. Gerek işletmeler gerekse çalışanlar açısından son derece önemli olan mutluluk ve işte mutluluk kavramlarının incelenmesi, tanımlanması, ölçümlemesi her geçen gün daha fazla önem kazanıyor.

Daha sağlıklı, mutlu ve üretken işyerleri yaratmak isteyen organizasyonların pozitif psikoloji üzerine çalışmalar yapmaları gerekmektedir. Geçmiş yıllarda ekonomik üretkenlik üzerine odaklanan organizasyonlar çalışan sağlığı ve mutluluğuna önem vermedikleri için başarısız olmuşlardır. Aristo'nun yıllar önce belirttiği gibi mutlu bir yaşam ancak mutlu bir çalışma hayatıyla sağlanabilmektedir. Organizasyonların hedef ve politikalarını belirlerken çalışan mutluluğunu da göz ardı etmemeleri ve çalışan mutluluğu artırma yolunda çalışmalar yapmaları gerekmektedir (Gavin, Mason, 2004).

İlgili yazın incelendiğinde farklı kuşaklara sahip bireylerin farklı özellikleri olduğu gibi işyerlerinden beklenti ve istekleri de farklı olduğunu görüyoruz. Bununla bağlantılı olarak çalışma hayatında mutlu olmaları için gerekli kriterler de farklıdır. Kuşaklar arasında farklılıklara olduğu gibi organizasyonlar arasında da farklılıklar mevcuttur. Her hastalığın ilacı nasıl farklıysa her şirket için Mutluluk Yönetimi uygulamaları da farklı olacaktır. Çalışan mutluluğu konusunda çalışma yapmak isteyen organizasyonların “Mutluluk Yönetimi” projesine başlamadan önce çalışanlarının mevcut mutluluğunu ölçmeleri, sonrasında SÖS (Sürekli Ölçüm Sistemi) geliştirmeleri gerekir. Yıllık, aylık ve hatta sosyal medyanın aracılığıyla anlık değerlendirmeler yapıp, bu değerlendirmeler sonucunda çalışanlarını işin odağına koyarak mutluluk yönetiminde dokunulması gereken alanlar planlanmalıdır.

### **5.3 Kısıtlamalar ve Öneriler**

Bu bölümde araştırma esnasında karşılaşılan kısıtlamalar ve özellikle analiz sonuçlarına göre ilerki çalışmalara öneri olabilecek bulgularımız yer almaktadır.

Mutluluk (öznel iyi olma) kavramı açıklanması ve tanımlanması kolay olmayan, karmaşık ve çok değişken bir yapıdır. Bu nedenle bu çalışmada incelenen mutluluk kavramı bireyin kendi yaşamına ilişkin değerlendirmeleri ve bunun sonucu

elde ettiği olumlu duygulanımın olumsuz duygulanıma üstünlüğü olarak tanımlanmıştır. İlerki araştırmalarda mutluluk kavramının farklı bileşenleri ile daha kapsamlı bir çalışma yapılabilir. Araştırma, anket denek grubundaki 626 çalışan ve uygulanan ölçekler ile de sınırlıdır.

Araştırma anketi dağıtım metodu rastgele olduğu için deneklerin standart bir toplumu yansıtmama riski vardır. Dolayısıyla bu durum, araştırma sonuçlarının genellenebilir olduğunu söylemeyi zorlaştırmaktadır. Yapılan çalışmanın sonucuna göre başka araştırmalar için yapılabilecek olası öneriler aşağıda sıralanmıştır:

- Özel ve kamu sektöründe araştırma yapılarak karşılaştırma yapılması,
- Araştırmanın tek organizasyonda yapılarak değişken şartlarının aynılaştırılması,
- Araştırmanın aynı deneklerle farklı zamanlarda tekrarlanarak mutluluğun sürekliliğinin ve geçici olup olmadığının analiz edilmesi,
- Araştırmanın il sınırında değil Türkiye genelinde uygulanması,
- Araştırma denek sayısının arttırılması,
- Mutluluk ile ilişki olduğu savunulan performans, iş tatmini, bağlılık ve işten çıkış kararı arasındaki ilişkiler ile ilgili araştırma yapılması.

## KAYNAKLAR

- Acaboğa, A. (2007). Din-Mutluluk İlişkisi. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi SBE, Kahramanmaraş.
- Adıgüzel, O., Batur, H. Z., 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), S:171-182.
- Aiton, E., J. (1985). Leibniz: A Biography. Adam Hilger LTD, Bristol.
- Akduman, G., Akdemir, A., Balcı, O., Demir, B., Demirkaya, H., Eregez, H., Konakay, G., Noyan, A., Pehlivan, Ç., Özdemir, E., Öztürk, İ. (2013). Y Kuşağının Kariyer Algısı, Kariyer Değişimi Ve Liderlik Tarzı Beklentilerinin Araştırılması. Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi, 2 (2), S: 11-41.
- Alain, C. (1990). Mutlu Olma Sanatı. Çeviren.: Ayda Yörükan, Bilgi Yayınevi, Ankara.
- Aral, V. (2012). Mutluluk ve Toplumun Esenliği, Legal Yayıncılık, İstanbul.
- Argyris, C. (1957). Personality and Organization. Harper & Row, Publishers, United States of America.
- Argyle, M., Martin, M. ve Crossland, J. (1989). Happiness As A Function Of Personality And Social Encounters. In J. P. Forgas & J. M. Innes (Eds.), Recent advances in Social Psychology: An international perspective, New York: Elsevier North-Holland, S:189- 203.
- Arkonaç, S. A. (2005). Psikoloji (Zihin Süreçleri Bilimi), Alfa Basım Yayım Dağıtım, İstanbul.

- Atkinson, R. L., Atkinson, R. C., Smith, E. E., Bem, D. J. & Nolen-Hoeksema, S. (2002). Psikolojiye Giriş, (Çev: Y. Alogan), Arkadaş Yayınevi, Ankara.
- Aydın, A., Yılmaz, K. ve Altinkurt, Y. (2013). Eğitim Yönetiminde Pozitif Psikoloji. *International Journal of Human Sciences*, 10(1), S: 1470-1490.
- Aytaç, S., Bayram, N., Bilgel, N. ve Kuşdil, M. E. (2004). İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı Ölçeğinin Job Related Affective Well-Being- JAWS Türkçe Versiyonunun Güvenilirlik Çalışması, *Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi: Öneri*, 6(22), S: 1-7.
- Aytaç, S., Kuşdil, M.E., Bayram, N., Bilgel, N. (2004). İşe İlişkin Duyguların İş Stresi Üzerine Etkisi. 12. Yönetim ve Organizasyon Kongresi, 27-29 Mayıs, Uludağ Üniversitesi, Bursa.
- Baltaş, A. ve Uşaklıgil, H. O. ( 2014). Çalışan Bağlılığı Efsanesi. *Harvard Business Review Türkiye*, 3(11), S: 117-123.
- Barsade, S. G. (2002). The Ripple Effects: Emotional Contagion and its Influence on Group Behavior. *Administrative Science Quarterly*, 47(4), S: 644-675.
- Barutçugil, İ. (2002). Organizasyonlarda Duyguların Yönetimi. Kariyer Yayıncılık, İstanbul.
- Başaran, İ. E. (1998). Yönetimde İnsan İlişkileri. Aydan Web Tesisleri, Yeniden Basım, İstanbul.
- Baysal, A. C. (1993). Çalışma Yaşamında İnsan. Avcıol Basım, İstanbul.
- Benson, M. L. (2013). *Crime and The Life Course*, Second Edition, Taylor& Francis, New York.

- Blake, A. D., Broschak, J., George, E. (2003). Happy Together? How Using Nonstandard Workers Affects Exit, Voice and Loyalty Among Standard Employees. *Academy of Management Journal*, 46 (4), S: 475-485.
- Blakemore, S. (2010). Hull Cafe Keeps The Workers Happy. *Learning Disability Practice*, 13(3), S:5.
- Bodtker, M. A. And Jameson, K. J. (2001). Emotion in Conflict Formation and its Transformation: Application to Organizational Conflict Management. *International Journal of Conflict Management*, 12 (3), S: 259- 275.
- Botton, A. (2011). Çalışmanın Mutluluğu ve Sıkıntısı. Çeviren: S. Sertabipoğlu, 4. Baskı, Sel Yayıncılık, İstanbul.
- Börü, D. ve İslamoğlu, G. (2007). Esenlik (Well-being) ve Çatışmayı Ele Alış Tarzı. *Öneri Dergisi*, 7 (27), S: 61-82.
- Bradburn, N., M. (1969). *The Structure of Psychological Well-Being*, Chicago, Aldine.
- Buettner, D. (2012). *Mutluluk*. Butik Yayıncılık, İstanbul.
- Burger, J.M. (2006). *Kişilik, Psikoloji Biliminin İnsan Doğasına Dair Söyledikleri*. 1. Basım, Kaknüs Yayınları, İstanbul.
- Bynner, J. (2001). *Interdisciplinary Perspectives on Analysing the Life Course, Life Course Change and Social Change, Insights from Cohort Comparisons*. Seminar 2 Notes, Cambridge, Centre for Longitudinal Studies, Institute of Education University of London.
- Bülbül, Ş. ve Giray, S. (2011). Sosyodemografik Özellikler ile Mutluluk Algısı Arasındaki İlişki Yapısının İncelenmesi. *Ege Akademik Bakış*, 11 (Özel Sayı), S: 113-123.



- Büyüköztürk, Ş. (2011). Sosyal Bilimler İçin Veri Analizi El Kitabı. Pegem Akademi, Ankara.
- Çakıroğlu, A. (2007). Relationship Between Quality of Life and Happiness in Turkey. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ortadoğu Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Çankaya, Z.C. (2009). Öğretmen Adaylarında Temel Psikolojik İhtiyaçların Doyumu ve İyi Olma. Türk Eğitim Bilimleri Dergisi, 7(3), S: 691-711.
- Carlson, N. T., Miller, H. L., Heth, D. S., Donahoe, J. W., Martin, G. N. (2007). Psychology, The Science of Behavior. 6. Edition, Pearson International Edition, United States of America.
- Carsten, K. W., Dreu, D., Dierendonck, D., Best-wadhober, M.D. (2003). Conflict at Work and Individual Well-being, The Handbook of Work and Health Psychology. M.J. Schabracq, J.A.M. Winnubst and C.L. Cooper.
- Chaiprasit, K., Santidhirakul, O. (2011). Happiness at Work of Employees in Small and Medium-sized Enterprises, Thailand. Procedia Social and Behavioral Sciences, 25(2011), S: 189-200.
- Chan, K. W., Wyatt , T. A. (2007). Quality of Work Life: A Study of Employess in Shanghai, China. Asia Pacific Business Review, 13(4), S: 501-517.
- Chawsithiwong, B. (2007). Happy Workplace. Journal of Social Development, 9 (2), S: 61-93.
- Claes, R., Loo, K. (2011). Relationships of Proactive Behaviour With Job-Related Affective Well-Being and Anticipated Retirement Age: An Exploration Among Older Employees in Belgium. European Journal of Ageing, 8(10) S: 233-241.
- Collins, J. (2002). “İyi’den “Mükemmel” Şirkete: Kalıcı Başarıya Ulaşmanın Yolları. Çeviri: Levent Cinemre, Boyner Yayınları, İstanbul.

- Comte, A. (1974). *The Positive Philosophy*, (Ed. Abraham S. Blumberg), AMS Pres, New York.
- Comte- Sponville, A., Farge, A., Delumeau, J. (2012). *Mutluluğun En Güzel Tarihi*. Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, Altan Basım, İstanbul.
- Crane, C. (1979). *Personnel: The Management of Human Resources*. Kent Publishing Company, United States of America.
- Çırpan, H. (2006). Perakendecilikte Müşteri Mutluluğu İçin Çalışan Memnuniyeti. *MÜSİAD Çerçeve Dergisi*, 38, S:1-5.
- Çötök, N. A., Doğan, T. ve Sapmaz, F. (2013). Öz-Eleştiri ve Mutluluk. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, Ocak 2013, 21(1), S: 391- 400.
- Davidson, R.J. (1993). *The Neuropsychology of Emotion and Affective Style*. M. Levis and J.M. Haviland (ed) *Handbook of Emotions in*, New York, S:143-154.
- Diener, E. (1984). Subjective Well-being. *Psychological Bulletin*, 95(3), S: 542-575.
- Diener, E. (1994). *Assessing Subjective Well-Being: Progress and Opputunities*. *Social Indicators Research*, 31(2), S: 103-157.
- Diener, E., Suh, E., Oishi, S. (1997). Recent Findings on Subjective Well-being. *Indian Journal of Clinical Psychology*, 24(1), S: 25-41.
- Diener, E. & Suh, Eunkook, M. (2000). *Culture and Subjective Well-Being*. A Bradford Book, California.
- Dilmaç, B. ve Bozgeyikli, H. (2009). Öğretmen Adaylarının Öznel İyi Olma ve Karar Verme Stilllerinin İncelenmesi. *Erzincan Eğitim Fakültesi Dergisi*, 11 (1), S:171-187.

- Doğan, T. ve Çötök, N. A. (2011). Oxford Mutluluk Ölçeği Kısa Formunun Türkçe Uyarlaması: Geçerlik ve Güvenirlik alışması. Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi, 2011, 4(36), S: 165-172.
- Doğan, T., Eryılmaz, A. (2011). İş Yaşamında Öznel İyi Oluş: Utrecht İşe Bağlılık Ölçeğinin Psikometrik Niteliklerinin İncelenmesi, Klinik Psikiyatri Dergisi, 15 (1), S: 49-55.
- Doğan, T. ve Sapmaz, F. (2012). Mutluluk ve Yaşam Doyumunun Yordayıcısı Olarak İyimserlik. Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 8(3), S: 391-400.
- Doğan, T. (2013). Beş Faktör Kişilik Özellikleri ve Öznel İyi Oluş, Doğuş Üniversitesi Dergisi, 14(1), S: 56-64.
- Doğan, T. ve Sapmaz, F. (2012). Mutluluk ve Yaşam Doyumunun Yordayıcısı Olarak İyimserlik. Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 8(3), S:63-69.
- Dost, M. T. (2005). Ruh Sağlığı ve Öznel İyi Oluş. Eurasian Journal of Educational Research, 20, S: 223-231.
- Duyan, E. C., Aytaç, S., Akyıldız, N., Laar, D. V. (2013). Measuring Work Related Quality of Life and Affective Well-being in Turkey. Mediterranean Journal of Sciences, 4(1), S: 105-116.
- Edwards, C. (2009). The Pursuit of Happieness. Institution of Engineering& Technology, S: 77-79.
- Emmerich, R. (2012). Pazartesi Geldiği İçin Teşekkürler Tanırım. Çeviren: Sibel Demirel, Pegasus Yayınları, İstanbul.

- Eyiusta, C. M. ( 2013). Şirketinizdeki Ateş Topu: Y Kuşağı. Harvard Business Review Türkiye, 2(5), S: 51-56.
- Eryılmaz, A. ve Aypay, A. (2011). Ergenlerin Derse Katılmaya Motive Olmaları ile Öznel İyi Oluşları Arasındaki İlişki. Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi, 8(1), S: 1119-1233.
- Eryılmaz, A. ve Atak, H. (2011). Ailesiyle Yaşayan Yaşlılarda Mutluluk Modeli. Nöropsikiyatri Arşivi, 48(4), S:227-233.
- Eryılmaz, A. (2009). Ergen Öznel İyi Oluş Ölçeğinin Geliştirilmesi, Türk Eğitim Bilimleri Dergisi, 7(4), S: 975-989.
- Eryılmaz, A. ve Ercan, N. (2010). Öznel İyi Oluş ile Algılanan Kontrol Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. İlköğretim Online, 9(3), S: 952-959.
- Eryılmaz, A. ve Doğan, T. (2012). İş Yaşamında Öznel İyi Oluş: Utrecht İşe Bağlılık Ölçeğinin Psikometrik Niteliklerinin İncelenmesi. Klinik Psikiyatri Dergisi, 15, S: 49-55.
- Eryılmaz, A. (2011). Ergen Öznel İyi Oluşu ile Olumlu Gelecek Beklentisi Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. Düşünen Adam Psikiyatri ve Nörolojik Bilimler Dergisi, 24(3), S: 209- 215.
- Eryılmaz, A. (2012). Ergenler Öznel İyi Oluş Düzeylerini, Çevreyle İlişkiler Aracıyla Nasıl Arttırlar? TAF Prev Med Bull, 11(4), S: 407- 414.
- Eryılmaz, A. (2013). Pozitif Psikolojinin Psikolojik Danışmanlık ve Rehberlik Alanında Gelişimsel ve Önleyici Hizmetler Bağlamında Kullanılması. The Journal of Happiness and Well-Being, 1(1), S: 3-20.
- Eyiusta, C. M. ( 2013). Şirketinizdeki Ateş Topu: Y Kuşağı. Harvard Business Review Türkiye, 2(5), S: 51-56.

Fisher, C. D. (2003). Why Do Lay People Believe That Satisfaction and Performance are Correlated? Possible Sources of a Commonsense Theory. *Journal of Organizational Behavior*, 24(6), S: 753-777.

Fisk, P. (2008). *İş Dehası*. MediaCat Yayınları, İstanbul.

Field, L. K., Buitendach, J. H. (2011). Happiness, Work Engagement and Organisational Commitment of Support Staff at a Tertiary Education Institution in South Africa. *Journal of Industrial Psychology/SA Tydskrif vir Bedryfsielkunde*, 37(1), S: 68-77.

Fraser, J. M. (1971). *Psychology, General- Industrial- Social*. Pitman Publishing, London.

Fromm, E. (1994). *Erdem ve Mutluluk*. Çeviren: Ayda Yörükkan. 2. Basım, Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, Doğu Matbaacılık, İstanbul.

Fromm, E. (1994). *Sevginin ve Şiddetin Kaynağı*. Çeviren: Y. Salman- N. İçten, Payel Yayınları, İstanbul.

Furnham, A. (2014). *Gerçekten Bilmeniz Gereken 50 Psikoloji Fikri*. Çeviren: Sumru Ağırürüyen. Domingo Bkz Yayıncılık, Ankara.

Gavin, J. and Mason, R. (2004). The Value of Happiness in the Workplace. *Organizational Dynamics*, 3 (4), S:379-392.

Gerrig, R. ve Zimbardo, G. (2012). *Psikolojiye Giriş Psikoloji ve Yaşam*. 19. Basım., Çeviri: Gamze Sart. Nobel Yayınları, İstanbul.

Goleman, D. (1996). *Duygusal Zeka*. Çeviren: B. S. Yüksel, Varlık Yayınları, İstanbul.

Goleman, D. (2007). *Sosyal Zeka, İnsan İlişkilerinin Yeni Bilimi*. 3. Basım, Çeviren: Osman Çetin Deniztekin, Varlık Yayınları, İstanbul.

- Graham, C. (2004). Can Happiness Research Contribute to Development Economics, Massachusetts Avenue Development Seminar, <http://www.cgdev.org/doc/event%20docs/MADS/Graham.pdf>, (16/09/2014).
- Greenberg, J., Baron, R.A. (1997). Behavior in Organizations: Understanding and Managing the Human Side of World. Prentice – Hall, New Jersey.
- Güney, S. (2012). Örgütsel Davranış, 2. Basım, Nobel Akademik Yayıncılık, Ankara.
- Hahn, V. C., Frese, M., Binnewies, C. , Schmitt, A. (2011). Happy and Proactive? The Role of Hedonic and Eudaimonic Well-Being in Business Owners' Personal Initiative. Entrepreneurship Theory and Practice, 36 (1) , S: 97-114.
- Halvorson, H. G. (2011). Nine Things Successful People Do Differently. Harvard Business Review Press, Cambridge, S: 101-110.
- Hançerlioglu, O. (1969). Başlangıcından Bugüne Mutluluk Düşüncesi, Varlık Yayınevi, İstanbul.
- Harter, J., Rath, T. (2012). Wellbeing: Esenlik, İKÜ Yayınevi, İstanbul.
- Hatipoğlu, Z. (2014). Örgütsel Bağlılık Ve İş Tatmini Arasındaki İlişkinin X Ve Y Kuşaklarına Göre Farklılıklarının İncelenmesi. Yayımlanmamış Doktora Tezi, Arel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Hefferon, K ve Boniwell, I. (2014). Pozitif Psikoloji, Kuram, Araştırma ve Uygulamalar. Çeviri Editörü: Tayfun Doğan, Nobel Yayınları, Ankara.
- Hills, P. ve Argyle, M. (2001). The Oxford Happiness Questionnaire: A Compact Scale for The Measurement of Psychological Well-being, Personality and Individual Differences, 33(7), S: 1073-1082.

- Hsieh, T. (2011). Mutluluk Dağıtmak: Karı, Tutkuyu ve Amacı Bulmaya Uzanan Bir Yolculuk. Çeviren: İclal Büyükdevrim Özçelik. Boyner Yayınları, İstanbul.
- Horn, J.E. , Taris, T. W., Schaufeli, W. B. and Schreurs, P. J. G. (2004). The Structure of Occupational Well-being: A Study Among Dutch Teachers. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 77(3), S: 365- 375.
- Hosie, P., Willemyns, M. , Sevastos, P. (2012). The Impact of Happiness on Managers' Contextual and Task Performance. *Asia Pasific Journal of Human Resources*, 50(3), S: 268-287.
- Howell, R. T., Chenot, D., Hill, G., Howell, J. C. (2011). Momentary Happiness: The Role of Psychological Need Satisfaction. *Journal of Happiness Studies*, 12(1), S: 1-15.
- İçöz, A. (2011). Çalışan ve Yönetici İçin İş Hayatı Oyun Kuralları. Cinius Yayınları, İstanbul.
- İslamoğlu, G. (2010). Kurumlarda İyilik de Var. Nobel Yayın Dağıtım, Ankara.
- Johns, G. (1996). *Organizational Behavior: Understanding and Managing Life at Work*. 4th Edition, Harper Collins College Publishers, New York.
- Jones, J. P (2010). *Happiness at Work*. Wiley-BlackWell Publication, United Kingdom.
- Jones, M. D. (2006). Which is a Better Predictor of Job Performance: Job Satisfaction or Life Satisfaction. *Journal of Behavioral& Applied Management*, 8(1) , S: 20-42.
- Johnson, H. A. (2004). The Story Behind Service With a Smile: The Effects of Emotional Labor on Job Satisfaction, Emotional Exhaustion and Affective

Well-Being. Unpublished Master's Thesis, Master of Arts Department of Psychology College of Arts and Sciences, University of South Florida.

Kangal, A.(2013). Mutluluk Üzerine Kavramsal Bir Değerlendirme ve Türk Halkı İçin Bazı Sonuçlar, Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, 12(44), S: 215-229.

Kara, M. M. (2010). İş Tatmini İle Mutluluk ve Başarı Arasındaki İlişkinin İncelenmesi, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Karahan, T. F., Dicle, A. N. ve Eplikoç, H. (2007). Üniversite Öğrencilerinin Stresle Başa Çıkma Tarzlarının Sosyal Beceri Düzeylerine ve Mutluluk Algılarına Göre İncelenmesi. Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi, 40(2), S: 41-61.

Katwyk Wan P.T., Fox S., Spector P.E. ve Kelloway, K. (2000). Using The Job-Related Affective Well-Being Scale (JAWS) to Investigate Affective Responses to Work Stressors. Journal of Occupational Health Psychology, 5(2), S: 219-230.

Koçel, T. (2013). İşletme Yöneticiliği. 13 Baskı, Beta Basım Yayım Dağıtım, İstanbul.

Krause, A. (2013). Don't Worry? Be Happy. Happiness and Reemployment. Journal of Economic Behavior & Organization, 96(12), S: 1-20.

Kreitner, R., Kinicki, A. (2004). Organizational Behavior. 6th Edition, McGraw Hill, New York.

Kuran, E. (2014). Y Kuşağı İdeal İşverenle Nerede, Nasıl Buluşuyor? Harvard Business Review Türkiye, 2(9), S:112-118.



- Kuyucu, M. (2014). Y Kuşığı ve Facebook: Y Kuşığının Facebook Kullanım Alışkanlıkları Üzerine Bir İnceleme, *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 13(49), S: 55-83.
- Lama, D. ve Cudler, H.C. (2008). Türkçesi: Meltem Tayga. *İş Hayatında Mutluluk Sanatı*. Klan Yayınları, İstanbul.
- Linz, S. J., Semykina, A. (2012). What Makes Workers Happy? Anticipated Rewards and Job Satisfaction. *Industrial Relations*, 51(4), S: 811-844.
- Loftus, F. E., Marshall, M. E., Wortman, C. B. (1992). *Psychology*. McGraw-Hill, United States Of America.
- Lu, L. and Shih, J. B. (1997). Sources of Happiness: A Qualitative Approach. *Journal of Social Psychology*, 137(2), S:89-96.
- Luchman, J. N., Kaplan, S. A., Dalal, R. S. (2011). Getting Older and Getting Happier with Work: An Information-Processing Explanation. *Social Indicators Research*, 108(3), S: 535- 552.
- Lyubomirsky, S., Tkach, C. and Dimatteo, R. (2006). What Are The Differences Between Happiness And Self-Esteem? *Social Indicators Research*, 78, S: 363–404.
- Maenapothi, R. (2007). Happiness in the Workplace Indicator. Master's Thesis. Human Resource Development, National Institute of Development Administration.
- Majidi, T., Jafari, P., Hosseini M. A. (2012). The Effect of Stress Management Technique on the Ports and Shipping Organization Employess' Happiness. *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 47(2012), S: 2162-2168.
- Maslow, A. H. (1970). *Motivation and Personality*. Second Edition, Harper & Row, Publishers, United States of America.

- McBride, M. (2010). Money, Happiness and Aspirations: An Experimental Study. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 74(2010), S: 262-276.
- McCord, P. (2014). Netflix İK'yı Nasıl Yeniden Keşfetti? *Harvard Business Review Türkiye*, 3(1-2) (2 aylık özel sayı), S:65-71.
- McKenna, P. (2013). Sizi Mutlu Edebilirim. Çeviren: Barış Satılmış, Pegasus Yayınları, İstanbul.
- Mısırlıgöl, N. (2013). Kilit Yetenekleriniz Kaçmaya Hazırlanıyor. *Harvard Business Review Türkiye*, 2(7-8) (2 aylık özel sayı), S: 30-31.
- Morgan, C. T. (2011). Editörler: Prof. Dr. Sibel KARAKAŞ, Yard. Doç. Dr. Rügzan Eski. *Psikolojiye Giriş*. 19. Baskı, Eğitim Kitabevi, Konya.
- Mucuk, İ. (2013). *Modern İşletmecilik*. 18. Basım, Türkmen Kitabevi, İstanbul.
- Myers, D., Diener, E. (1995). Who Is Happy. *Psychological Science*, 6(1), S10- 17.
- O'Connell, A. (2014). Kenyalılar Otobüs Şoförlerine Neden Bağırır: Sayılarla İlginçlikler. Çeviren: Ümit Şensoy, Optimist Yayınları, İstanbul.
- Özkalp, E. ve diğerleri (2005). *Davranış Bilimlerine Giriş*. 4. Baskı, Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir.
- Page, K. M., Brodrick, D. A. V. (2012). The Working for Wellness Program: RCT of an Employee Well-Being Intervention. *Happiness Studies*, 14, S:1007-1031.
- Pilcher, J. (1995). *Age Generation and Modern Britain*, Oxford University Press, Newyork.

- Plotnik, R. (2009). Psikoloji'ye Giriş. Çeviren: Tamer Geniş, Kaknüs Yayınları, İstanbul.
- Powell, R. M., Schlaster, J. L. (1971). Participative Management A Panacea. Academy of Management Journal, 14(2), S: 165-172.
- Prentiss, C. (2013). Zen ve Mutluluk Sanatı. Çeviren: Nükte Parlaöz, Klan Yayınları, İstanbul.
- Premuzic, T. C., Bennett, E. and Furnham, A. (2007). The Happy Personality: Mediation Role Of Trait Emotional Intelligence. Personality and Individual Differences, 42(2007), S: 1633-1639.
- Rego, A., Ribeiro, N., Cumha, M. P. (2010). Perceptions of Organizational Virtuousness and Happiness as Predictors of Organizational Citizenship Behaviors. Journal of Business Ethics, 93, S: 215-235.
- Rhoades, J.A., Arnold, J. & Clifford, J. (2001). The Role of Affective Traits and Affective States in Disputants Motivation and Behavior During Episodes of Organizational Conflict. Journal of Organizational Behavior, 22(3), S: 329-345.
- Russel, J.A. (1980). A Circumplex Model of Affect. Journal of Personality and Social Psychology, 39(6), S:1161-1178.
- Sabuncuoğlu, Z. ve Tokol, T. (2013). İşletme. 9. Baskı, Beta Basım Yayım Dağıtım, İstanbul.
- Sayar, K. (2014). Beni Sessiz de Sevebilir misin? Timaş Yayınları, İstanbul.
- Sayles, L. R. ve Strauss, G. (1966). Human Behavior in Organizations. Prentice-Hall, New Jersey.

- Schimmack, U., Radhakrisnan, P., Oishi, S., Dzokoto, V., Ahadi, S. (2002). Culture, Personality and Subjective Well-being Integrating Process Models of Life Satisfaction. *Journal of Personality and Social Pshychology*, 82(4), S: 582- 593.
- Schultz, D. P. ve Schultz, S. E. Türkçesi: Yasemin Aslay (2007). *Modern Psikoloji Tarihi*. Kaknüs Yayınları, İstanbul.
- Seligman, M.E.P. ve Csikszentmihalyi, M. (2000). Positive Psychology: An Introduction, *American Psychologist*, 5(14), S: 55-56.
- Selim, S. (2008). Türkiye’de Bireysel Mutluluk Kaynağı Olan Değerler Üzerine Bir Analiz: Multinomial Logit Model. *Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 17(3), S: 345-358.
- Sdorow, M., L. (1993). *Psychology*. Brown& Benchmark Publishers, United States of America.
- Shahar, T. B. (2008). *Daha Mutlu Yaşamak*. Çeviren; Bülent Akat, Elma, Ankara.
- Solmuş, T. (2007). *Endüstriyel Klinik Psikoloji ve İnsan Kaynakları Yönetimi*, Beta Yayınevi, İstanbul.
- Solmuş, T. (2005). İş Yerinde Duygularımız, Stres ve İş Doyumu, *Kariyer.net Dergisi*, 28, S:38-39.
- Solmuş, T. (2008). *İş ve Özel Yaşama Psikolojik Bakışlar*. Epsilon Yayıncılık, İstanbul.
- Schroder, S., Warren, Z. (2005). Get to Know Gen X – and its Segments. *Multichannel News*, 26(12), S:55.
- Schultz, D. P. ve Schultz, S. E. (2007). *Modern Psikoloji Tarihi*. Çeviren: Yasemin Aslay, Kaknüs Yayınları, İstanbul.

- Smola,K. W., Sutton, C. D. (2002). Generational Differences: Revisiting Generational Work Values For The New Millennium. Journal of Organizational Behavior, 23(4), S: 363- 382.
- Solmuş, T. (2008). İş ve Özel Yaşama Psikolojik Bakışlar, Epsilon Yayıncılık, İstanbul.
- Sözbilir, A. (2014). Motivasyon Taktikleri. Capital Aylık İş ve Ekonomi Dergisi, 22(3), S:193-198.
- Sözbilir, A. (2014). Ofisteki Tehlike: Şirketler Çalışan Mutluluğunu Artırma Peşinde. Capital Aylık İş ve Ekonomi Dergisi, 22(7), S:178-184.
- Stewart, H. (2012). The Happy Manifesto, Make Your Organization a Great Workplace. Kogan Page, UK.
- Şahin, N.H. ve Durak – Batıgün, A. (1997). Bir Özel Hastane Sağlık Personelinde İş Doyumu ve Stres. Türk Psikoloji Dergisi, 12(39), S: 57-71.
- Şentürk, E. (2011). Mutluluk Düzeyinin Sosyo-Demografik Özelliklerle Lojistik Regresyon Analizi Aracılığıyla İncelenmesi ve Türkiye İçin Bir Uygulama, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- TDK Yeni Tarama Sözlüğü (1983). Ankara: Türk Dil Kurumu Yayınları.
- Tarhan, N. (2013). Mutluluk Psikolojisi. Timaş Yayınları, İstanbul.
- Tarhan, N., Gümüşel, O., Sayım, A. (2014). Pozitif Psikoloji, Çoklu Zeka Uygulamaları. 4. Baskı, Timaş Yayınları, İstanbul.
- Taris,T. W., Schreurs, P. J. G. (2009). Well-Being And Organizational Performance: An Organizational- Level Test Of The Happy-Productive Worker Hypothesis.

Work & Stress: An International Journal of Work, Health & Organizations, 23(2), S:120-136.

Tevrüz, S. (2000). Endüstri ve Örgüt Psikolojisi, 2. Baskı, Türk Psikologlar Derneği, Ankara.

Thompson, E.P. (1967). "Time, Work-discipline and Industrial Capitalism". Past and Present, 38(12), S: 56-97.

Ünal, Z.M. (2014). Influence of Leaders ' Humor Styles on the Employees' Job Related Affective Well-Being. International Journal of Academic Research in Accounting, Finance and Management Sciences, 4(1), S:201-211.

Vanderberghe, C., Panaccio, A., Bentein, K., Mignonac, K. And Roussel, P. (2011). Assessing Longitudinal Change of and Dynamic Relationships Among Role Stressors, Job Attitudes, Turnover İntention and Well-being in Neophyte Newcomers. Journal of Organizational Behavior, 32, S:652-671.

Vardar, T. (2014). Çalışan Emekliler Sendromu: Çalışanlar Arasında Yaygınlaşan Mutsuzluk ve Mağduriyet Psikolojisi Üzerine Bir İnceleme. Harvard Business Review Türkiye, 2(10), S:113-117.

Veldhoven, M., Dorenbosch, L. (2008). Age, Proactivity and Career Development, Career Development International, 13(2), S: 112-131.

Vernon, M. (2011). Mutluluk için Felsefe. Çeviren: Elçin Karadoğan, Sel Yayıncılık, İstanbul.

Ward, W. J. (1982). The Happy Worker. Management Review, 7, S:82-84.

Warr, P. (1987). Work, Unemployment and Mental Health. Oxford University Press, England.

- Warr, P. (1990). The Measurement of Well-Being and Other Aspects of Mental Health. *Journal of Occupational Psychology*, 63, S:193-210.
- Watson, D. ve Clark, L.A. (1992). On Traits and Temparement: General and Specific Factors of Emotional Experience and Their Relation to the Five – Factor Model. *Journal of Personality*, 60, S:441-476.
- Wilkman, A., Wardle, J., Steptoe, A. (2011). Quality of Life ana Affective Well-Being in Middle-Aged and Older People with Chronic Medical Illneses: A Cross- Sectional Population Based Study. *Plos One*, 6(4), S: 1-9.
- Wilks, D.C. and Neto, F. (2012). Workplace Well-Being, Gender and Age: Examinig the “Double Jeopardy” Effect. *Springer Science and Business Media*, 114, S: 875-890.
- Wilson, W. R. (1967). Correlates Of Avowed Happiness. *Psychological Bulletin*, 67(4), S:294-306.
- Wrigt, D. S., Taylor, A., Davies, D. R., Sluckin, W., Lee, S. G. M., Reason, J. T. (1970). *Introducing Psychology, An Experimental Approach*, Penguin Books, United States of America.
- Wrigt, T. A., Staw, B. M. (1999). Affect and Favorable Work Outcomes: Two Lonitudinal Tests of The Happy- Productive Worker Thesis. *Journal of Organizational Behavior*, 20(1), S: 1-23.
- Uncu, Y., Bayram, N., Bilgel, N. (2006). Job Related Affective Well-being Among Primary Health Care Phycsians. *European Journal of Public Health*, 17(5), S:514-519.
- Yetim, Ü. (2001). *Toplumdan Bireye Mutluluk Resimleri*. Bağlam Yayınları, İstanbul.

Yurtseven, H., R. (2003). Yaşam Kalitesi ve Mutluluk Kaynakları: Türkiye’deki Beş Yıldızlı Konaklama İşletmelerinin Yöneticileri Üzerine Pilot Bir Araştırma. Yönetim Dergisi, 13(46), S: 41-52.

Yüksekbilgili, Z. (2013). Türk Tipi Y Kuşağı, Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, 12(45), S: 342-353.

Zhang, K. ve Bonk, C. J. (2010). “Generational Learners ve E-learning Technologies”. Handbook of Research on Practices and Outcomes in E-learning: Issues and Trends. USA: IGI- Global, S:76-92.

Zizek, S. S., Milfelner, B., Cancer, V. (2013). Measurement of Employess Subjective Well-Being as an Aim of Social Responsibility. Systemic Practice and Action Research, 26(6), S: 549-560.

#### **İnternet Kaynakları:**

[http://erc.europa.eu/sites/default/files/document/file/erc\\_annual\\_report\\_2011.pdf](http://erc.europa.eu/sites/default/files/document/file/erc_annual_report_2011.pdf);

Erişim Tarihi: 07/11/2014.

#### **Gazete Kaynakları:**

Çete, Ş. (2014). Milliyet Gazetesi, 25.04.2014, S:38.

Sözer, B.Ö. Hürriyet Gazetesi İnsan Kaynakları Eki, 12.10.2014, S:8.

Sözer, B.Ö. Hürriyet Gazetesi İnsan Kaynakları Eki, 10.08.2014, S:3.

Sözer, B. Ö. Hürriyet Gazetesi İnsan Kaynakları İş ve Yönetim Eki, 27.04.2014, S:6.



## EKLER

### EK 1: Anket Formu

#### **ÇALIŞAN MUTLULUĞUNUN İŞE İLİŞKİN DUYUŞSAL İYİLİK ALGISI İLE İLİŞKİSİ VE KUŞAKLAR ARASINDAKİ FARKLILIKLARIN İNCELENMESİ**

Değerli Katılımcımız,

Bu anket formu, Arel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yönetim ve Organizasyon Anabilim Dalı'nda Prof. Dr. Gönen DÜNDAR danışmanlığında devam etmekte olan doktora tez çalışmada bilimsel kaynak teşkil etmesi amacıyla hazırlanmıştır.

Devam eden doktora tez çalışmamda; **Mutluluğun, İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı ile olan** ilişkisi belirlenmeye çalışılmaktadır. Yani bireysel mutlulukla iş hayatındaki mutluluğun ilişkisi araştırılacaktır. Formda yer alan ifadelere vereceğiniz cevaplarla çeşitli konulara ilişkin görüşlerinizi aktararak literatürde ve Dünya'da ilk olarak yapılacak bu çalışmaya ve oluşacak bilimsel bilgiye katkıda bulunmuş olacaksınız. Hiçbir ifadenin doğru veya yanlış cevabı yoktur. Önemli olan cevabı içtenlikle ve düşünerek vermenizdir. Bu amaçla hiçbir ifadeyi atlamadan ve boş bırakmadan değerlendirme yaparsanız memnun oluruz. Anket aşağıda belirtilen 3 bölümden oluşmaktadır ve yaklaşık olarak 10-15 dakikanızı ayırmanız yeterli olacaktır.

Demografik Bilgiler

1. Bölüm : Kişisel mutluluğunuz ile ilgili değerlendirmeler
2. Bölüm: İşyerindeki mutluluğunuz ile ilgili değerlendirmeler

Araştırma için kimliğinizin belirlenmesi gerekli olmadığından, anket formlarına isim ve soyadı yazmanız gerekli değildir. Toplanan veriler, kişi veya kurum bazında değil toplu olarak yorumlanacaktır. Cevaplarınızı hiç kimse görmeyecek, kesinlikle gizli kalacak ve anketler sadece benim tarafından bilimsel amaçla değerlendirilecektir.

Ankete ilişkin olarak danışmak istediğiniz tüm sorular/ konular için 0506 542 542 6 numaralı telefondan bana ulaşabilirsiniz.

Değerli vaktinizi ayırıp araştırmama katıldığınız ve bilime katkılarınız için teşekkür ederim.

Saygılarımla,

Gülbeniz AKDUMAN

## DEMOGRAFİK BİLGİLER

Bu bölümün amacı değişik sektörlerde çalışanlar, farklı demografik özelliklere sahip çalışanlar, çalışma süresi kısa/uzun olan çalışanlar arasında doğal olarak olabilecek farklılıkları ortaya çıkarmak için gerekli analizlerin yapılabilmesini sağlamaktır.

Her başlık altında size uygun grubu belirleyip işaretleyiniz. Bu bölümü doldurmayı lütfen ihmal etmeyiniz.

CİNSİYETİNİZ	
Kadın	1 <input type="checkbox"/>
Erkek	2 <input type="checkbox"/>

MEDENİ DURUM	
Bekar	1 <input type="checkbox"/>
Evli	2 <input type="checkbox"/>

ÇOCUK SAYISI	
Çocuğum Yok	1 <input type="checkbox"/>
1 Çocuk	2 <input type="checkbox"/>
2 Çocuk	3 <input type="checkbox"/>
3 Çocuk	4 <input type="checkbox"/>
4 veya Daha Çok Çocuk	5 <input type="checkbox"/>

DOĞUM TARİHİNİZ	
1946 – 1964 Arası	1 <input type="checkbox"/>
1965 – 1979 Arası	2 <input type="checkbox"/>
1980 – 1999 Arası	3 <input type="checkbox"/>

EĞİTİM DURUMUNUZ	
İlkokul	1 <input type="checkbox"/>
Ortaokul	2 <input type="checkbox"/>
Lise ve dengi	3 <input type="checkbox"/>
Ön lisans (2 yıllık yüksek okul)	4 <input type="checkbox"/>
Üniversite	5 <input type="checkbox"/>
Yüksek Lisans	6 <input type="checkbox"/>
Doktora	7 <input type="checkbox"/>

ÇALIŞTIĞINIZ SEKTÖR	
Bilişim	1 <input type="checkbox"/>
Eğitim	2 <input type="checkbox"/>
Finans	3 <input type="checkbox"/>
İnşaat	4 <input type="checkbox"/>
Kimya	5 <input type="checkbox"/>
Lojistik	6 <input type="checkbox"/>
Otomotiv	7 <input type="checkbox"/>
Perakende Mağazacılık	8 <input type="checkbox"/>
Turizm	9 <input type="checkbox"/>
Sağlık	10 <input type="checkbox"/>
Tekstil	11 <input type="checkbox"/>
Akademik	12 <input type="checkbox"/>
Diğer (Lütfen belirtiniz .....)	13 <input type="checkbox"/>

ŞİRKETİNİZDEKİ POZİSYONUNUZ	
Genel Müdür Yardımcısı	1 <input type="checkbox"/>
Direktör	2 <input type="checkbox"/>
Müdür	3 <input type="checkbox"/>
Yönetmen/Şef	4 <input type="checkbox"/>
Uzman	5 <input type="checkbox"/>
Sorumlu / Uzman Yardımcısı	6 <input type="checkbox"/>
Personel	7 <input type="checkbox"/>
Diğer (Lütfen belirtiniz.....)	8 <input type="checkbox"/>

ÇALIŞTIĞINIZ KURUMDAKİ TOPLAM ÇALIŞAN SAYISI	
0-50 Kişi	1 <input type="checkbox"/>
51-100 Kişi	2 <input type="checkbox"/>
101- 500 Kişi	3 <input type="checkbox"/>
501- 1000 Kişi	4 <input type="checkbox"/>
1001- 3000 Kişi	5 <input type="checkbox"/>
3001- 5000 Kişi	6 <input type="checkbox"/>
5001 Kişiden fazla	7 <input type="checkbox"/>

KAÇ YILDIR BU POZİSYONDA ÇALIŞIYORSUNUZ?	
3 – 6 ay	1 <input type="checkbox"/>
7 - 11 ay	2 <input type="checkbox"/>
1 - 3 yıl	3 <input type="checkbox"/>
4 yıl ve üstü	4 <input type="checkbox"/>

KAÇ YILDIR BU KURULUŞTA ÇALIŞIYORSUNUZ?	
3 – 6 ay	1 <input type="checkbox"/>
7 - 11 ay	2 <input type="checkbox"/>
1 - 3 yıl	3 <input type="checkbox"/>
4 yıl ve üstü	4 <input type="checkbox"/>



TOPLAM ÇALIŞMA SÜRENİZ	
3 – 6 ay	1 <input type="checkbox"/>
7 -11 ay	2 <input type="checkbox"/>
1- 2 yıl	3 <input type="checkbox"/>
3 yıl-5 yıl	4 <input type="checkbox"/>
6- 10 yıl	5 <input type="checkbox"/>
11 yıl ve üstü	6 <input type="checkbox"/>

ÇALIŞMA GÜNÜNÜZ NASIL GEÇİYOR	
Mutsuzum, mesai saatinin bitimini sabırsızlıkla bekliyorum.	1 <input type="checkbox"/>
Vallahi bıktım artık, değerimin bilindiği bir yerde çalışmak istiyorum.	2 <input type="checkbox"/>
Sadece para için bu işte çalışıyorum.	3 <input type="checkbox"/>
Ne mutlu ne de mutsuzum, kararsızım.	4 <input type="checkbox"/>
Çok mutluyum, her gün işe istekle gidiyorum.	5 <input type="checkbox"/>

## 1. BÖLÜM

Aşağıda yer alan 28 ifade kişisel mutluluğunuzla ilgilidir. Lütfen her bir ifadeyi dikkatlice okuyup aşağıdaki skalayı kullanarak ne ölçüde katıldığınızı belirtiniz.

1-Kesinlikle katılmıyorum, 2-Katılmıyorum, 3-Kararsızım, 4-Katılıyorum, 5-Kesinlikle katılıyorum

Soru No	Sorular	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
1	Kendimden hoşnut değilim.	1	2	3	4	5
2	Diğer insanlara karşı oldukça ilgiliyim.	1	2	3	4	5
3	Hayatın oldukça ödüllendirici olduğunu düşünüyorum.	1	2	3	4	5
4	Nerdeyse herkese karşı oldukça sıcak duygular besliyorum.	1	2	3	4	5
5	Geleceğim hakkında pek iyimser değilim.	1	2	3	4	5
6	Pek çok şeyi eğlenceli buluyorum.	1	2	3	4	5
7	Yaptığım işlere karşı ilgili ve kendini adayan birisiyim.	1	2	3	4	5
8	Hayat güzeldir.	1	2	3	4	5
9	Dünyanın iyi bir yer olduğunu düşünmüyorum.	1	2	3	4	5
10	Çok gülen birisiyim.	1	2	3	4	5
11	Hayatımdaki her şeyden oldukça memnunum.	1	2	3	4	5
12	Çekici birisi olduğumu düşünmüyorum.	1	2	3	4	5
13	Yaptıklarım ile yapmak istediklerim arasında büyük fark var.	1	2	3	4	5
14	Çok mutluyum.	1	2	3	4	5
15	Çevremdeki güzellikleri fark ederim.	1	2	3	4	5
16	Diğer insanlar üzerinde daima neşeli bir etki bırakırım.	1	2	3	4	5
17	Yapmak istediğim her şeye zaman bulabilirim.	1	2	3	4	5
18	Yaşamımın kontrolü elimde değilmiş gibi hissediyorum.	1	2	3	4	5
19	Kendimi herhangi bir konuda sorumluluk alabilecek güçte hissediyorum.	1	2	3	4	5
20	<u>Zihinsel olarak kendimi tamamen zinde (dinc) hissediyorum.</u>	1	2	3	4	5
21	Genellikle neşeli ve sevinçliyim.	1	2	3	4	5
22	Herhangi bir konuda karar vermekte zorlanırım.	1	2	3	4	5
23	Yaşamımın belirli bir amacı ve anlamı yok.	1	2	3	4	5
24	Kendimi oldukça enerjik hissediyorum.	1	2	3	4	5
25	Genellikle olaylar üzerinde olumlu bir etkim vardır.	1	2	3	4	5
26	Diğer insanlarla birlikte olmaktan keyif almıyorum.	1	2	3	4	5
27	Kendimi çok sağlıklı hissetmiyorum.	1	2	3	4	5
28	Geçmişimle ilgili pek mutlu anılara sahip değilim.	1	2	3	4	5

## 2. BÖLÜM

Aşağıda yer alan 20 ifade iş hayatındaki mutluluğunuz ile ilgilidir. Lütfen her bir ifadeyi dikkatlice okuyarak aşağıdaki skalaya göre değerlendiriniz.

1-Kesinlikle katılmıyorum, 2-Katılmıyorum, 3-Kararsızım, 4-Katılıyorum, 5-Kesinlikle katılıyorum

Soru No	Sorular	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
1	İşim, bende bir huzur duygusu uyandırdı.	1	2	3	4	5
2	İşim, bende can sıkıntısı duygusu yarattı.	1	2	3	4	5
3	İşim, kendimi neşe dolu hissetmemi sağladı.	1	2	3	4	5
4	İşim, bende bir kafa karışıklığı duygusu yarattı.	1	2	3	4	5
5	İşim, bende bir hoşnutluk duygusu uyandırdı.	1	2	3	4	5
6	İşim, bende bir bunalım duygusu yarattı.	1	2	3	4	5
7	İşim, bende bir tiksinti duygusu yarattı.	1	2	3	4	5
8	İşim, bende büyük bir sevinç duygusu uyandırdı.	1	2	3	4	5
9	İşim, bende büyük bir coşku duygusu uyandırdı.	1	2	3	4	5
10	İşim, kendimi heves dolu hissetmemi sağladı.	1	2	3	4	5
11	İşim, kendim, korkmuş gibi hissetmeme neden oldu.	1	2	3	4	5
12	İşim, bende bir hayal kırıklığı duygusu uyandırdı.	1	2	3	4	5
13	İşim, kendimi çok kızgın hissetmeme neden oldu.	1	2	3	4	5
14	İşim, kendimi yorgun hissetmeme neden oldu.	1	2	3	4	5
15	İşim, kendimi tehdit altındaymişim gibi hissetmeme neden oldu.	1	2	3	4	5
16	İşim, bende bir esinlenme duygusu uyandırdı.	1	2	3	4	5
17	İşim, kendimi bezgin hissetmeme neden oldu.	1	2	3	4	5
18	İşim, bende bir memnuniyet duygusu uyandırdı.	1	2	3	4	5
19	İşim, bende bir iftihar duygusu uyandırdı.	1	2	3	4	5
20	İşim, bende bir tatmin duygusu uyandırdı.	1	2	3	4	5

---

**DEĞERLİ KATKILARINIZDAN  
DOLAYI ÇOK TEŞEKKÜR EDERİZ**

---

## EK 2: Normallik Test Sonuçları

### Normallik Testleri

nesil	cinsiyet	Kolmogorov-Smirnov(a)			Shapiro-Wilk			
		Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.	
X nesli	Öznel İyilik Algısı	kadın	,074	180	,019	,988	180	,139
		erkek	,046	147	,200(*)	,991	147	,509
	Pozitif jaws	kadın	,083	180	,005	,980	180	,011
		erkek	,083	147	,014	,980	147	,027
	Negatif jaws	kadın	,102	180	,000	,968	180	,000
		erkek	,114	147	,000	,965	147	,001
	İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı	kadın	,102	180	,000	,977	180	,004
		erkek	,076	147	,039	,980	147	,032
Y nesli	Öznel İyilik Algısı	kadın	,070	177	,035	,988	177	,154
		erkek	,083	122	,040	,990	122	,490
	Pozitif jaws	kadın	,086	177	,003	,977	177	,004
		erkek	,084	122	,036	,977	122	,031
	Negatif jaws	kadın	,096	177	,000	,970	177	,001
		erkek	,087	122	,023	,970	122	,008
	İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı	kadın	,063	177	,085	,980	177	,012
		erkek	,088	122	,020	,982	122	,100

### Normallik Testleri

nesil	medenid	Kolmogorov-Smirnov(a)			Shapiro-Wilk			
		Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.	
X nesli	Öznel İyilik Algısı	bekar	,138	60	,006	,967	60	,101
		evli	,036	267	,200(*)	,994	267	,393
	Pozitif jaws	bekar	,117	60	,039	,957	60	,035
		evli	,078	267	,001	,982	267	,002
	Negatif jaws	bekar	,100	60	,200(*)	,966	60	,088
		evli	,105	267	,000	,968	267	,000
	İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı	bekar	,105	60	,096	,963	60	,066
		evli	,083	267	,000	,980	267	,001
Y nesli	Öznel İyilik Algısı	bekar	,042	130	,200(*)	,993	130	,770
		evli	,092	169	,001	,986	169	,092
	Pozitif jaws	bekar	,098	130	,004	,973	130	,010
		evli	,071	169	,038	,979	169	,011
	Negatif jaws	bekar	,068	130	,200(*)	,964	130	,002
		evli	,097	169	,001	,972	169	,002
	İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı	bekar	,060	130	,200(*)	,977	130	,028
		evli	,076	169	,019	,980	169	,018

**Normallik Testleri**

nesil	çocuk	Kolmogorov-Smirnov(a)			Shapiro-Wilk			
		Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.	
X nesli	Öznel İyilik Algısı	yok	,112	69	,031	,982	69	,408
		1 çocuk	,098	108	,013	,968	108	,010
		2 çocuk	,047	123	,200(*)	,995	123	,951
		3 çocuk ve daha fazla	,091	27	,200(*)	,956	27	,295
	Pozitif jaws	yok	,105	69	,056	,966	69	,057
		1 çocuk	,100	108	,010	,975	108	,039
		2 çocuk	,074	123	,098	,982	123	,094
		3 çocuk ve daha fazla	,137	27	,200(*)	,955	27	,282
	Negatif jaws	yok	,108	69	,046	,957	69	,018
		1 çocuk	,109	108	,003	,964	108	,005
		2 çocuk	,102	123	,003	,967	123	,004
		3 çocuk ve daha fazla	,160	27	,073	,894	27	,010
	İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı	yok	,135	69	,003	,962	69	,036
		1 çocuk	,099	108	,012	,977	108	,063
		2 çocuk	,059	123	,200(*)	,980	123	,067
		3 çocuk ve daha fazla	,117	27	,200(*)	,930	27	,068
Y nesli	Öznel İyilik Algısı	yok	,070	198	,018	,989	198	,135
		1 çocuk	,078	70	,200(*)	,982	70	,404
		2 çocuk	,095	28	,200(*)	,971	28	,614
		3 çocuk ve daha fazla	,262	3	.	,957	3	,600
	Pozitif jaws	yok	,098	198	,000	,974	198	,001
		1 çocuk	,090	70	,200(*)	,973	70	,133
		2 çocuk	,110	28	,200(*)	,971	28	,611
		3 çocuk ve daha fazla	,238	3	.	,976	3	,702
	Negatif jaws	yok	,078	198	,006	,971	198	,000
		1 çocuk	,080	70	,200(*)	,981	70	,346
		2 çocuk	,209	28	,003	,898	28	,010
		3 çocuk ve daha fazla	,292	3	.	,923	3	,463
	İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı	yok	,064	198	,046	,980	198	,006
		1 çocuk	,065	70	,200(*)	,984	70	,493
		2 çocuk	,168	28	,042	,939	28	,103
		3 çocuk ve daha fazla	,353	3	.	,824	3	,174

### Normallik Testleri

nesil	eğitim	Kolmogorov-Smirnov(a)			Shapiro-Wilk			
		Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.	
X nesli	Öznel İyilik Algısı	lise ve dengi	,084	25	,200(*)	,965	25	<b>,522</b>
		ön lisans	,148	17	,200(*)	,943	17	<b>,357</b>
		lisans	,053	185	<b>,200(*)</b>	,991	185	,329
		lisansüstü	,065	99	<b>,200(*)</b>	,990	99	,662
	Pozitif jaws	lise ve dengi	,133	25	,200(*)	,954	25	,314
		ön lisans	,162	17	,200(*)	,953	17	,498
		lisans	,073	185	,019	,984	185	,029
		lisansüstü	,091	99	,042	,971	99	,026
	Negatif jaws	lise ve dengi	,145	25	,188	,910	25	,030
		ön lisans	,224	17	,023	,872	17	,024
		lisans	,091	185	,001	,976	185	,002
		lisansüstü	,106	99	,008	,964	99	,008
	İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı	lise ve dengi	,145	25	,185	,945	25	,197
		ön lisans	,173	17	,188	,921	17	,156
		lisans	,094	185	,000	,980	185	,009
		lisansüstü	,079	99	,134	,978	99	,102
Y nesli	Öznel İyilik Algısı	ilköğretim	,167	9	,200(*)	,956	9	<b>,751</b>
		lise ve dengi	,087	36	,200(*)	,972	36	<b>,495</b>
		ön lisans	,129	27	,200(*)	,957	27	<b>,322</b>
		lisans	,050	144	,200(*)	,990	144	<b>,426</b>
	Pozitif jaws	lisansüstü	,126	83	,002	,953	83	,004
		ilköğretim	,194	9	,200(*)	,928	9	,458
		lise ve dengi	,127	36	,151	,952	36	,120
		ön lisans	,170	27	,045	,941	27	,132
	Negatif jaws	lisans	,078	144	,031	,975	144	,010
		lisansüstü	,095	83	,061	,956	83	,007
		ilköğretim	,182	9	,200(*)	,945	9	,633
		lise ve dengi	,135	36	,097	,934	36	,033
	İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı	ön lisans	,101	27	,200(*)	,954	27	,269
		lisans	,091	144	,006	,973	144	,006
		lisansüstü	,096	83	,054	,966	83	,026
		ilköğretim	,235	9	,164	,913	9	,338
	lise ve dengi	,104	36	,200(*)	,946	36	,078	
	ön lisans	,086	27	,200(*)	,978	27	,811	
	lisans	,083	144	,016	,978	144	,019	
	lisansüstü	,101	83	,036	,964	83	,019	



### Normallik Testleri

nesil	sektör	Kolmogorov-Smirnov(a)			Shapiro-Wilk			
		Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.	
X nesli	Öznel İyilik Algısı	bilişim	,190	6	,200(*)	,930	6	,584
		eğitim	,098	87	,037	,988	87	,586
		finans	,161	16	,200(*)	,964	16	,731
		perakende mağaza	,162	34	,024	,939	34	,056
		sağlık	,057	153	,200(*)	,993	153	,656
		üretim	,105	19	,200(*)	,977	19	,895
		Diğer	,240	12	,055	,899	12	,152
	Pozitif jaws	bilişim	,253	6	,200(*)	,835	6	,119
		eğitim	,103	87	,022	,973	87	,067
		finans	,179	16	,183	,900	16	,082
		perakende mağaza	,104	34	,200(*)	,976	34	,651
		sağlık	,063	153	,200(*)	,973	153	,004
		üretim	,226	19	,012	,935	19	,213
		Diğer	,161	12	,200(*)	,930	12	,383
	Negatif jaws	bilişim	,354	6	,018	,836	6	,121
		eğitim	,093	87	,060	,973	87	,063
		finans	,199	16	,091	,949	16	,470
		perakende mağaza	,171	34	,013	,891	34	,003
		sağlık	,074	153	,042	,978	153	,017
		üretim	,274	19	,001	,777	19	,001
		Diğer	,190	12	,200(*)	,898	12	,148
	İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı	bilişim	,253	6	,200(*)	,861	6	,192
		eğitim	,087	87	,098	,982	87	,255
		finans	,192	16	,118	,912	16	,127
		perakende mağaza	,148	34	,055	,955	34	,169
		sağlık	,060	153	,200(*)	,982	153	,040
		üretim	,220	19	,016	,867	19	,013
Diğer		,236	12	,063	,849	12	,035	
Y nesli	Öznel İyilik Algısı	bilişim	,121	12	,200(*)	,962	12	,818
		eğitim	,086	59	,200(*)	,979	59	,411
		finans	,124	35	,195	,960	35	,223
		perakende mağaza	,070	53	,200(*)	,990	53	,933
		sağlık	,108	82	,019	,975	82	,115
		üretim	,068	47	,200(*)	,985	47	,797
		diğer	,326	11	,002	,799	11	,009
	Pozitif jaws	bilişim	,204	12	,181	,842	12	,030
		eğitim	,116	59	,045	,964	59	,081
		finans	,134	35	,113	,946	35	,085
		perakende mağaza	,074	53	,200(*)	,982	53	,592
		sağlık	,087	82	,191	,958	82	,009
		üretim	,113	47	,168	,972	47	,302
		Diğer	,168	11	,200(*)	,942	11	,541
	Negatif jaws	bilişim	,213	12	,139	,934	12	,428
		eğitim	,122	59	,028	,964	59	,076
		finans	,116	35	,200(*)	,954	35	,153
		perakende mağaza	,109	53	,167	,956	53	,051

İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı	sağlık	,114	82	,010	,972	82	,066
	üretim	,094	47	,200(*)	,961	47	,120
	Diğer	,227	11	,117	,924	11	,350
	bilişim	,162	12	,200(*)	,867	12	,060
	eğitim	,108	59	,084	,964	59	,082
	finans	,095	35	,200(*)	,959	35	,210
	perakende mağaza	,076	53	,200(*)	,977	53	,400
	sağlık	,104	82	,028	,960	82	,011
	üretim	,090	47	,200(*)	,971	47	,293
	Diğer	,158	11	,200(*)	,976	11	,942

**Normallik Testleri**

nesil	pozisyon	Kolmogorov-Smirnov(a)			Shapiro-Wilk			
		Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.	
X nesli	Öznel İyilik Algısı	üst düzey yönetici	,156	21	,199	,946	21	,289
		müdür	,156	32	,045	,911	32	,012
		yönetmen/şef	,144	21	,200(*)	,967	21	,673
		uzman	,060	77	,200(*)	,994	77	,968
		sorumlu/uzm yrd	,081	40	,200(*)	,973	40	,454
		personel	,095	80	,074	,983	80	,363
		eğitmen	,154	8	,200(*)	,917	8	,405
		hekim/doktor	,075	48	,200(*)	,982	48	,663
		Pozitif jaws	üst düzey yönetici	,161	21	,165	,942	21
	müdür		,177	32	,012	,930	32	,039
	yönetmen/şef		,107	21	,200(*)	,967	21	,656
	uzman		,094	77	,092	,979	77	,240
	sorumlu/uzm yrd		,122	40	,136	,956	40	,126
	personel		,114	80	,011	,980	80	,241
	eğitmen		,355	8	,004	,757	8	,010
	hekim/doktor		,102	48	,200(*)	,969	48	,235
	Negatif jaws		üst düzey yönetici	,136	21	,200(*)	,936	21
		müdür	,228	32	,000	,840	32	,000
		yönetmen/şef	,127	21	,200(*)	,973	21	,796
		uzman	,091	77	,179	,977	77	,170
		sorumlu/uzm yrd	,148	40	,027	,943	40	,043
		personel	,082	80	,200(*)	,979	80	,210
		eğitmen	,242	8	,184	,815	8	,041
		hekim/doktor	,115	48	,129	,970	48	,264
İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı		üst düzey yönetici	,095	21	,200(*)	,978	21	,898
	müdür	,257	32	,000	,859	32	,001	
	yönetmen/şef	,120	21	,200(*)	,975	21	,845	
	uzman	,049	77	,200(*)	,989	77	,747	
	sorumlu/uzm yrd	,107	40	,200(*)	,951	40	,079	
	personel	,069	80	,200(*)	,983	80	,387	
	eğitmen	,265	8	,104	,836	8	,068	
	hekim/doktor	,085	48	,200(*)	,978	48	,493	
	Y nesli	Öznel İyilik Algısı	üst düzey yönetici	,192	10	,200(*)	,964	10
müdür			,124	20	,200(*)	,964	20	,636
yönetmen/şef			,087	30	,200(*)	,970	30	,538
uzman			,114	79	,013	,980	79	,258
sorumlu/uzm yrd			,060	44	,200(*)	,975	44	,440
personel			,055	83	,200(*)	,989	83	,697
eğitmen			,327	7	,023	,828	7	,076
hekim/doktor			,116	26	,200(*)	,953	26	,266
Pozitif jaws			üst düzey yönetici	,169	10	,200(*)	,930	10
		müdür	,138	20	,200(*)	,946	20	,306
		yönetmen/şef	,107	30	,200(*)	,982	30	,873
		uzman	,100	79	,048	,952	79	,005

	sorumlu/uzm yrd	,107	44	,200(*)	,949	44	,052
	personel	,093	83	,074	,977	83	,153
	eğitmen	,241	7	,200(*)	,894	7	,298
	hekim/doktor	,118	26	,200(*)	,956	26	,325
Negatif jaws	üst düzey yönetici	,189	10	,200(*)	,853	10	,063
	müdür	,100	20	,200(*)	,959	20	,528
	yönetmen/şef	,171	30	,025	,928	30	,045
	uzman	,083	79	,200(*)	,970	79	,059
	sorumlu/uzm yrd	,110	44	,200(*)	,942	44	,027
	personel	,108	83	,019	,966	83	,026
	eğitmen	,269	7	,136	,882	7	,237
	hekim/doktor	,161	26	,080	,940	26	,134
İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı	üst düzey yönetici	,177	10	,200(*)	,927	10	,415
	müdür	,146	20	,200(*)	,936	20	,200
	yönetmen/şef	,120	30	,200(*)	,973	30	,633
	uzman	,073	79	,200(*)	,966	79	,031
	sorumlu/uzm yrd	,078	44	,200(*)	,952	44	,064
	personel	,100	83	,041	,979	83	,186
	eğitmen	,256	7	,184	,883	7	,242
	hekim/doktor	,160	26	,084	,962	26	,431

### Normallik Testleri

nesil	Pozisyon sure	Kolmogorov-Smirnov(a)			Shapiro-Wilk			
		Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.	
X nesli	Öznel İyilik Algısı	3-6 ay	,106	18	,200(*)	,961	18	,616
		7-11 ay	,296	10	,013	,823	10	,027
		1-3 yıl	,116	30	,200(*)	,933	30	,059
		4 yıl ve üstü	,051	269	,082	,993	269	,237
	Pozitif jaws	3-6 ay	,144	18	,200(*)	,949	18	,415
		7-11 ay	,205	10	,200(*)	,903	10	,236
		1-3 yıl	,213	30	,001	,944	30	,117
		4 yıl ve üstü	,069	269	,003	,984	269	,004
	Negatif jaws	3-6 ay	,114	18	,200(*)	,944	18	,337
		7-11 ay	,219	10	,192	,872	10	,106
		1-3 yıl	,224	30	,001	,917	30	,022
		4 yıl ve üstü	,097	269	,000	,972	269	,000
İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı	3-6 ay	,149	18	,200(*)	,952	18	,451	
	7-11 ay	,167	10	,200(*)	,881	10	,135	
	1-3 yıl	,168	30	,031	,945	30	,122	
	4 yıl ve üstü	,075	269	,001	,983	269	,003	
Y nesli	Öznel İyilik Algısı	3-6 ay	,090	36	,200(*)	,961	36	<b>,229</b>
		7-11 ay	,141	30	,132	,935	30	<b>,066</b>
		1-3 yıl	,081	113	<b>,063</b>	,984	113	,189
		4 yıl ve üstü	,067	120	<b>,200(*)</b>	,989	120	,417
	Pozitif jaws	3-6 ay	,089	36	,200(*)	,977	36	,653
		7-11 ay	,114	30	,200(*)	,959	30	,299
		1-3 yıl	,110	113	,002	,966	113	,006
		4 yıl ve üstü	,090	120	,018	,977	120	,034
	Negatif jaws	3-6 ay	,108	36	,200(*)	,965	36	,313
		7-11 ay	,095	30	,200(*)	,982	30	,887
		1-3 yıl	,074	113	,167	,979	113	,066
		4 yıl ve üstü	,102	120	,004	,961	120	,001
İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı	3-6 ay	,108	36	,200(*)	,970	36	,431	
	7-11 ay	,082	30	,200(*)	,978	30	,758	
	1-3 yıl	,077	113	,092	,979	113	,069	
	4 yıl ve üstü	,100	120	,005	,971	120	,011	

Normallik Testleri

nesil	personelsayı	Kolmogorov-Smirnov(a)			Shapiro-Wilk			
		Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.	
X nesli	Öznel İyilik Algısı	0-50 kişi	,033	216	,200(*)	,996	216	,870
		51-100 kişi	,154	36	,031	,954	36	,139
		101-500 kişi	,136	27	,200(*)	,922	27	,043
		501-1000 kişi	,132	10	,200(*)	,982	10	,974
		1001-3000 kişi	,226	17	,021	,866	17	,019
		3001-5000 kişi	,184	3	.	,999	3	,927
		5000'den fazla	,168	18	,191	,929	18	,186
	Pozitif jaws	0-50 kişi	,064	216	,030	,982	216	,008
		51-100 kişi	,171	36	,009	,964	36	,280
		101-500 kişi	,213	27	,003	,932	27	,076
		501-1000 kişi	,180	10	,200(*)	,887	10	,156
		1001-3000 kişi	,106	17	,200(*)	,978	17	,932
		3001-5000 kişi	,301	3	.	,912	3	,424
		5000'den fazla	,168	18	,192	,924	18	,151
	Negatif jaws	0-50 kişi	,080	216	,002	,978	216	,002
		51-100 kişi	,191	36	,002	,887	36	,002
		101-500 kişi	,230	27	,001	,907	27	,020
		501-1000 kişi	,157	10	,200(*)	,918	10	,343
		1001-3000 kişi	,116	17	,200(*)	,962	17	,665
		3001-5000 kişi	,175	3	.	1,000	3	1,000
		5000'den fazla	,194	18	,072	,880	18	,026
	İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı	0-50 kişi	,062	216	,042	,984	216	,017
		51-100 kişi	,144	36	,059	,939	36	,048
		101-500 kişi	,176	27	,032	,932	27	,079
501-1000 kişi		,167	10	,200(*)	,928	10	,428	
1001-3000 kişi		,115	17	,200(*)	,969	17	,795	
3001-5000 kişi		,322	3	.	,880	3	,324	
5000'den fazla		,231	18	,012	,896	18	,049	
Y nesli	Öznel İyilik Algısı	0-50 kişi	,066	123	<b>,200(*)</b>	,987	123	,268
		51-100 kişi	,108	51	,193	,977	51	<b>,432</b>
		101-500 kişi	,095	26	,200(*)	,963	26	<b>,452</b>
		501-1000 kişi	,196	19	,054	,930	19	<b>,176</b>
		1001-3000 kişi	,138	22	,200(*)	,954	22	<b>,380</b>
		3001-5000 kişi	,183	12	,200(*)	,935	12	<b>,440</b>
		5000'den fazla	,095	46	,200(*)	,954	46	<b>,068</b>
	Pozitif jaws	0-50 kişi	,090	123	,015	,969	123	,006
		51-100 kişi	,091	51	,200(*)	,977	51	,417
		101-500 kişi	,158	26	,095	,885	26	,008
		501-1000 kişi	,121	19	,200(*)	,956	19	,497
		1001-3000 kişi	,227	22	,004	,920	22	,075
		3001-5000 kişi	,153	12	,200(*)	,947	12	,587
		5000'den fazla	,098	46	,200(*)	,976	46	,460
	Negatif jaws	0-50 kişi	,099	123	,005	,968	123	,006

	51-100 kişi	,114	51	,092	,946	51	,021
	101-500 kişi	,162	26	,077	,961	26	,403
	501-1000 kişi	,160	19	,200(*)	,958	19	,524
	1001-3000 kişi	,107	22	,200(*)	,962	22	,521
	3001-5000 kişi	,114	12	,200(*)	,969	12	,901
	5000'den fazla	,083	46	,200(*)	,975	46	,417
İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı	0-50 kişi	,093	123	,010	,967	123	,004
	51-100 kişi	,099	51	,200(*)	,977	51	,410
	101-500 kişi	,107	26	,200(*)	,940	26	,133
	501-1000 kişi	,117	19	,200(*)	,983	19	,969
	1001-3000 kişi	,095	22	,200(*)	,956	22	,416
	3001-5000 kişi	,126	12	,200(*)	,972	12	,934
	5000'den fazla	,079	46	,200(*)	,984	46	,786

### Normallik Testleri

nesil	kurumsüre	Kolmogorov-Smirnov(a)			Shapiro-Wilk			
		Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.	
X nesli	Öznel İyilik Algısı	3-6 ay	,107	19	,200(*)	,980	19	,938
		7-11 ay	,142	20	,200(*)	,950	20	,371
		1-3 yıl	,072	57	,200(*)	,979	57	,405
		4 yıl ve üstü	,062	231	,033	,988	231	,057
	Pozitif jaws	3-6 ay	,172	19	,141	,927	19	,150
		7-11 ay	,183	20	,079	,929	20	,150
		1-3 yıl	,112	57	,072	,978	57	,388
		4 yıl ve üstü	,066	231	,015	,983	231	,006
	Negatif jaws	3-6 ay	,125	19	,200(*)	,960	19	,580
		7-11 ay	,174	20	,115	,904	20	,048
		1-3 yıl	,086	57	,200(*)	,975	57	,288
		4 yıl ve üstü	,108	231	,000	,969	231	,000
	İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı	3-6 ay	,167	19	,173	,937	19	,232
		7-11 ay	,190	20	,058	,923	20	,113
		1-3 yıl	,102	57	,200(*)	,984	57	,661
		4 yıl ve üstü	,076	231	,003	,981	231	,004
Y nesli	Öznel İyilik Algısı	3-6 ay	,090	41	,200(*)	,961	41	,174
		7-11 ay	,111	43	,200(*)	,958	43	,119
		1-3 yıl	,097	108	,015	,983	108	,169
		4 yıl ve üstü	,070	107	,200(*)	,990	107	,608
	Pozitif jaws	3-6 ay	,093	41	,200(*)	,981	41	,723
		7-11 ay	,115	43	,183	,969	43	,286
		1-3 yıl	,090	108	,031	,963	108	,004
		4 yıl ve üstü	,088	107	,039	,973	107	,030
	Negatif jaws	3-6 ay	,146	41	,028	,949	41	,065
		7-11 ay	,134	43	,052	,942	43	,030
		1-3 yıl	,085	108	,052	,974	108	,032
		4 yıl ve üstü	,091	107	,031	,977	107	,060

İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı	3-6 ay	,076	41	,200(*)	,975	41	<b>,491</b>
	7-11 ay	,121	43	,119	,965	43	<b>,219</b>
	1-3 yıl	,072	108	<b>,200(*)</b>	,975	108	,037
	4 yıl ve üstü	,082	107	<b>,072</b>	,979	107	,094

### Normallik Testleri

nesil	toplamsüre	Kolmogorov-Smirnov(a)			Shapiro-Wilk			
		Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.	
X nesli	Öznel İyilik Algısı	1-2 yıl	,273	3	.	,945	3	,548
		3-5 yıl	,151	16	,200(*)	,954	16	,559
		6-10 yıl	,128	32	,196	,947	32	,118
		11 yıl ve üzeri	,047	274	,200(*)	,991	274	,082
	Pozitif jaws	1-2 yıl	,276	3	.	,942	3	,537
		3-5 yıl	,165	16	,200(*)	,949	16	,471
		6-10 yıl	,144	32	,092	,969	32	,476
		11 yıl ve üzeri	,076	274	,001	,982	274	,001
	Negatif jaws	1-2 yıl	,356	3	.	,818	3	,157
		3-5 yıl	,241	16	,014	,887	16	,050
		6-10 yıl	,087	32	,200(*)	,962	32	,304
		11 yıl ve üzeri	,098	274	,000	,971	274	,000
İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı	1-2 yıl	,367	3	.	,794	3	,100	
	3-5 yıl	,174	16	,200(*)	,945	16	,409	
	6-10 yıl	,090	32	,200(*)	,981	32	,817	
	11 yıl ve üzeri	,085	274	,000	,980	274	,001	
Y nesli	Öznel İyilik Algısı	3-6 ay	,161	9	,200(*)	,980	9	,963
		7-11 ay	,287	15	,002	,819	15	,007
		1-2 yıl	,103	39	,200(*)	,979	39	,683
		3-5 yıl	,062	93	,200(*)	,988	93	,569
		6-10 yıl	,118	102	,001	,963	102	,006
		11 yıl ve üzeri	,103	41	,200(*)	,968	41	,291
	Pozitif jaws	3-6 ay	,150	9	,200(*)	,975	9	,934
		7-11 ay	,195	15	,129	,943	15	,424
		1-2 yıl	,155	39	,018	,911	39	,004
		3-5 yıl	,111	93	,007	,962	93	,009
		6-10 yıl	,071	102	,200(*)	,973	102	,035
		11 yıl ve üzeri	,121	41	,140	,970	41	,340
	Negatif jaws	3-6 ay	,205	9	,200(*)	,884	9	,173
		7-11 ay	,149	15	,200(*)	,928	15	,252
		1-2 yıl	,099	39	,200(*)	,965	39	,258
		3-5 yıl	,099	93	,025	,968	93	,023
		6-10 yıl	,090	102	,041	,971	102	,023
		11 yıl ve üzeri	,119	41	,157	,963	41	,196
İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı	3-6 ay	,159	9	,200(*)	,951	9	,701	
	7-11 ay	,096	15	,200(*)	,959	15	,675	
	1-2 yıl	,121	39	,155	,960	39	,183	



3-5 yıl	,084	93	,099	,972	93	,042
6-10 yıl	,085	102	,068	,976	102	,058
11 yıl ve üzeri	,119	41	,154	,978	41	,592

### Normallik Testleri

nesil	çalışma günü	Kolmogorov-Smirnov(a)			Shapiro-Wilk			
		Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.	
X nesli	Öznel İyilik Algısı	mutsuz/sabırsız	,108	44	,200(*)	,978	44	,550
		bıktım/başka yer istiyor	,113	40	,200(*)	,975	40	,515
		sadece para için	,092	53	,200(*)	,979	53	,465
		kararsız	,069	117	,200(*)	,992	117	,759
		çok mutlu	,091	73	,200(*)	,979	73	,271
	Pozitif jaws	mutsuz/sabırsız	,116	44	,162	,940	44	,023
		bıktım/başka yer istiyor	,138	40	,053	,950	40	,076
		sadece para için	,117	53	,068	,968	53	,165
		kararsız	,116	117	,001	,969	117	,009
		çok mutlu	,131	73	,003	,933	73	,001
	Negatif jaws	mutsuz/sabırsız	,100	44	,200(*)	,960	44	,130
		bıktım/başka yer istiyor	,158	40	,014	,925	40	,011
		sadece para için	,092	53	,200(*)	,977	53	,403
		kararsız	,122	117	,000	,967	117	,005
		çok mutlu	,116	73	,016	,931	73	,001
İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı	mutsuz/sabırsız	,089	44	,200(*)	,963	44	,174	

Y nesli	Öznel İyilik Algısı	bıktım/başka yer istiyor	,116	40	,194	,947	40	,062
		sadece para için	,087	53	,200(*)	,981	53	,536
		kararsız	,076	117	,089	,983	117	,152
		çok mutlu	,130	73	,004	,935	73	,001
		mutsuz/sabırsız	,115	21	,200(*)	,955	21	<b>,418</b>
	Pozitif jaws	bıktım/başka yer istiyor	,098	53	,200(*)	,975	53	<b>,331</b>
		sadece para için	,103	38	,200(*)	,980	38	<b>,705</b>
		kararsız	,056	124	<b>,200(*)</b>	,990	124	,525
		çok mutlu	,081	63	<b>,200(*)</b>	,982	63	,472
		mutsuz/sabırsız	,156	21	,196	,927	21	,118
	Negatif jaws	bıktım/başka yer istiyor	,109	53	,169	,960	53	,070
		sadece para için	,186	38	,002	,937	38	,035
		kararsız	,067	124	,200(*)	,984	124	,152
		çok mutlu	,138	63	,005	,931	63	,002
		mutsuz/sabırsız	,219	21	,010	,934	21	,169
	İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı	bıktım/başka yer istiyor	,138	53	,014	,955	53	,044
		sadece para için	,087	38	,200(*)	,966	38	,297
		kararsız	,082	124	,039	,978	124	,040
		çok mutlu	,098	63	,200(*)	,950	63	,012
		mutsuz/sabırsız	,171	21	,109	,904	21	,042
		bıktım/başka yer istiyor	,118	53	,065	,963	53	,101

sadece para için	,076	38	,200(*)	,965	38	,269
kararsız	,076	124	,079	,981	124	,075
çok mutlu	,121	63	,023	,970	63	,134

### İstatistikler

nesil			Öznel İyilik Algısı	Pozitif jaws	Negatif jaws	İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı
X nesli	N	Valid	327	327	327	327
		Missing	0	0	0	0
	Skewness	-.275	-.038	-.247	-.162	
	Std. Error of Skewness	,135	,135	,135	,135	
	Kurtosis	-.201	-.648	-.833	-.763	
Y nesli	N	Valid	299	299	299	299
		Missing	0	0	0	0
	Skewness	-.256	-.230	-.296	-.263	
	Std. Error of Skewness	,141	,141	,141	,141	
	Kurtosis	-.038	-.656	-.694	-.625	
Std. Error of Kurtosis	,281	,281	,281	,281		

### Normallik Testleri

nesil	Kolmogorov-Smirnov(a)			Shapiro-Wilk			
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.	
Öznel İyilik Algısı	X nesli	,045	327	,200(*)	,992	327	,078
	Y nesli	,067	299	,002	,991	299	,063
Pozitif jaws	X nesli	,080	327	,000	,981	327	,000
	Y nesli	,075	299	,000	,978	299	,000
Negatif jaws	X nesli	,104	327	,000	,969	327	,000
	Y nesli	,075	299	,000	,974	299	,000
İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı	X nesli	,085	327	,000	,980	327	,000
	Y nesli	,065	299	,004	,982	299	,001

### Normallik Testleri

nesil		Kolmogorov-Smirnov(a)			Shapiro-Wilk		
		Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
OMÖ	X nesli	,045	327	,200(*)	,992	327	,078
	Y nesli	,067	299	,002	,991	299	,063
JAWS	X nesli	,085	327	,000	,980	327	,000
	Y nesli	,065	299	,004	,982	299	,001