



JOURNAL OF ORIGINAL STUDIES

International Peer-Reviewed and
Open Access Electronic Journal

Uluslararası Hakemli ve Açık
Erişimli Elektronik Dergi

E-ISSN : 2717-719X

DOI : 10.47243/jos



HOLISTENCE
publications

<https://journals.gen.tr/jos>

ISSUE

2

VOLUME/CILT: 2
YEAR/YIL: 2021



E-ISSN: 2717-719X
DOI: 10.47243/jos

International Peer-Reviewed and Open Access Electronic Journal
Uluslararası Hakemli ve Açık Erişimli Elektronik Dergi

Volume/Cilt: 2
Issue/Sayı: 2
July/Temmuz 2021

Web: <https://journals.gen.tr/jos>

E-mail: jos@holistence.com

Address: Sarıcaeli Köyü ÇOMÜ Sarıcaeli Yerleşkesi, Teknopark, No:29,
D.119, Merkez-Çanakkale / TURKEY

ABSTRACTING & INDEXING DİZİN & İNDEKS



PKP|INDEX



ROOTINDEXING
JOURNAL ABSTRACTING AND INDEXING SERVICE



Certificate of Indexing

This is to certify that

Journal of Original Studies

ISSN: 2717-719X

is being indexed by the journalment.com

Certificate was issued on: September 2, 2020

Verification link: https://journalment.com/journal_stat/26638



ABOUT THE JOURNAL

Journal of Original Studies

(E-ISSN: 2717-719X DOI: 10.47243) is an international peer-reviewed and periodical journal that began publishing in 2020. The journal includes original applied studies in the field of social sciences and humanities which have not been published before. It aims to publish qualitative, quantitative and mixed researches involving local, national and international practices and present current research to scientists in the field. Journal of Original Studies is an international refereed Holistence Academy. The journal accepts original applied studies in the field of social sciences and humanities which have not been published before. The manuscripts should be prepared using the following three basic methods:

Quantitative Methods

Qualitative Methods

Mixed Methods

The journal is published two times a year as WINTER (January) and SUMMER (July) periods.

The journal is open to all applied studies in the field of social sciences and humanities. The journal aims to publish current applied researches in the fields of statistics, econometrics, finance, banking, actuary, economics, business, international relations, tourism, philosophy, psychology, sociology, history, management, politics, marketing, geography, literature, arts, sports, etc.

Journal of Original Studies is an open access electronic journal. DOI numbers are assigned to all articles published in the journal.

The language of the studies is Turkish or English. Review articles, theoretical studies, book reviews and technical reports will not be included in the journal.

Send your manuscript to the editor at <https://journals.gen.tr/jos/user/register/>

For any additional information, please contact with the editors at jos@holistence.com

DERGİ HAKKINDA

Journal of Original Studies

(E-ISSN: 2717-719X DOI: 10.47243), 2020 yılında yayın hayatına başlayan uluslararası hakemli ve süreli bir Holistence Academy dergisidir. Dergi, sosyal ve beşeri bilimler alanında hazırlanmış, daha önce hiçbir yerde yayınlanmamış özgün uygulamalı çalışmaları kabul etmektedir. Journal of Original Studies, yerel, ulusal ve uluslararası uygulamaları içeren nitel, nicel ve karma araştırmalar yayınlamayı ve bu alanda çalışan bilim insanlarına güncel araştırmalar sunmayı amaçlamaktadır. Dergiye gönderilecek çalışmalar, aşağıda yer alan üç temel yöntem kullanılarak hazırlanmalıdır:

Nicel Yöntemler

Nitel Yöntemler

Karma Yöntemler

Dergi; KIŞ (Ocak), YAZ (Temmuz) dönemleri olmak üzere yılda 2 sayı olarak yayımlanmaktadır.

Dergi, sosyal ve beşeri bilimler alanındaki tüm uygulamalı çalışmalara açıktır. Dergi istatistik, ekonometri, finans, bankacılık, aktüer, ekonomi, işletme, uluslararası ilişkiler, turizm, felsefe, psikoloji, sosyoloji, tarih, yönetim, politika, pazarlama, coğrafya, edebiyat, sanat alanlarında güncel araştırmalar yayınlamayı amaçlamaktadır.

Journal of Original Studies, açık erişimli elektronik bir dergidir. Dergide yayımlanan tüm makalelere DOI numarası atanmaktadır.

Derginin yayın dili Türkçe ve İngilizce'dir.

Yazılar, Makale Takip Sistemi üzerinden elektronik ortamda gönderilmektedir.

Makalelerinizi, <https://journals.gen.tr/jos/user/register/> adresinden online olarak yükleyebilirsiniz.

Ayrıntılı bilgi için:

jos@holistence.com

adresine mail atabilirsiniz.

OWNER OF THE JOURNAL/ DERGİNİN SAHİBİ

HOLISTENCE PUBLICATION

EDITORS/EDİTÖRLER

Chief Editor / Baş Editör
Niay KÖLEOĞLU

Assist Prof. Dr., Çanakkale Onsekiz Mart University, Biga Faculty of Economics and Administrative Sciences, Department of Business Administration, Çanakkale, TURKEY

MANAGING EDITOR/SORUMLU YAZI İŞLERİ MÜDÜRÜ

Laura AGOLLI

Oakland University Masters in Public Administration with specialization in Healthcare Administration, USA,
e-mail: laura@holistence.com

LANGUAGE EDITOR/DİL EDİTÖRÜ

Melis MÜLAZIMOĞLU

Assit. Prof. Dr., Ege University, Faculty of Literature, Department of American Culture and Literature, İzmir, TURKEY

TECHNICAL EDITOR/ TEKNİK EDİTOR

Cumali YAŞAR

Dr., Çanakkale Onsekiz Mart University, Education Faculty, Department of Computer and Instructional Technology Education, Çanakkale, TURKEY

DESIGNER / TASARIM

İlknur HERSEK SARI

Holistence Academy, Turkey
e-mail: ilknur@holistence.com

Contact / İletişim Bilgileri

Adress: Sarıcaeli Köyü ÇOMÜ Sarıcaeli Yerleşkesi No:29, D.119, Merkez-Çanakkale / TURKEY

Tel: +90 530 638 7017

WEB : <https://journals.gen.tr/arts/index>

e-mail: jos@holistence.com

EDITORIAL BOARD / EDİTORYAL KURUL

Prof. Dr. Şahamet BÜLBÜL

Fenerbahçe University, Faculty of Economics and Administrative Sciences, Department of Economics, TURKEY.

Prof. Dr. Sergii BURLUTSKI

Donbass State Engineering Academy, Department of Enterprise Economy, UKRAINE, e-mail: magistrdr@gmail.com

Prof. Dr. Mehmet ŞAHİN

Çanakkale Onsekiz Mart University, Lapseki Vocational School, Banking and Finance Programme, TURKEY, e-mail: mehmetshahin@comu.edu.tr

Prof. Dr. Harald WEYDT

Europa Universitaet Viadrina Frankfurt/Oder, Faculty of Social and Cultural Sciences, GERMANY, e-mail: harald.pechlaner@eurac.edu

Prof. Dr. Eden MAMUT

Universitatea Ovidius Constanta, Institute for Nanotechnology and Alternative Energy Sources, ROMANIA, e-mail: eden.mamut@et-is.eu

Prof. Dr. Dilek ALTAŞ

Marmara University, Faculty of Economics, Department of Econometrics, TURKEY, e-mail: dilekaltas@marmara.edu.tr

Prof. Dr. Ahmet Mete ÇILINGİRTÜRK

Marmara University, Faculty of Economics, Department of Econometrics, TURKEY, e-mail: acilingi@marmara.edu.tr

Assoc. Prof. Dr. Özge UYSAL ŞAHİN

Çanakkale Onsekiz Mart University, Faculty of Çanakkale Applied Sciences, Department of Health Management, TURKEY, e-mail: ozge@comu.edu.tr

Assoc. Prof. Dr. Nurida NOVRUZOVA

Baku Slavic University, Department of Linguistic, AZERBAIJAN, e-mail: n.nurida@yahoo.com

Assoc. Prof. Dr. Ekaterina ARABSKA

University of Agribusiness And Rural Development, BULGARIA, e-mail: earabska@uard.bg

Assoc. Prof. Dr. Christian RUGGIERO

Sapienza University di Rome, Department of Communication and Social Research, ITALY, e-mail: christian.ruggiero@uniroma1.it

Dr. İbrahim DEMİR

University of South Carolina, Arnold School of Public Health, Department of Health Services Policy and Management, USA, e-mail: demiri@mailbox.sc.edu

Dr. Ceyhun ÖZGÜR

Valparaiso University, Applied Statistics Faculty, USA, e-mail: Ceyhun.Ozgur@valpo.edu

REFEREES IN THIS ISSUE / BU SAYININ HAKEMLERİ

Assoc. Prof. Dr. Aysen ŞİMŞEK KANDEMİR

Kocaeli University / TURKEY

Assoc. Prof. Dr. Mahmut KARA

Van Yüzüncü Yıl University / TURKEY

Assist. Prof. Dr. Meltem İRTEŞ GÜLŞEN

Anadolu University, TURKEY

Assist. Prof. Dr. Merve ERTOK ONURLU

Çanakkale Onsekiz Mart University / TURKEY

Assist. Prof. Dr. Sabiha Sevinç ALTAŞ

Sakara University / TURKEY

Assist. Prof. Dr. Murat GÜL

Giresun University / TURKEY

CONTENTS / İÇİNDEKİLER

ARAŞTIRMA MAKALESİ/RESEARCH ARTICLE

- Pozitif örgütsel davranışın örgütsel bağlılık üzerindeki etkisi
*Effect of positive organizational behaviour on organizational
commitment* 69
Zeynep Mert

ARAŞTIRMA MAKALESİ/RESEARCH ARTICLE

- Otomobil sahipliğini etkileyen faktörlerin farklı regresyon
modelleri ile incelenmesi 79
*Examining the different factors affecting automobile ownership with
regression models*
Şenol Çelik

ARAŞTIRMA MAKALESİ/RESEARCH ARTICLE

- Constructing the image of soldiers by using newspaper media
during the final phase of war in Sri Lanka 87
Ashawarie Karunanayake

"This page is left blank for typesetting"



HOLISTENCE
publications

Bu sayfa dizgiden dolayı boş bırakılmıştır

ARAŞTIRMA MAKALESİ/RESEARCH ARTICLE

Pozitif örgütsel davranışın örgütsel bağlılık üzerindeki etkisi¹

Effect of positive organizational behaviour on organizational commitment

Zeynep Mert



Psikolog, Tezli Yüksek Lisans Öğrencisi, Kırıkkale Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yönetim ve Organizasyon Bölümü, Tezli Yüksek Lisans Programı, TÜRKİYE, e-mail: zeynepmert17@gmail.com

Öz

Bu çalışmanın amacı; örgütsel alanda yeni bir konu olan pozitif örgütsel davranışın, literatürde pek çok araştırma yapılmış örgütsel bağlılık üzerinde etkisi olup olmadığını belirlemektir. Araştırmanın örneklemini İstanbul ilinde faaliyet gösteren beş farklı imalat işletmesinde çalışan 179 kişi oluşturmaktadır. Araştırmada veri toplama yöntemi olarak anket yöntemi kullanılmıştır. Anket formu üç bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde demografik bilgiler, ikinci bölümde pozitif örgütsel davranış ölçeği, üçüncü bölümde ise örgütsel bağlılık ölçeği yer almaktadır. Araştırma sonucu elde edilen veriler istatistiksel olarak analiz edilmiştir. Bu analizler frekans dağılımı, korelasyon analizi ve basit doğrusal regresyon analizidir. Korelasyon analizi sonucunda, pozitif örgütsel davranış ve örgütsel bağlılık arasında pozitif yönlü, istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki olduğu bulunmuştur. Ayrıca basit doğrusal regresyon analizine göre; pozitif örgütsel davranış ve örgütsel bağlılık arasında istatistiksel açıdan anlamlı, pozitif bir ilişki olduğu belirlenmiştir.

Anahtar kelimeler: pozitif psikoloji, pozitif örgütsel davranış, örgütsel bağlılık

Abstract

The purpose of this study is to determine whether positive organizational behavior, which is a new subject in the organizational field, has an effect on organizational commitment, which has been researched in the literature. The sample of the study consisted of 179 employees working in five different manufacturing companies in Istanbul. Survey technique was used as data collection technique in the research. The questionnaire form consists of three parts. The first part includes demographic information, the second part includes the positive organizational behavior scale, and the

¹ Bu makale yüksek lisans tezinden çıkarılmıştır.

Citation/Atıf: MERT, Z. (2021). Pozitif örgütsel davranışın örgütsel bağlılık üzerindeki etkisi. *Journal of Original Studies*. 2(2), 69-77, DOI: 10.47243/jos.2.2.01



third part includes the organizational commitment scale. The data obtained as a result of the research were analyzed statistically. These analyzes are frequency distribution, correlation analysis and simple linear regression analysis. As a result of the correlation analysis, it was found that there is a positive, statistically significant relationship between positive organizational behavior and organizational commitment. In addition, according to simple linear regression analysis; It was determined that there is a statistically significant and positive relationship between positive organizational behavior and organizational commitment.

Keywords: positive psychology, positive organizational behavior, organizational commitment

1. GİRİŞ

Psikoloji biliminin odak noktası uzun yıllar boyunca psikolojik hastalıklar ve kişilerin olumsuz yanları olmuştur. Psikolojinin başlangıçtaki amaçları salt bu olmasa da II. Dünya Savaşı, ekonomik buhranlar gibi o dönemin durumsallığı bunu gerektirmiştir. Ancak Seligman (1998) insanların olumlu yönlerine odaklanmayı ve bu özellikleri geliştirmeyi öne sürmüştür. Seligman ve arkadaşları ile başlayan bu yeni fikir akımının temelleri 2000'lerin başında atılmıştır. Psikolojinin yeni bir dalı olan "pozitif psikoloji" oldukça ses getirmiştir. Pozitif psikologlara göre, pozitif psikolojinin amacı, odağı bireylerin yanlışlarından alıp doğrularına; zayıf taraflarından alıp güçlü yanlarına yöneltmektir.

Pozitif psikolojinin örgütsel davranış alanına yansması "pozitif örgütsel davranış" olarak adlandırılmaktadır. Pozitif örgütsel davranış kısaca, çalışanların eksik yönlerini değil güçlü yönlerini öne çıkarmayı ifade etmektedir. Pozitif örgütsel davranış ile beraber örgütsel sermaye türlerine (geleneksel ekonomik sermaye, beşeri sermaye ve sosyal sermaye) psikolojik sermaye eklenmiştir. Psikolojik sermaye dört bileşenden oluşmaktadır: umut, öz yeterlik, iyimserlik ve psikolojik dayanıklılık. Bu dört bileşene sahip çalışanlar başarılı ve motivasyonludur. Dolayısıyla psikolojik sermayesi yüksek çalışanlar, örgütlerine rekabet avantajı sağlamaktadır. Ancak örgütler için bu çalışanları bünyesine katmak kadar gelişimlerini sağlamak da önemlidir. Pozitif örgütsel davranış bunu amaçlamaktadır.

Örgütsel bağlılık kapsamında birçok çalışma yapılmıştır. Bu çalışmada örgütsel alanda görece yeni bir konu olan pozitif örgütsel davranış çerçevesinde örgütsel bağlılığın incelenmesi, pozitif örgütsel davranış ile örgütsel bağlılık arasında ilişki olup olmadığı, varsa ilişkilerin yönünü ve gücünü belirlemek amaçlanmaktadır. Araştırmanın yapılacağı sektör olarak imalat sektörü seçilmiştir. Bu bağlamda çalışmanın hipotezleri şu şekildedir:

H1: Pozitif örgütsel davranış ve örgütsel bağlılık

arasında ilişki vardır.

H2: Pozitif örgütsel davranışın örgütsel bağlılık üzerinde etkisi vardır.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Pozitif Örgütsel Davranış

Hızla değişen dünyada insan odaklı yönetim şekilleri artmaktadır. Çalışanlarına değer veren işletmelerin rekabet avantajı elde etmesi bunun nedenlerinden biridir. Örgütlerinin fikirlerine, bir birey olarak kendilerine önem verildiğini algılayan çalışanların iş tatmini, performans, örgütsel bağlılıklarının arttığı çeşitli araştırmalarla kanıtlanmıştır.

Pozitif Örgütsel Davranış, Fred Luthans (2002) ve Thomas Wright (2003)'ün öncülüğünde, "örgütsel davranışa pozitif bakış açısı" katan bir akımdır. Luthans (2002a) pozitif örgütsel davranış; örgütlerde performansı iyileştirmek için pozitif yönelimli, ölçülebilir, geliştirilebilir ve yönetilebilir, insan kaynaklarına ilişkin çalışma ve uygulama, şeklinde tanımlamıştır. Pozitif örgütsel davranış savunan araştırmacılar, örgütlerin başarıyı yakalayabilmesi için örgütsel davranışlara pozitif bir pencereden bakılması gerektiğini vurgulamaktadır.

Pozitif düşünceler, kavramlar aslında birçok kişisel gelişim kitabına, çok satan kitaplara konu olmuştur. Ancak teorik bir alt yapısı ve araştırmaları yoktur. Pozitif örgütsel davranışın diğer popüler pozitifçi düşüncelerden ayrılabilmesi için, ölçülebilir kriterine yani teori ve araştırmalara sahip olması gerekmektedir (Luthans, 2002a: 57).

Örgütsel alanda genel kabul gören pozitif örgütsel davranış için belirlenmiş beş kapsam kriteri vardır (Luthans, Youssef ve Avolio, 2007):

1. Kavramlar teori ve araştırma temelli olmalıdır.
2. Özellikle insan kaynakları alanında performansa etki etmelidir.
3. Geçerlik ve güvenilirliği test edilmiş ölçme araçları olmalıdır.
4. Kavramlar olumlu yönleri içermelidir.

5. Kavramlar trait-like değil, state-like olmalıdır; değişime ve gelişime açık olmalıdır.

Pozitif örgütsel davranış psikolojik sermayeyi ve dört boyutunu içermektedir. Bu boyutlar; öz yeterlik, iyimserlik, umut ve psikolojik dayanıklılıktır.

2.1.1. Öz Yeterlik

Öz yeterlik kavramı ilk kez Bandura (1986) tarafından tanımlanmıştır. Bandura (1994) öz yeterliği, "bireyin, belli bir performansı göstermek için gereken faaliyetleri planlayıp, başarıya yetenekleri hakkında kendine olan inancı" şeklinde tanımlamaktadır (akt. Aşkar ve Umay, 2001: 1). Bandura'ya göre bu inançlar bireyin herhangi bir alandaki davranışlarının etkileri veya sonuçları hakkında beklentilerini etkilemektedir. Zira bireyin yeteneklerine inancı yoksa süreç içinde daha az çaba sarf edecektir.

Stajkovic ve Luthans (1998) öz yeterliği, bireyin, spesifik bir işi (ödevi) başarıyla tamamlamaya yönelik bilişsel kaynaklarına, motivasyonuna ve becerilerine olan inancı şeklinde tanımlamaktadır.

Öz yeterlik tanımındaki anahtar nokta, öz yeterliğin göreve ve duruma özgü olmasıdır. Dolayısıyla öz yeterlik, liderlere ve çalışanlara verilen duruma özel görevlerle geliştirilebilmektedir (Luthans, 2002b: 63). Bandura'ya göre bireyin öz yeterliğinin gelişmesinde görev alan dört kaynak bulunmaktadır:

1. Ustalık deneyimleri: Bireyler yaptıkları eylemlerin etkililiğini değerlendirip öz yeterliklerini buna göre yorumlamaktadırlar. Başarılı olarak yorumlanan durumlar öz yeterlik inancını artırırken, başarısız olarak yorumlanan deneyimler öz yeterlik inancını düşürmektedir.
2. Dolaylı deneyimler: Birey model aldığı kişinin pekiştirilen davranışını gördüğünde aynı davranış, bireyde de pekiştirilmektedir. Benzer şekilde, modelinin bir davranıştan dolayı cezalandırıldığını görürse, birey de o davranıştan kaçınma eğilimi gösterecektir. Bu noktada rol model ile bireyin özellikleri ne kadar örtüşürse dolaylı deneyimler kaynağı o kadar etkili olmaktadır (Erkutlu, 2015: 79).
3. Sözel ikna: Bireylerin güvendikleri kişilerden gelen, görevi başarabileceklerine dair sözlerdir. Bu ikna edici sözler bireylerin öz yeterlik inancını olumlu yönde etkilemektedir. İşverenler, yöneticiler, liderler çalışanlarını, verilen görevleri ve işleri başarıyla yapabilecekleri konusunda yeterli olduklarına inandırmalı ve başarılarını onaylamalıdır.
4. Fiziksel ve duygusal uyarılma: Olumlu ruh

hali bireylerin öz yeterlik inançlarını artırırken, olumsuz ruh hali öz yeterliklerinin azalmasına sebep olmaktadır. Bu nedenle, bireyleri olumsuz ruh halinden arındırmak öz yeterliği artırma yöntemlerinden biridir (Bandura, 1994).

Örgütler öz yeterliğin, çalışanların başarıları üzerindeki etkisini gözden kaçırmamalıdır. Çalışanların var olan öz yeterliklerinin geliştirilebilmesi için bu dört kaynaktan yararlanılabilir.

2.1.2. İyimserlik

Literatürde iyimserliğin yapılmış birçok tanımı bulunmaktadır. Scheir ve Carver (1985: 26)'a göre iyimserlik, genellenmiş olumlu sonuç beklentileridir. Goleman (2009: 128) iyimserliği, hayatın tüm zorluklarına rağmen, yaşamda her şeyin iyi gideceğine olan inanç, beklenti ve duygu, olarak tanımlamaktadır.

İyimserlik düzeyi yüksek bireyler düşük olan bireylere oranla daha etkili başa çıkma yöntemleri kullanma eğilimindedir (Grotkowski ve Miller, 2019: 1). Örgütsel alana bakıldığında iyimser çalışanlar, motivasyonu ve beklentileri yüksek, olumlu hedefleri olan, güçlükler karşısında azimli bireylerdir (Çalışkan ve Erim, 2010: 265).

Çalışanların iyimserliklerinin geliştirilmesi için geçmişte yaşanan başarısızlıklar reel çerçevede değerlendirilmelidir. Bu değerlendirmede; çalışanların olumsuz olaylardaki sorumlulukları yok sayılmamalı ancak çok fazla üzerinde durmadan olumlu olaylara odaklanmaları sağlanmalıdır (Battal, 2013; akt. Erkutlu, 2015: 142).

Pozitif Örgütsel Davranış içinde gerçekçi iyimserlikten bahsedilmektedir (Luthans, 2002a: 65). Gerçekçi iyimserlik, bireylere olayları hem iyimser hem kötümser açıklamaya ve bu açıklama stillerini duruma adapte etmeye imkân sağlamaktadır (Luthans ve Youssef, 2004: 156).

2.1.3. Umut

Pozitif psikolog Rick Snyder (2000), umudu; araçlar ve yollardan oluşan, başarısına ulaşmak üzerine temellenmiş bilişsel bir durum olarak tanımlamaktadır. Tanımdan da anlaşılacağı üzere Snyder umudun iki boyutlu olduğunu savunmuştur: araçlar ve yollar. Umudun ilk ögesi amaca ulaşmaya yönelik azimdir (araçlar). İkinci ögesi ise amaca ulaşmadaki yolların planıdır (yollar).

Staats ve Stassen (1985) ise umudu; geleceğe yönelik olumlu beklentilerin olumsuz beklentilerden yüksek olması, şeklinde tanımlamıştır. Bireylerin hedeflere

sahip olması onları motive etmektedir. Bu hedeflere giden yolda engellerle karşılaştıklarında takip edecekleri alternatif yollar yaratmaları gerekmektedir. Eş deyişle, umut düzeyi yüksek bireyler hedeflerine başarıyla ulaşabilmek için hem irade gücüne hem de yöntemlere sahiptir (Luthans, Youssef ve Avolio, 2007: 63; akt. Erkutlu, 2015: 17).

Literatürdeki çalışmalarda, umut düzeyi yüksek bireylerin, umut düzeyi düşük bireylere göre daha fazla alternatif yollar bulabildikleri kanıtlanmıştır (Kutanis ve Yıldız, 2014: 147). Umut düzeyi yüksek kişilerin hedefleri nettir, insanlarla kolayca etkileşime girerler ve değişimlere kolay adapte olmaktadır (Luthans, 2002a: 62).

Umutla ilgili yapılan araştırmalarda, liderlerin umut düzeylerinin; işletmedeki finansal performansa, çalışanların iş tatminine ve çalışanların örgütte çalışmaya devam etmelerine anlamlı ve pozitif yönlü etkisinin olduğu belirlenmiştir (Luthans ve Youssef, 2004: 153). Luthans (2002a: 63-64) işletmelerde umudu geliştirmek ve yönetmek için bazı öneriler sunmaktadır:

- Amaç belirleme (Belirli hedefler koymak)
- Kademeliendirme (Hedefleri belirginleştirmek, adım adım küçük başarılarla ilerlemek)
- Katılımcı inisiyatif (Çalışanların, örgütlerinin bugünü ve geleceğinde kendi kontrolleri olduğunu hissetmesi)
- Yöneticilerin çalışanlarına güvendiğini göstermesi, onları cesaretlendirmesi
- Hazırlıklı olma (Umudun yollarını veya yol gücü boyutunu geliştirdiği görülmüştür.)
- Acil durum planlama (Hedeflere alternatif ve acil yollar geliştirme)
- Zihinsel prova (Belirli durumlarla ilgili zihinsel provalar yapmak)
- Yeniden hedef belirleme (Bireylerin, hedefe gidilen yolda engellerle karşılaştığında ne zaman ve nasıl yeni hedef belirleneceğini öğrenmeleri gerekmektedir.)

2.1.4. Psikolojik Dayanıklılık

Benard (1991)'e göre psikolojik dayanıklılık; stresli ve zorlu koşullarla karşılaştığında bireyin uyum sürecini kolaylaştıran özellikler ve koruyucu sistemler bütünüdür (akt. Erkutlu, 2015: 98). Keleş (2011: 348) ise psikolojik dayanıklılığı, bireylerin olumsuz durumlarla baş etme ve başarılı olma yeteneği olarak tanımlamaktadır.

Masten ve diğ. (1990) psikolojik dayanıklılık kavramını üç temel nitelikte açıklamıştır: (1)

Olumsuz yaşantılara karşın var olan zorlukları aşım beklenilenden daha fazla gelişim gösteren bireylerin ayakta kalabilmelerini sağlayan özellik. Örneğin, çok zor koşullarda büyümüş birinin ünlü olması. (2) Stresli yaşantılar (örneğin, boşanma) karşısında bireyin hızlı uyum sağlayabilme yeteneği. (3) Travmaları atlama. Örneğin, doğal afet yaşama.

Yöneticilerin ve çalışanların psikolojik dayanıklılık kapasitelerinin etkenlik ve performans artışına pozitif etkisinin olduğu kanıtlanmıştır (Luthans, 2002b: 702). Dolayısıyla örgütler için çalışanların psikolojik dayanıklılığı önemlidir. Örgütlerde psikolojik dayanıklılığı geliştirmek için Masten (2001) üç farklı strateji önermiştir: Varlık odaklı stratejiler, risk odaklı stratejiler ve süreç odaklı stratejiler. Varlık odaklı stratejiler, risklerin varlığına rağmen, olumlu çıktılarını olasılıklarını arttıran kaynaklara vurgu yapmaktadır. Varlıkları arttırarak veya güçlendirerek bireyin güçlenmesini sağlayan stratejilerdir. Risk odaklı stratejiler, istenmeyen çıktılarını olasılıklarını arttıran riskleri ve stres faktörlerini azaltma üzerine odaklanmaktadır. Bireyleri riskli deneyimlerden uzak tutmayı hedefleyen stratejilerdir. Son olarak süreç odaklı stratejiler ise diğer stratejilerin aksine; bireyin yaşamını değiştirebilecek etkiler yaratmaya odaklanmaktadır (Masten ve Reed, 2002; Luthans ve Youssef, 2004: 156).

Bireylerin yaşamları boyunca karşılaşılabilecekleri zorlukların altından kalkabilmesi ve hemişyerinde hem de özel yaşamlarında fiziksel ve ruhsal olarak sağlıklı olabilmeleri konusunda psikolojik dayanıklılığın önemi göz ardı edilemez. Dolayısıyla yöneticilerin / işverenlerin, çalışanlarının, geliştirilebilen bir olgu olan psikolojik dayanıklılıklarını geliştirmeye yönelik çalışmalar yapmaları gerekmektedir (Jackson vd., 2007: 7; akt. Erkutlu, 2015: 115).

2.1.5. Psikolojik Sermaye

Global iş dünyasının karmaşıklaşması, rekabet düzeyinin artması ve teknolojik değişim ve gelişimlere uyum sağlama çabaları, bireylerin hem iş hem özel yaşamlarındaki baskıyı arttırmaktadır. Bu baskı, çalışanların psikolojilerini olumsuz yönde etkilemekte ve tatminsizlik, performans düşüklüğü gibi durumlara sebebiyet vermektedir. Örgütler çalışanlarının daha verimli olmalarını sağlayabilecek yöntemleri, rekabet avantajı kazanabilecekleri sermaye türlerini incelemekte ve araştırmaktadır. Son yıllarda örgütlerin bu araştırmalarına ve ihtiyaçlarına yanıt veren yeni bir sermaye türü ortaya çıkmıştır: psikolojik sermaye.

Tanım olarak psikolojik sermaye; (1) Zorlu görevlerde başarıya ulaşmak için gerekli çabayı göstermeyi sağlayacak güvene (öz yeterliliğe) sahip olma; (2) Şimdiki zamanda ve gelecekte başarılı olabileme ihtimaline dair pozitif yönde beklenti (iyimserlik); (3) Hedeflere ulaşma noktasında azimli olma ve başarıyı elde etmeye dönük yeni yollara yönelebileme (umut etme) ve (4) Problemlerle ya da olası sıkıntılarla yüz yüze gelindiğinde kendini toparlayabilme ve bu noktada ısrarcı bir tutum sergileyebilmedir (psikolojik dayanıklılık) (Luthans vd., 2007: 3).

Psikolojik sermaye genel olarak "kim olduğumuz" ve "pozitif gelişim sayesinde ne olabileceğimizi" belirtmektedir (Luthans, Youssef ve Avolio, 2007; Erkutlu, 2015: 132). Enrick (2005) psikolojik sermayeyi "bireyin verimlilik amacıyla ekonomik, beşeri ve sosyal sermayeleri başarılı bir şekilde örgüte taşıyabilme yeteneği" şeklinde tanımlamaktadır. Psikolojik sermaye, bireylerin psikolojik olarak pozitif yönde gelişmesidir (Erkutlu, 2015: 132). Günümüz örgütlerinde, pozitif örgütsel davranış, performans geliştirmek için, pozitif odaklı insanın güçlü yönleri ve ölçülebilir, geliştirilebilir, yönetilebilir bir sermaye olan psikolojik sermaye uygulanmaktadır (Luthans ve Youssef, 2004: 152).

Psikolojik sermaye, bireylerin ne olduklarına ve gelecekte ne olacaklarına odaklanmaktadır (Erkuş ve Fındıklı, 2013: 304). Psikolojik sermaye çeşitli boyutların birleşimidir. Bu boyutlar; öz yeterlik, umut, iyimserlik ve psikolojik dayanıklılıktır. Bu boyutların etkisinin her birinin toplamıyla etkileşime girip sinerji oluşturmaktadır. Ancak bütün yani psikolojik sermaye, parçaların yani umut, öz yeterlik, psikolojik dayanıklılık ve iyimserliğin toplamından daha büyüktür (Çelik vd., 2014: 564). Bu sinerji sonucunda çalışanların performansında, iyi oluş halinde, örgütsel iklimde istenilen seviyeye daha kolay ulaşılabilir (Tösten ve Özgan, 2017: 869).

2.2. Örgütsel Bağlılık

Örgütler için mal ve hizmet üretmek ne kadar önemliyse çalışanların yaptıkları işten, çalıştıkları örgütten memnun olmaları da o kadar önemlidir. Örgütüne bağlılık duyan çalışanların işten ayrılmaları zor olmaktadır. Diğer türlü çalışan örgütünü değiştirmek isteyecek, bu da örgüt için maliyet yaratacaktır. Bu nedenle örgütlerin sahip olduğu insan kaynağı giderek daha çok önem arz etmektedir. Örgütünden memnun çalışanlar örgütü benimseyecek ve örgütün hedeflerine ulaşması için daha çok çabalayacaklardır. Burada da "örgütsel bağlılık" kavramı öne çıkmaktadır. Örgütsel

bağlılık, çalışanların örgütte kalma isteği ve örgütün amaçlarına, değerlerine olan bağlılığıdır (Doğan ve Kılıç, 2007: 38).

Mowday ve diğ. (1979: 226) örgütsel bağlılığı; çalışanların örgütün amaç ve değerlerine güçlü inancı ve kabulü, örgüt adına kayda değer çaba harcamaya isteklilik ve örgüt üyeliğini sürdürmek için güçlü bir arzu şeklinde tanımlamıştır.

Örgütsel bağlılık, çalışanın kendi çıkarları yanında örgütün çıkarlarını da düşünmesi, benimsemesi ve bu çıkarlara odaklanıp çabalamasıdır. Örgütsel bağlılık düzeyi yüksek çalışan, örgütün çıkarına olan durumlar için çabalayacak ve gönüllü olarak görev almak isteyecektir. Çalışanın bu tutumu, örgütteki diğer çalışanların da örgüte karşı pozitif bir tutum sergilemelerinde önemli bir etkidir (Sarıyıldız, 2020: 6).

Örgütler açısından bakıldığında, bağlılık, çalışanların performanslarının beklenilenden yüksek olmasını ve daha iyi iş fırsatları karşısında çalışanın örgütünden ayrılmamasını sağlamaktadır (Stup, 2006: 2). Örgütsel bağlılık düzeyi yüksek bireyler, örgütün amaçlarını isteyerek benimsemektedirler. Ayrıca bu kişiler, örgüt yararına durumlar için çabalarken üst düzey performans göstereceklerdir. Çünkü örgütsel bağlılık duygusu çalışanları içsel olarak güdülemektedir. Başka bir deyişle, biri onları denetleyeceği için üst düzey performans sergilemezler; kendileri etkinliği veya görevi başarıyla tamamlamak istedikleri için üst düzey performans göstermektedirler (Becker, 1960).

3. YÖNTEM

3.1. Araştırmanın Amacı

Araştırmanın temel amacı pozitif örgütsel davranışın örgütsel bağlılık üzerinde etkisi olup olmadığını, varsa yönünü ve derecesini tespit etmektir. Bu temel amacın yanında, pozitif örgütsel davranış boyutlarıyla örgütsel bağlılık arasındaki ilişkiyi incelemek de bu çalışmanın amaçları arasındadır.

3.2. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Araştırmanın evrenini İstanbul ilinde faaliyet gösteren imalat işletmeleri oluşturmaktadır. Bu işletmelerden üç tanesi kolayda örnekleme yöntemiyle seçilmiştir. Seçilen işletmelerin imal ettiği ürünler; banyo ve mutfak armatürleri, kart ve kapı koludur. Bu işletmelerin yetkilileriyle görüşülüp gerekli izinler alındıktan sonra üç şirkete toplam 400 anket dağıtılmıştır. Anketler şirkete göre farklılık gösterse de ortalama 2 hafta sonra toplanmıştır. Bu

anketlerden 223 tanesi geri toplanabilmıştır. Ancak 179 tanesi değerlendirmeye uygun bulunmuştur.

179 çalışanın 36'sı kadın 143'ü erkektir. Örneklemde;

18-23 yaş arası yirmi sekiz kişi, 24-29 yaş arası otuz bir kişi, 30-35 yaş arası yirmi sekiz kişi, 36-41 yaş arası otuz yedi kişi, 42-47 yaş arası yirmi dokuz ve 48 yaş

Tablo 1. Katılımcıların Yaş Ve Cinsiyet Açısından Sıklık Ve Yüzdeliği

Cinsiyet	N	%
Kadın	36	20,1
Erkek	143	79,9
Yaş	N	%
18-23	28	15,6
24-29	31	17,3
30-35	28	15,6
36-41	37	20,7
42-47	29	16,2
48 ve Üzeri	26	14,5

Tablo 2. Pearson Korelasyon Analizi

		Pozitif Örgütsel Davranış	Cinsiyet	Kıdem	Örgütsel Bağlılık	Yaş
Pozitif Örgütsel Davranış	Pearson	1	,061	,106	,495**	,174*
	Correlation					
	Sig. (2-tailed)		,418	,156	,000	,020
	N	179	179	179	179	179
Cinsiyet	Pearson	,061	1	,227**	,093	,163*
	Correlation					
	Sig. (2-tailed)	,418		,002	,218	,029
	N	179	179	179	179	179
Kıdem	Pearson	,106	,227**	1	,120	,650**
	Correlation					
	Sig. (2-tailed)	,156	,002		,109	,000
	N	179	179	179	179	179
Örgütsel Bağlılık	Pearson	,495**	,093	,120	1	,184*
	Correlation					
	Sig. (2-tailed)	,000	,218	,109		,014
	N	179	179	179	179	179
Yaş	Pearson	,174*	,163*	,650**	,184*	1
	Correlation					
	Sig. (2-tailed)	,020	,029	,000	,014	
	N	179	179	179	179	179

üzeri yirmi altı kişi bulunmaktadır (bkz. Tablo 1).

Tablo 2; pozitif örgütsel davranış, örgütsel bağlılık, yaş, kıdem ve cinsiyet arasındaki ilişkileri göstermektedir. Yapılan korelasyon analizi sonucunda pozitif örgütsel davranış ve örgütsel bağlılık arasında pozitif yönlü, istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki olduğu bulunmuştur ($r=0,495$; $p<0,01$). Ayrıca yapılan bu analiz ile pozitif örgütsel davranışın örgütsel bağlılık üzerinde etkisi olduğu belirlenmiştir. Bu durumda H1: "Pozitif örgütsel davranış ve örgütsel bağlılık arasında ilişki vardır." hipotezi desteklenmiştir.

Tablo 2 incelendiğinde, pozitif örgütsel davranış ve yaş arasında pozitif yönlü, anlamlı ilişki bulunmuştur ($r=0,174$; $p<0,05$). Aynı şekilde, örgütsel bağlılık ve yaş arasında da pozitif yönlü, istatistiksel açıdan anlamlı ilişki olduğu belirlenmiştir ($r=0,650$; $p<0,01$). Pozitif örgütsel davranış ve cinsiyet ($r=0,061$; $p<0,05$), pozitif örgütsel davranış ve kıdem ($r=0,106$; $p<0,05$), örgütsel bağlılık ve cinsiyet ($r=0,093$; $p<0,05$), örgütsel bağlılık ve kıdem ($r=0,120$; $p<0,05$) arasında ilişkiler olsa da

istatistiksel açıdan anlamlı değildir.

Tablo 3 incelendiğinde, bağımsız değişkenin (pozitif örgütsel davranış) bağımlı değişkendir (örgütsel bağlılık) değişimin %24,5'ini ($R^2= 0.245$) açıkladığı görülmektedir.

Tablo 4 incelendiğinde; p değerine baktığımızda anlamlı olduğu görülmektedir ($F= 57,494$; $p=,000$). Model anlamlı bir şekilde örgütsel bağlılığı açıklamaktadır.

Tablo 5 incelendiğinde, pozitif örgütsel davranış ve örgütsel bağlılık arasında istatistiksel açıdan anlamlı, pozitif bir ilişki vardır ($t=7,582$; $p=0,000$). Bu bağlamda H2: "Pozitif örgütsel davranışın örgütsel bağlılık üzerinde etkisi vardır." hipotezi kabul edilmiştir.

4. SONUÇ VE TARTIŞMA

İmalat işletmelerinde çalışanların pozitif örgütsel davranış ve örgütsel bağlılık düzeyleri arasındaki ilişkiyi ve bu ilişkinin yönünü ortaya koymak amacıyla

Tablo 3. Basit Doğrusal Regresyon Analizi Model Özeti

Model	R	R ²	Düzeltilmiş R ²	Tahminin Standart Hatası
1	,495 ^a	,245	,241	,53547

a. Yordayıcılar: (Sabit), Pozitif örgütsel davranış

Tablo 4. Basit Doğrusal Regresyon Analizi ANOVA

Model	Kareler Toplamı	df	Ortalama Kare	F	p
1 Regresyon	16,485	1	16,485	57,494	,000 ^b
Artan	50,751	177	,287		
Toplam	67,236	178			

b. Yordayıcı: (Sabit), Pozitif örgütsel davranış

Tablo 5. Basit Doğrusal Regresyon Analizi Katsayılara

	Standardize Edilmemiş Katsayılar		Standardize Katsayılar	t	p
	B	Std.Hata			
Sabit	1,373	,248		5,539	,000
Pozitif Örgütsel Davranış	,475	,063	,495	7,582	,000

a. Bağımlı Değişken: Örgütsel Bağlılık

yapılan bu çalışmanın örneklemini İstanbul ili imalat işletmelerinde çalışan 179 işgörenden oluşmaktadır. Bu örneklemini oluşturan çalışanların %79,9'u gibi büyük bir kısmı erkek çalışanlardan oluşurken %20,1'lik kısmı kadın çalışanlardan oluşmaktadır. TÜİK Ocak 2021 verilerine göre; sanayide çalışan erkek sayısı 4.473.000, kadın sayısı 1.377.000 olarak belirlenmiştir (TÜİK, 11.01.2021). Dolayısıyla imalat sanayi işletmelerinde uyguladığımız bu çalışmada erkek çalışan oranının yüksek çıkması beklenen bir durumdur.

Araştırmada pozitif örgütsel davranış düzeyinin örgütsel bağlılık düzeyini olumlu yönde etkilediği bulunmuştur. Yani araştırmaya katılanların pozitif örgütsel davranış düzeyleri arttıkça örgütsel bağlılık düzeyleri de artmaktadır. Bu durum, örgütler için oldukça faydalı, istenilen bir durumdur. Çünkü pozitif örgütsel davranış düzeyi yüksek çalışan motive ve verilen görevlerde başarılı, gayretli çalışırlar. Bunun yanında örgütsel bağlılığının da yüksek olması örgütlere rekabet avantajı sağlamaktadır.

Araştırmanın sonucu, Seçgin (2013)'in havacılık sektöründe uygulamasını yapmış olduğu tez çalışması ile benzeşmektedir. Seçgin (2013) tez çalışmasında, psikolojik sermaye bileşenlerinin duygusal bağlılık ve normatif bağlılığı kısmen etkilediği sonucuna ulaşmıştır.

Araştırmanın uygulandığı dönem COVID-19 pandemisi dönemidir. Bu bağlamda dönemi incelediğimizde; işsizliğin arttığı, birçok firmanın, kuruluşun iflas ettiği; açık olanların toplam kapasitesinin yarısıyla çalıştığı; bazı firmaların zarar ettiği veya pandemi öncesine kıyasla daha az kâr ile çalışabildiği görülmektedir. Dolayısıyla çalışanların iş kaygısı yaşamaları olağandır. Bu nedenle ölçükleri yanlı doldurmuş olma ihtimallerini göz ardı etmemek gerekmektedir.

Araştırmanın sınırlılıklarından biri örneklemin küçük olmasıdır (n=179). Ancak tüm dünyayı etkileyen COVID-19 pandemisinde yapıldığı için şirketlere ulaşmak ve ölçükleri uygulamak pandemi öncesine oranla zor olmuştur. Yetkili kişilerle görüşülüp izin alınan bazı şirketler pandemi döneminde çalışmamış, bazılarında ise çalışan sayısı azalmıştır. Bu durum araştırma öncesi planlanan örneklem sayısına ulaşamamaya sebep olmuştur. Sonuçta, araştırmanın sınırlılıklarından biri bu durumdur.

Ayrıca örneklemdaki cinsiyet sayılarının yakın veya eşit sayıda olmaması (kadın:36, erkek: 143) bu çalışmanın sınırlılıklarından bir diğeridir.

Bunun dışında, uygulanan ölçüklerde çalışanların araştırmanın yapıldığını bilmelerinden kaynaklanan etkilerin (Hawthorne Etkisi) de olabileceği dikkate alınmalıdır.

Sonuç olarak bu çalışmanın, çalışanların pozitif örgütsel davranış ve örgütsel bağlılık düzeyleri arasındaki ilişkileri incelemesi ve bu ilişkinin yönünü belirlemesi açısından önemli olduğu düşünülmektedir. Ayrıca bu çalışma, çalışanların pozitif örgütsel davranış ve örgütsel bağlılık düzeyleri arasındaki ilişkinin daha geniş boyutlu, daha detaylı ve evreni daha iyi temsil edecek geniş bir örneklemin olduğu farklı çalışmalarla incelenmesi konusunda teşvik edici bir araştırma olduğu düşünülmektedir. Bu çalışmanın, ülkemiz bağlamında yeni araştırılan pozitif örgütsel davranış literatürüne katkı sağlayacağına inanılmaktadır. Örgütler, çalışanlarının pozitif örgütsel davranış düzeylerini belirlemeli ve her bir boyutun düzeyini yükseltmek için çalışmalar yapmalıdır. Bu sayede hem çalışanlar daha verimli, motive ve gayretli çalışacak hem de örgütsel bağlılık düzeyleri yükselecektir. Sonuç olarak bu durum, örgütlere rekabet avantajı sağlayacaktır.

KAYNAKÇA

- AŞKAR, P., & UMay, A. (2001). Perceived computer self-efficacy of the students in the elementary mathematics teaching programme. *Hacettepe University Journal of Education*, 21(1), 1-8.
- BANDURA, A. (1994). Self-efficacy. *Encyclopedia of Human Behavior* (Ed: V. Ramachaudran). New York: Academic Press. s. 71-81.
- BECKER, H.S (1960). Notes on the concept of commitment. *Am. J. Sociol.* 66: 32-40
- ÇALIŞKAN, S. C. & ERİM, A. (2010). Pozitif örgütsel davranış değişkenleri (pod) ile yeni araştırma modelleri kurma arayışları: Pod'nin işe adanmışlık, tükenmişlik ve sinizm üzerindeki etkileri. 18. *Ulusal yönetim ve organizasyon kongresi bildiriler kitabı*, 658-670.
- ÇELİK, M., TURUNÇ, Ö., & BİLGİN, N. (2014). Çalışanların örgütsel adalet algılarının psikolojik sermaye üzerine etkisi: çalışanların iyilik halinin düzenleyici rolü. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 16(4), 559-585.

- DOĞAN, S., & KILIÇ, S. (2007). Örgütsel Bağlılığın Sağlamasında Personel Güçlendirmenin Yeri Ve Önemi. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*(29), 37-61.
- ERKUŞ, A., & FINDIKLI, M. A. (2013). Psikolojik sermayenin iş tatmini, iş performansı ve işten ayrılma niyeti üzerindeki etkisine yönelik bir araştırma. *Istanbul University Journal of the School of Business Administration*, 42(2).
- ERKUTLU, H. V. (2015). Pozitif örgütsel davranış. Ankara: *Akademisyen Kitabevi*.
- GOLEMAN, D. (2009). *Emotional intelligence*. Moscow.
- GROTKOWSKI, K., & MILLER, S. A. (2019). Optimists or optimistic: Replication of a taxometric study on optimism. *Journal of Research in Personality*, 82, 103854.
- KELEŞ, H. N. (2011). Pozitif Psikolojik Sermaye: Tanımı, Bileşenleri Ve Örgüt Yönetimine Etkileri. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 3(2), 343-350.
- KUTANIS, R. Ö., & YILDIZ, E. (2014). Pozitif Psikoloji İle Pozitif Örgütsel Davranış İlişkisi Ve Pozitif Örgütsel Davranış Boyutları Üzerine Bir Değerleme. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 5(11), 135-154.
- LUTHANS, F. (2002a). The need for and meaning of positive organizational behavior. *Journal of Organizational Behavior: The International Journal of Industrial, Occupational and Organizational Psychology and Behavior*, 23(6), 695-706.
- LUTHANS, F. (2002b). Positive organizational behavior: *Developing and managing psychological strengths*. *Academy of Management Perspectives*, 16(1), 57-72.
- LUTHANS, F., & YOUSSEF, C. M. (2004). Human, Social And Now Positive Psychological Capital Management: Investing In People For Competitive Advantage. *Organizational Dynamics*, 33, 143-160.
- LUTHANS, F., YOUSEFF, C. M., & AVOLIO, B. J. (2007). *Psychological Capital: Developing The Human Competitive Edge*. New York: Oxford University Press.
- MASTEN A.S., MORISON P., PELLEGRINI D. & TELIEGEN A. (1990). Competence under stress: risk and protective factors. In J. Rolf, A. S. Masten, D. Cicchetti, K. H. Nuechterlein S. Weintraub (Eds.), *Risk and protective factors in the development of psychopathology* (pp. 236-256). New York: Cambridge University Press.
- MASTEN, A. S. & REED, M. G. J. (2002). Resilience in development. *Handbook of positive psychology*, 74, 88.
- MOWDAY, R. T., STEERS, R. M., & PORTER, L. W. (1979). The measurement of organizational commitment. *Journal of vocational behavior*, 14(2), 224-247.
- SARIYILDIZ, A.Y. (2020). Örgütsel Bağlılık ve İş Etiği. Ankara: Nobel Bilimsel Eserler, Birinci Basım, ISBN: 978-625-7173-58-2.
- SEÇGİN, S. (2013). *Pozitif Örgütsel Davranışın Örgütsel Bağlılık Üzerindeki Etkilerini Belirlemeye Yönelik Eskişehir Havacılık Sektöründe Yapılan Bir Araştırma*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Anadolu Üniversitesi, Eskişehir.
- SCHEIER, M. F. & CARVER, C. S. (1985). Optimism, coping, and health: assessment and implications of generalized outcome expectancies. *Health psychology*, 4(3), 219. Scheier, M. F., & Carver, C. S. (1985). Optimism, coping, and health: assessment and implications of generalized outcome expectancies. *Health psychology*, 4(3), 219.
- SELIGMAN, M. E. (1998). Positive Psychology, Positive Prevention, And Positive Therapy. *Handbook of positive psychology*, 1(1998), 3-12.
- STAJKOVIC, A. D., & LUTHANS, F. (1998). Self-efficacy and work-related performance: A meta-analysis. *Psychological bulletin*, 124(2), 240.
- STUP, R. E. (2006). *Human resource management, organizational commitment, and perceived organizational support in dairy farm businesses*. The Pennsylvania State University.
- TÖSTEN, R. & ÖZGAN, H. (2017). Öğretmenlerin pozitif psikolojik sermayelerine ilişkin algılarının incelenmesi. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 16(62), 867-889.

"This page is left blank for typesetting"



HOLISTENCE
publications

Bu sayfa dizgiden dolayı boş bırakılmıştır

Otomobil sahipliğini etkileyen faktörlerin farklı regresyon modelleri ile incelenmesi

Examining the different factors affecting automobile ownership with regression models

Şenol Çelik



Doç. Dr., Bingöl Üniversitesi, Ziraat Fakültesi, Biyometri ve Genetik ABD, Bingöl, TÜRKİYE, e-mail: senolcelik@bingol.edu.tr

Öz

Bu çalışma, nüfus, tüketici fiyat indeksi (TÜFE), karayolu uzunluğu, GSYİH ve dolar kuru değişkenleri kullanılarak kişi başına otomobil sahipliğini tahmin etmek amacıyla yapılmıştır. Bu amaçla, çalışmada kullanılan veri setine çoklu regresyon analizi uygulanmıştır. Yapılan analizde çoklu bağlantı sorunu olduğu görülmüştür. Bu sorunu gidermek için alternatif regresyon yöntemlerinden Ridge, Lasso ve Elastic-Net regresyon yöntemleri uygulanmıştır. Ridge, Lasso ve Elastic-Net regresyon yöntemleri için belirleme katsayıları sırasıyla 0.953, 0.976 ve 0.952; düzeltilmiş belirleme katsayıları sırasıyla 0.932, 0.972 ve 0.943 bulunmuştur. Aynı yöntemler için hata kareler ortalamaları sırasıyla 6.044, 4.461 ve 4.655 bulunmuştur. Elde edilen bu sonuçlara göre, alternatif modellerinden en küçük hata kareler ortalaması ve en büyük belirleme katsayısına sahip Lasso regresyon yönteminin en uygun yöntem olduğu görülmüştür.

Anahtar kelimeler: Çoklu bağlantı, en küçük kareler, Ridge, Lasso, Elastic-Net

Abstract

The aim of the study is to estimate the ownership of automobiles per capita using variables such as population, Consumer Price Index (CPI), road length, GDP, and exchange rate of the dollar. For that purpose, multiple regression analysis is applied on the data set in this study. It was found that a multicollinearity problem has occurred in the analysis performed. Regression methods from alternative regression methods such as Ridge, Lasso, and Elastic-Net are used to solve this problem. It has been found that the coefficient of determination for Ridge, Lasso, and Elastic-Net regression methods are 0.953, 0.976, and 0.952, respectively; adjusted coefficients of determination are 0.932, 0.972, and 0.943, respectively. The

Citation/Atıf: ÇELİK, Ş. (2021). Otomobil sahipliğini etkileyen faktörlerin farklı regresyon modelleri ile incelenmesi. *Journal of Original Studies*. 2(2), 79-85, DOI: 10.47243/jos.2.2.02

Corresponding Author/ Sorumlu Yazar:
Şenol Çelik
E-mail: senolcelik@bingol.edu.tr



Bu derginin içeriği Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 Uluslararası Lisansı altında lisanslanmıştır.

Content of this journal is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.

mean squared errors for the same methods are found to be 6.044, 4.461, and 4.655, respectively. According to the results obtained, it is seen that the Lasso regression method is the most suitable method with the smallest mean squared error and the largest coefficient of determination from the alternative models.

Keywords: Multicollinearity, least squares, Ridge, Lasso, Elastic-Net

1. GİRİŞ

Kara yolu ulaşımında ilk akla gelen ulaşım aracı olan otomobiller, ilk imal edildiğinden günümüze kadar teknolojinin de gelişmesiyle beraber günden güne evrim geçirmiş, insanlar arasında en önemli ulaşım aracı olmuştur. Otomobil, sağladığı yoğun teknolojik donanımlarla bireylerin hem taşıma ihtiyacını gidermiş hem de bireyler için bir tutku olmuştur (Yayar ve ark., 2015).

Otomobil insanların gerek günlük kullanımı, gerekse dinlenme, eğlenme ve gezi gibi ihtiyaçlarını da karşılamaktadır. Tüketiciler otomobil satın alarak maddi ihtiyaçlarının yanında, çeşitli psikolojik ihtiyaçlarını da karşılamaktadırlar (Akay, 2003).

Önceleri lüks ürün grubunda yer alan otomobiller günümüzde neredeyse zorunlu ürün haline gelmiştir. Bunun temel sebeplerden birisi, günümüz şehirleşme koşullarıdır (Zhang ve ark., 2018). Büyük şehirlerde çalışma hayatındaki hızlı gelişim ve uzak mesafe gibi nedenlerle kişiler kimi zaman toplu taşıma yerine otomobile yönelmektedir. Otomobilin zaman içerisinde gelişimi incelendiğinde, icadından bu yana birçok yönüyle değişime uğramıştır. Bu değişim sadece teknoloji yönüyle değil, donanımdaki değişim nedeniyle artık bireyler için bir tutku olma özelliği göstermektedir. Öyle ki artık otomobil, sahibinin kişiliği hakkında bilgi verecek kadar hayatın içine müdahil olmuştur. Çünkü günümüzde tüketiciler kendi kişilik özelliklerini en iyi yansıtan otomobillere yönelmektedir (Dinç, 2010).

Tüketiciler otomobillerden çeşitli amaçlarla yararlanmak ve kullanmak, yenilik, prestij, gösteriş ve statü kazanmak gibi sebeplerle otomobil sahibi olmak isterler. Otomobili özgürlük ve yaşam kolaylığı olarak algılayanların da sayısı az değildir (Arslan, 2003).

Yapılan literatür taramasına göre bireylerin otomobil tercihi üzerinde çeşitli faktörlerin etkili oldukları ilgili araştırmacılar tarafından bildirilmiştir. Kişisel (demografik) faktörler (Bayraktar, 2004; Zengin, 2012; Aktuğlu ve Temel, 2006), psikolojik faktörler (Türkyay, 2011; Fettahloğlu, 2008), sosyal faktörler (Ak, 2009; Zengin, 2012) bunlardan bazılarıdır. Uluslararası

literatürde, son zamanlarda tüketicilerin otomobil tercihinde etkili olan iletişim kanalları üzerine çeşitli çalışmalar yapılmıştır (Rijnsoever ve ark., 2009; Rijnsoever ve ark., 2012; Kulkarni ve ark., 2012; Jun Park ve Yeom, 2014).

Türkiye’de 2021 yılı Mart ayında toplam motorlu taşıt sayısı 24 454 396 iken bu rakamın 12 293 727’si (%54.36) yani yarıdan fazlası otomobillerdir (TÜİK, 2021b). 2021 yılı ilk 4 ay içinde 68302 adet ölümlü ve yaralamalı trafik kaza sayısının 33589’u (%49.18) yani yarıya yakını otomobillere aittir (EGM, 2021). Buradan otomobillerin trafikte gerek taşıt sayısı gerekse trafik kazası bakımından önemli bir yere sahip olduğu anlaşılmaktadır. İnsanların günlük yaşantısında da otomobil sahibi olmanın ne kadar önemli olduğu ortaya çıkmaktadır.

Bu çalışmada bireylerin otomobil sahibi olmasını etkileyen faktörlerin çoklu regresyon modeli ve alternatif regresyon modelleriyle (Ridge, Lasso ve Elastic-Net regresyon modelleri) incelenmesi ve önemli faktörlerin belirlenmesi amaçlanmıştır.

2. MATERYAL VE YÖNTEM

2.1. Materyal

Çalışmada kullanılan veriler Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK)’nun www.tuik.gov.tr web sitesinde bulunan Tablo 1’de sunulan değişkenlere aittir. 1000 kişi başına düşen otomobil sayısı verileri <https://biruni.tuik.gov.tr/medas/?kn=89&locale=tr> web sitesinden, TÜFE (Tüketici fiyat indeksi) verileri <https://biruni.tuik.gov.tr/medas/?kn=84&locale=tr> web sitesinden, il ve devlet karayolu Karayolları Genel Müdürlüğü’nün www.kgm.gov.tr web sitesinden alınmıştır. Kişi başına Gayri Safi Yurt İçi Hasıla (GSYİH) ve dolar kuru Dünya Bankası’na ait <https://www.yillaragore.com/yillara-gore-gayrisafi-milli-hasila-gsmh/> web adresinden alınmıştır. Türkiye’de 2007-2020 yılları arasındaki değişkenlerin (x1, x2, x3, x4 ve x5) otomobil sahipliğini etkileyen faktörler araştırılmıştır. Verilerin regresyon analizi R programı ile yapılmıştır. R Studio programı içinde “glmnet” paketi kullanılmıştır.

Tablo 1. Türkiye’de 2007-2020 yılları arası otomobil sahipliği, nüfus, TÜFE, karayolu uzunluğu, GSYİH ve dolar kuru değerleri

Yıllar	y	x1	x2	x3	x4	x5
2007	92	70586256	145.77	61912	9656	1.17
2008	95	71517100	160.44	62023	10931	1.52
2009	98	72561312	170.91	62219	8980	1.51
2010	102	73722988	181.85	62785	10560	1.55
2011	109	74724269	200.85	62930	11205	1.92
2012	114	75627384	213.23	63255	11588	1.79
2013	121	76667864	229.01	63496	12480	2.14
2014	127	77695904	247.72	63754	12112	2.32
2015	134	78741053	269.54	64278	11019	2.91
2016	142	79814871	292.54	64619	10833	3.54
2017	149	80810525	327.41	64962	10616	3.82
2018	151	82003882	393.88	65174	9693	5.27
2019	150	83154997	440.5	65171	9492	5.95
2020	157	83614362	504.81	65110	7604	7.35

y: 1000 kişiye düşen otomobil sayısı, x1: Nüfus, x2: TÜFE, x3: İl ve devlet karayolu uzunluğu, x4: Kişi başına GSYİH (\$), x5: Dolar kuru.

Bağımlı değişken: y: 1000 kişiye düşen otomobil sayısı, Bağımsız değişkenler: Diğer tüm değişkenlerdir (x1, x2, x3, x4 ve x5).

Yöntem

Çoklu doğrusal regresyon yöntemi

$$y = \beta_0 + \beta_1 x_1 + \beta_2 x_2 + \dots + \beta_p x_p + \varepsilon$$

şekindedir. Burada $\beta_0, \beta_1, \beta_2, \dots, \beta_p$ regresyon modeline ait kısmi regresyon katsayılarıdır. Parametre tahminleri en küçük kareler yöntemi ile belirlenir (Chatterjee ve Hadi, 2012). Çoklu regresyon analizinde hata terimlerinin bağımsızlığı, hata terimlerinin ortalamasının sıfır, sabit varyanslı ve normal dağılıma sahip olması gerekir (Myers, 1986). Bağımsız değişkenler arasında çoklu doğrusal bağlantı olmaması bir diğer önemli varsayımdır. Çoklu bağlantı olma durumu varyans büyültme faktörü (VIF) ile tespit edilir. $VIF \geq 10$ ise çoklu bağlantı sorunu meydana gelir. VIF değeri aşağıdaki gibi hesaplanır (Chatterjee ve Hadi, 2012).

$$VIF_i = \frac{1}{1 - R_i^2}, i = 1, 2, \dots, s$$

VIF formülünde ifade edilen s ise bağımsız değişken sayısıdır. Kaç tane bağımsız değişken varsa o kadar VIF değeri hesaplanabilir.

Burada değeri bağımsız değişkenler arasındaki belirlilik katsayısıdır. Çoklu bağlantı olması durumunda Ridge, Lasso ve Elastic-Net regresyon yöntemleri incelenebilir (Bulut, 2018).

Ridge regresyon yöntemi, en küçük kareler (EKK)

yöntemine benzer bir yöntemle çözümlenir. Ridge regresyon yönteminde, regresyon katsayı tahminlerini hesaplamadan önce standart formdaki değişkenlerin oluşturdukları ($X'X$) matrisinin köşegen elemanlarına küçük ve pozitif bir sabitin eklenmesiyle gerçekleştirilir. Buna göre Ridge regresyon çözümü

$$\hat{\beta} = (X'X + \lambda I)^{-1} X'Y$$

şekindedir.

Bağımsız değişkenler korelasyon matrisinin köşegen elemanlarına pozitif sabitlerin eklenmesindeki amaç, matris şartlı sayısının önemli ölçüde küçültülmesidir. için ridge çözümü en küçük kareler çözümüne eşdeğer olduğundan ridge tahmini, EKK tahmininin bir doğrusal dönüşümüdür (Sakalhoğlu ve Kaçıranlar, 2008).

Optimum değerinin seçilmesinde genelde ridge regresyonunun grafiksel gösterimi olan ridge izi ve varyans büyültme değerlerinden faydalanılır. Ridge izinde nın bir fonksiyonu gibi regresyon katsayıları gösterilir ve düşey eksene regresyon katsayıları yatay eksene ise değerleri yazılarak oluşturulan grafikte katsayıların stabil olduğu değeri seçilir. VIF değerine göre genelde $VIF < 10$ olduğunda nın alacağı değer seçilir (Marquardt ve Snee, 1975).

Tibshirani (1996) En Küçük Mutlak Büzülme ve Operatör Seçimini (LASSO, Least Absolute Shrinkage and Selection Operator);

$$\sum_{i=1}^p |\beta_i| \leq t$$

koşulu ile

$$\min_{\beta} (y - x\beta)'(y - x\beta)$$

olarak ifade etmiştir. Burada t parametresi, tahminlere uygulanan büzülmenin miktarını kontrol eder. Lasso, EKK tahmin edicisi $\hat{\beta}_{EKK}$ 'yi sıfıra büzebilir ve bazı i değerleri için $\hat{\beta}_i = 0$ olabilir.

LASSO regresyonda EKK yöntemine benzer şekilde β katsayılarının elde edilmesi için kullanılan yanlılık sabitinin de modele dâhil edilmesiyle elde edilen eşitlik aşağıdaki gibi ifade edilir. Bu LASSO ile regresyon katsayılarının hesaplanması için kullanılan Lagrangian formdur.

$$\hat{\beta}_{lasso} = \arg \min \left\{ \sum_{i=1}^n \left(y_i - \beta_0 - \sum_{j=1}^p x_{ij} \beta_j \right)^2 + \lambda \sum_{j=1}^p |\beta_j| \right\}$$

Burada, $l_1 = \sum_{j=1}^p |\beta_j|$ ceza fonksiyonudur, ise pozitif bir değer olup, ceza parametresidir ve büzülme miktarını kontrol eder. LASSO regresyonu analiz

etmek için quadratik programlama gerekir (Hastie ve ark., 2007)

Elastic Net yöntemi, LASSO yönteminin bir takım limitasyonlarını engellemek için ortaya çıkmıştır. LASSO, birbiri ile korelasyonu yüksek parametrelerden sadece birini seçerek diğerlerini gözardı eder. Bu yüzden Elastic Net, LASSO düzenleyicisiyle beraber Ridge düzenleyicisini de kullanır.

Elastic-Net tahmincisi,

$$\hat{\beta}_{Elastic-Net} = \arg \min \left\{ \sum_{i=1}^n (y_i - x'_i \beta)^2 + \lambda_1 \sum_{j=1}^p \beta_j^2 + \lambda_2 \sum_{j=1}^p |\beta_j| \right\}$$

olarak hesaplanır (Zou ve Hastie, 2005).

3. BULGULAR VE TARTIŞMA

Bağımlı değişken olan 1000 kişiye düşen otomobil sayısını etkileyen faktörlerin etkisi regresyon analizi ile incelenmiştir. Bu faktörler nüfus, TÜFE, il ve devlet karayolu uzunluğu, kişi başına GSYİH ve dolar kurudur. Önce çoklu regresyon modeli incelenmiştir. Çoklu regresyon modeli parametre katsayıları Tablo 2'de verilmiştir.

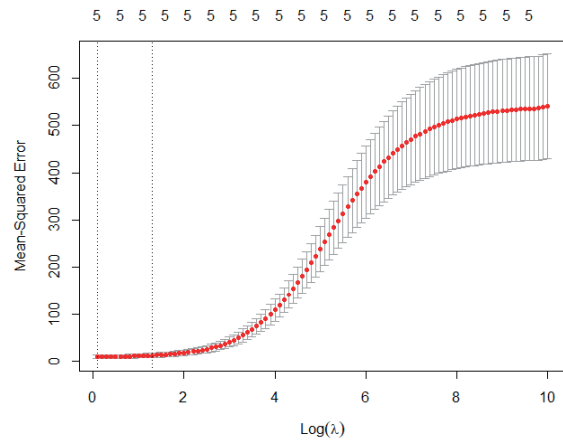
Tablo 2'de görüldüğü gibi sabit terim dışında tüm bağımsız değişkenlerin katsayıları istatistiksel olarak önemsiz çıkmıştır. Modelin R2 değeri 0.99 bulunmuştur. Çoklu regresyon modelinde tüm değişkenlerin parametre katsayıların önemli olması gerekir. Ayrıca değişen varyanslılık, otokorelasyon ve çoklu bağlantı gibi sorunların olmaması gerekir. Çoklu bağlantı sorunu varyans büyütme faktörü (VIF) ile incelenir. Tablo 2'de verilen VIF değerleri x4 yani kişi başına GSYİH değişkeni hariç tüm değişkenler 10'dan büyüktür. VIF>10 olması çoklu bağlantı sorunu olduğunu ortaya koyar. Çoklu bağlantı sorununu gidermek için Ridge regresyon, Lasso regresyon ve Elastic-Net regresyon modelleri denenmiştir.

Ridge regresyon yöntemi ile sonuca ulaşmak için önce Ridge tahmin edicisi olan

$$\hat{\beta} = (X'X + \lambda I)^{-1} X'Y$$

değerini hesaplamak için en uygun λ değerinin seçilmesidir. Bu nedenle Ridge izi yöntemini kullanarak parametre tahminlerinin daha kararlı

olacağı optimal bir λ noktası seçilir. λ değerinin alabileceği en küçük değeri vermekte olup, default değeri 0.01'dir. λ 'nın en iyi sonucu verdiği yani en düşük Hata Kareler Ortalamasının (HKO) elde edildiği aralık R programında (plot(bestlambda)) komutu ile yapılmıştır. Analiz sonucunda en küçük HKO değerini veren $\lambda = 1.103731$ 'dir (Şekil 1).



Şekil 1. Ridge regresyonda λ 'nın değerini belirleyen çapraz geçerlilik incelemesi

$\lambda = 1.103731$ için oluşturulan Ridge regresyon modeline ait parametre katsayıları Tablo 3'te verilmiştir.

Tablo 3. Ridge regresyon modeli parametre katsayıları

Parametreler	Tahminler	Std. hata	t değeri	P
(Intercept)	-5.986900.10 ²	2.325.10 ²	-2.575	0.029*
x1	1.763914.10 ⁻⁶	0.824.10 ⁻⁶	2.141	0.043*
x2	2.396763.10 ⁻²	1.278.10 ⁻²	1.876	0.098
x3	8.910543.10 ⁻³	3.338.10 ⁻³	2.673	0.014*
x4	8.830093.10 ⁻⁴	7.257.10 ⁻⁴	1.217	0.189
x5	1.165974	0.419	2.783	0.021*

***:p<0.001, **:p<0.01, *:p<0.05

Tablo 3'te görüldüğü gibi $\lambda = 1.103731$ 'e göre elde edilen Ridge regresyon modeli,

$y = -598.69 + 0.00000176 x_1 + 0.0239676 x_2 + 0.00891 x_3 + 0.000883 x_4 + 1.166 x_5$ şeklindedir. Modele ait HKO=6.044 olarak bulunmuştur.

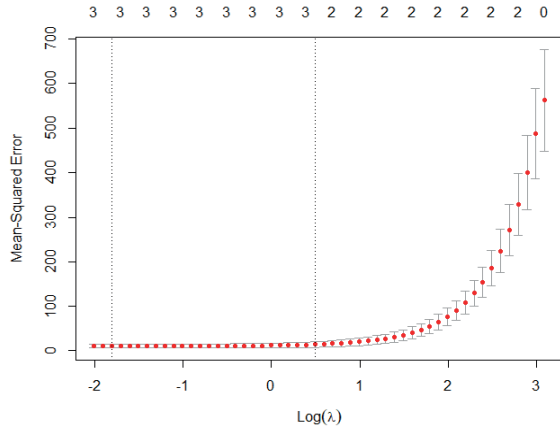
Ridge regresyonda olduğu gibi Lasso regresyon analizinde ilk olarak λ değeri hesaplanır. Çapraz geçerlilik ile belirlenecek en küçük değerini verecek

Tablo 2. Çoklu regresyon modeli parametre katsayıları

Parametreler	Tahminler	Std. hata	t değeri	P	VIF
(Intercept)	-8.384.10 ²	2.378.10 ²	-3.526	0.00778 **	
x1	1.674.10 ⁻⁶	3.106.10 ⁻⁶	0.539	0.60450	309.229
x2	-6.978.10 ⁻²	1.464.10 ⁻¹	-0.477	0.64644	452.842
x3	1.315.10 ⁻²	6.905.10 ⁻³	1.905	0.09330	120.466
x4	1.749.10 ⁻⁴	1.258.10 ⁻³	0.139	0.89288	4.606
x5	4.177	6.416	0.651	0.53331	259.872

***:p<0.001, **:p<0.01, *:p<0.05

default değeri 0.01'dir. λ 'nin en iyi sonucu verdiği yani en küçük HKO değerini veren aralık Şekil 2'de sunulmuştur.



Şekil 2. Lasso regresyonda λ 'nın değerini belirleyen çapraz geçerlilik incelemesi

Hesaplanan en iyi lambda değeri $\lambda = 0.164097$ 'dir. Bu $\lambda = 0.164097$ değeri kullanılarak elde edilen Lasso katsayılarını kapsayan model Tablo 4'de verilmiştir.

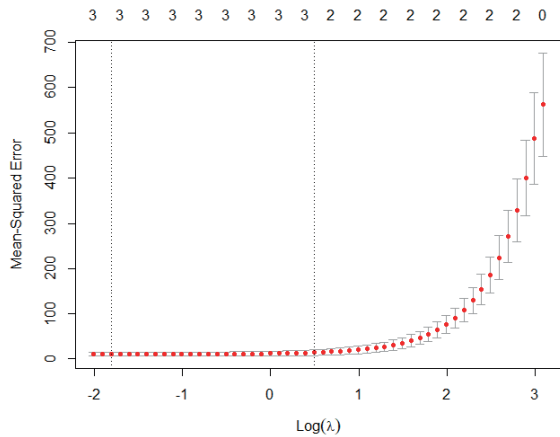
Tablo 4. Lasso regresyon modeli parametreleri

Parametreler	Tahminler	Std. hata	t değeri	P
(Intercept)	-8.469439.10 ⁻²	2.176.10 ⁻²	-3.892	0.0081**
x1	1.043496.10 ⁻⁶	0.235.10 ⁻⁶	4.438	0.0062**
x2				
x3	1.394275.10 ⁻²	0.289.10 ⁻²	4.823	0.0053**
x4				
x5	8.735862.10 ⁻¹	1.412.10 ⁻¹	6.187	0.0031**

***:p<0.001, **:p<0.01, *:p<0.05

Lasso regresyon modeline ait HKO=4.461 olarak hesaplanmıştır.

Elastic-Net regresyon analizinde ilk olarak λ değeri hesaplanır. Çapraz geçerlilik ile belirlenecek en küçük değerini λ verecek default değeri 0.01'dir. λ 'nin en iyi sonucu verdiği yani en küçük HKO değerini veren aralık Şekil 3'te sunulmuştur.



Şekil 3. Elastic-Net regresyonda λ 'nın değerini belirleyen çapraz geçerlilik incelemesi

Hesaplanan en iyi lambda değeri $\lambda = 0.557763$ 'dir. Bu λ değeri kullanılarak elde edilen Elastic-Net katsayıları Tablo 5'te verilmiştir.

Tablo 5. Elastic-Net regresyon modeli parametreleri

Parametreler	Tahminler	Std. hata	t değeri	P
(Intercept)	-8.221001.10 ⁻²	2.156.10 ⁻²	-3.813	0.0034**
x1	1.199755.10 ⁻⁶	0.371.10 ⁻⁶	3.235	0.0027**
x2				
x3	1.337080.10 ⁻⁵	0.476.10 ⁻⁵	2.809	0.0107*
x4				
x5	7.155408.10 ⁻¹	2.113.10 ⁻¹	3.386	0.0029**

***:p<0.001, **:p<0.01, *:p<0.05

Elastic-Net regresyon modeline ait HKO=4.655 olarak hesaplanmıştır.

Ridge, Lasso ve Elastic-Net regresyon modelleri arasında tercih yapmak için HKO, R² ve \bar{R}^2 değerleri dikkate alınmıştır ve Tablo 6'da verilmiştir.

Tablo 6. Regresyon modellerine ait HKO değerleri

Yöntem	HKO	R ²	\bar{R}^2
Ridge regresyon	6.044	0.953	0.932
Lasso regresyon	4.461	0.976	0.972
Elastic-Net regresyon	4.655	0.952	0.943

Tablo 6'da verilen sonuçlara göre en küçük HKO değerine ve en büyük R², \bar{R}^2 değerlerine sahip olan regresyon yöntemi Lasso regresyondur. Elastic-net regresyon yönteminin de Lasso regresyona yakın bir başarı sağladığı görülmüştür. Bu çalışmada Ridge regresyon ise görece olarak Lasso ve Elastic-Net analizlerinin gerisinde kalmıştır. Dolayısıyla en uygun bulunan Lasso regresyon modeli değerlendirildiğinde, Tablo 4'te verilen model parametrelerinden x2 (TÜFE) ve x4 (GSYİH) değişkenleri modele alınmamış ve bu değişkenler önemsiz bulunmuştur. Kısaca 1000 kişiye düşen otomobil sayısını etkileyen önemli faktörler nüfus, il ve devlet karayolu uzunluğu ile dolar kuru olmuştur. En büyük katsayıya sahip olan değişken x5 (dolar kuru) olduğundan, otomobil sahipliğini en fazla etkileyen faktör olduğu söylenebilir. Bunu sırasıyla x3 (karayolu uzunluğu) ve x1 (nüfus) gibi faktörler izlemektedir. Önemli değişkenlerin katsayı değerleri yaklaşık sırasıyla x5 için 0.8735862, x3 için 0.01394275, x1 için 0.000001043496 ve sabit terim için -846.9439 olarak hesaplanmıştır. Genel olarak Ridge regresyon çoklu bağlantı durumunda, Lasso regresyon ise yüksek boyutsal veri durumunda yani bağımsız değişken sayısı gözlem sayısından fazla olduğunda faydalı sonuçlar vermektedir. Elastic-Net regresyonu ise her iki durumda da iyi sonuçlar vermektedir.

Ridge, Lasso ve Elastic-Net regresyon yöntemleri ile çeşitli alanlarda yapılan çalışmaların birinde, Japon bildircını yumurtasında iç kalite özelliklerinin tahmini

yapılmıştır (Çiftsüren ve Akkol, 2018). Yumurta sarısı ağırlığı ve yumurta akı ağırlığını tahmin etmede Lasso regresyonunun diğerlerinden daha iyi uyum iyiliği istatistiğine sahip olduğu ortaya çıkmıştır. Bir diğer çalışmada, sermaye yeterliliğini etkileyen bilanço yapısı, aktif kalitesi, likidite, karlılık, gelir-gider yapısı ve sektör payları gibi faktörler incelenmiştir. Çoklu bağlantı olduğu saptandığından Elastic-Net regresyonu uygulanmıştır (Rençber ve Bağcı, 2019).

4. SONUÇ

Çoklu bağlantı, çoklu doğrusal regresyon yönteminde yaygın olarak görülen önemli sorunlardan biridir. Bu sorunu gidermeye çalışan çeşitli yöntemler bulunmaktadır. Ridge, Lasso ve Elastic-Net regresyon yöntemleri bu yöntemler arasındadır. Bu çalışmada, kullanılan çoklu regresyon modelinde çoklu bağlantı sorunu görüldüğünden söz konusu alternatif regresyon yöntemleri kullanılmıştır. Bu alternatif yöntemlerden en iyi sonucu Lasso regresyon yöntemi vermiştir. Lasso regresyon yöntemi en düşük HKO=4.461 ve en yüksek $R^2=0.976$ değerine sahiptir. Kişilerin otomobil sahipliğini en yüksek düzeyde dolar kuru etkilemiştir. Karayolu (il ve devlet yolu) uzunluğu ve nüfus etkeni otomobil sahipliğini etkileyen diğer önemli etkenlerdir. İleride yapılacak çalışmalarda, çoklu doğrusal regresyon yönteminin gerekli tüm varsayımları sağlayamaması durumunda Ridge, Lasso ve Elastic-Net regresyon yöntemi gibi alternatif regresyon yöntemlerinin birçok alanda kullanımının uygun olacağı ve literatüre katkı sağlayacağı umulmaktadır.

KAYNAKÇA

AK, T. (2009). Marka yönetimi ve tüketici karar sürecine etkileri. Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Karamanoğlu Mehmet Bey Üniversitesi, Karaman.

AKAY, A. (2003). Otomobil pazarında tüketici davranışları: Satın alma kararlarını etkileyen faktörlerin tespitine yönelik Ampirik bir çalışma. Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, yayınlanmış yüksek lisans tezi, Ankara.

AKTUĞLU I. K., TEMEL, A. (2006). Tüketiciler markaları nasıl tercih ediyor? (Kamu sektörü çalışanlarının giysi markalarını tercihini etkileyen faktörlere yönelik bir araştırma). Konya Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 15, 43-59.

ANONİM, (2020). Yıllara Göre Gayrisafi Milli Hasıla – GSMH. <https://www.yillaragore.com/yillara-gore-gayrisafi-milli-hasila-gsmh/> (Erişim tarihi: 12.04.2021).

ARSLAN, K. (2003). Otomobil alımında tüketici davranışlarını etkileyen faktörler. İstanbul Ticaret Üniversitesi Dergisi, 2(3), 83-103.

BAYRAKTAR, B. (2004). Otomobil sektöründe uygulanan önemli demografik bölümlendirme kriterleri (Genel bir bakış). Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 7(11), 1-10.

BULUT, H. (2018). R Uygulamaları ile Çok Değişkenli İstatistiksel Yöntemler. Nobel Akademik Yayıncılık, Ankara.

CHATTERJEE, S., HADİ, A. S. (2012). Regression Analysis by Example. Wiley Series in Probability and Statistics. John Wiley and Sons, Canada.

ÇİFTSÜREN, M. N., AKKOL, S. (2018). Prediction of internal egg quality characteristics and variable selection using regularization methods: ridge, LASSO and elastic net. Arch. Anim. Breed., 61, 279–284

DİNÇ, Y. (2010). Konjoint analizi ve otomobil seçim kriterleri üzerine bir uygulama. Marmara Üniversitesi Basılmamış Yüksek Lisans Tezi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

EGM, (2021). Trafik İstatistik Bülteni Nisan 2021. Emniyet Genel Müdürlüğü Trafik Başkanlığı.

FETTAHLIOĞLU, H. S. (2008). Tüketicilerin satın alma davranışlarında özel markaların tüketici tutumları üzerine etkileri. Doktora Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi: İzmir.

HASTİE, T., TAYLOR, J., TİBŞİRANİ, R., WALTHER, G. (2007). Forward stagewise regression and the monotone lasso. Electronic Journal of Statistics, 1, 1-29

JUN, S.P., PARK, D. H., YEOM, J. (2014). The possibility of using search traffic information to explore consumer product attitudes and forecast consumer preference. Technological Forecasting and Social Change, 86, 237-253.

KGM, (2020). Karayolları Genel Müdürlüğü. Devlet ve il yolları envanteri. <https://www.kgm.gov.tr/SiteCollectionDocuments/KGMdocuments/Istatistikler/DevletIlyolEnvanter/YillaraGoreDevletVeliYollari.pdf> (Erişim tarihi:02.04.2021).

KULKARNİ, G., RATCHFORD, B. T., KANNAN, P. K. (2012). The impact of online and offline information sources on automobile choice behavior. Journal of Interactive Marketing, 26, 167-175.

MARQUARDT, D. W., SNEE, R. D. (1975). Ridge Regression in Practice. The American Statistician, February 1975, Vol. 29, p3-20.

MYERS, R. H. 1986. Classical and modern regression with

applications, 2nd ed., Duxbury Press, California.

RIJNSOEVER, F. J. V., CASTALDI, C., DIJST, M. J. (2012). In What Sequence Are Information Sources Consulted By Involved Consumers? The Case of Automobile Pre-Purchase Search, *Journal of Retailing and Consumer Services* 19, 343-352.

RIJNSOEVER, F. V., FARLA, J., DIJST, M. J. (2009). Consumer Car Preferences and Information Search Channels. *Transportation Research, Part D*, 14, 334-342.

SAKALLIOĞLU, S., KAÇIRANLAR, S. 2008. A new biased estimator based on ridge estimation. *Statistical Papers*, 49, 669-689.

R Core Team. 2019. R: A language and environment for statistical computing. R Foundation for Statistical Computing, R version: 3.6.2. Vienna, Austria. URL: <https://www.R-project.org/>.

RENÇBER, Ö. F., BAĞCI, H. (2019). Determination of factors affecting capital adequacy using the elastic net regression method.

OPUS-International Journal of Society Researches, 11(18), 1828-1844. DOI: 10.26466/opus.561915

TİBŞİRANİ, R. (1996). Regression Shrinkage and Selection Via The LASSO, *J. Roy. Statist. Soc., Ser. B*, 58:267-288.

TÜİK, (2020). Ulaştırma İstatistikleri. Bin kişi başına otomobil sayısı <https://biruni.tuik.gov.tr/medas/?kn=89&locale=tr> (Erişim tarihi: 22.04.2021).

TÜİK, (2021^a). Adrese dayalı nüfus kayıt sistemi sonuçları, 2020. Türkiye İstatistik Kurumu Haber Bülteni, Sayı:37210. <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Adrese-Dayali-Nufus-Kayit-Sistemi-SonucLari-2020-37210>(Erişim tarihi:11.04.2021).

TÜİK, (2021b). Motorlu Kara taşıtları Mart 2021. Türkiye İstatistik Kurumu. <https://data.tuik.gov.tr/Kategori/GetKategori?p=ulasirma-ve-haberlesme-112&dil=1>.

TÜİK, (2021c). Tüketici Fiyat İndeksi. <https://biruni.tuik.gov.tr/medas/?kn=84&locale=tr> (Erişim tarihi:06.04.2021).

TÜRKAY, A. (2011). Satın alma davranışları açısından üniversite öğrencileri arasında marka bağımlılığının önemi: Batı Akdeniz Üniversiteleri üzerinde bir uygulama. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi: Isparta.

YAYAR, R., ÇOBAN, M. N., TEKİN, B. (2015). Otomobil Sahipliğini Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesi: Tokat İli Kentsel Alanda Bir Uygulama. *Yönetim ve Ekonomi*, 22(2), 603-617.

ZENGİN, S. (2012). Markanın tüketici davranışlarına etkisi ve otomotiv sektörü üzerine bir uygulama. Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Adıyaman Üniversitesi: Adıyaman.

ZHANG, Y., Lİ, C., LİU, Q. E., WU, W. (2018). The socioeconomic

characteristics, urban built environment and household car ownership in a rapidly growing city: Evidence from Zhongshan, China. *Journal of Asian Architecture and Building Engineering*, 17(1), 133-140.

ZOU, H., HASTIE, T. (2005). Regularization and variable selection via the elastic net. *Journal of the Royal Statistical Society. Series B: Statistical Methodology* 67(2), 301-320.

"This page is left blank for typesetting"



HOLISTENCE
publications

Bu sayfa dizgiden dolayı boş bırakılmıştır

Constructing the image of soldiers by using newspaper media during the final phase of war in Sri Lanka

Ashawarie Karunanayake



Researcher, Social Scientists' Association, SRI LANKA, e-mail: ashawarie@gmail.com

Abstract

Sri Lanka has experienced an ethnic conflict for nearly three decades (1983-2009). As of any conflict, military forces have played a key role by actively involving in the battlefield during this war. However, it was evident that during different phases of the war in Sri Lanka, the acceptance and the reputation of the armed forces by the civil society have subjected to a great extent of variation. Although protecting the country was their duty, criticisms directed against them because of their military actions. In this context, there was an active attempt to legitimize battle, and media was widely used as a platform for this process. Although a considerable number of literature and researches have been conducted to study the war in Sri Lanka, the lack of studies and literature regarding the soldiers is recognizable. Hence this study tried to fill that study gap by focusing on how print media was used to construct the image of the soldiers in the final phase of the war in Sri Lanka. Therefore, the objective of this study was to critically investigate the role of newspapers in terms of constructing the identity of soldiers during the final phase, from 2006 to 2009. This was based on a discourse analysis of the weekend Sinhala and English newspapers. This study revealed that, different identities have existed towards the soldiers. Furthermore, as another observed fact, the newspapers have widely highlighted and brought forward the humanitarian facet of these soldiers. However, this study was conducted based on the newspapers of only two official languages. This may lead to miss the perspectives from the Tamil newspapers which may have conveyed other opinions about the soldiers and their actions, during these periods.

Keywords: war, soldiers, final phase, constructing the identity, newspaper

Citation/Atıf: KARUNANAYAKE, A. (2021). Constructing the image of soldiers by using newspaper media during the final phase of war in Sri Lanka. *Journal of Original Studies*. 2(2), 87-97, DOI: 10.47243/jos.2.2.03

Corresponding Author/ Sorumlu Yazar:
Ashawarie Karunanayake
E-mail: ashawarie@gmail.com



Bu derginin içeriği Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 Uluslararası Lisansı altında lisanslanmıştır.

Content of this journal is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.

1. INTRODUCTION

1.1. Recalling the History

Sri Lanka is a country that has vast multi-ethnic composition and diversity. During the period of colonization in the country (from 1815 to 1948), the colonial rulers began to practice a system of governance that would enable the development of inter-ethnic disunity with the aim of facilitating their ruling system and mainly suppressing future protests against their rule from the subjugated state. As a result, it marked the beginning of the gradual breakdown of cooperation between the Sri Lankans who lived a life of harmonious cooperation until then.

As a result of this disunity and misunderstanding among the ethnicities, later led to the development of fear and suspicion among the ethnicities, and ultimately resulted in the ethnic crisis that began as a racist riot and later escalated into an armed conflict. According to the Reuter, ethnic conflict is a form of conflict in which the objectives of at least one party are defined in ethnic terms, and the conflict, its antecedents, and possible solutions are perceived along ethnic lines. The conflict is usually not about ethnic differences themselves but political, economic, social, cultural, or territorial matters (Reuter,2015). This definition shows that ethnic conflicts are occurred not only because of ethnic differences but for other structural differences and diversities that have both direct and indirect impacts on ethnic conflicts.

Considering the ethnic conflict in Sri Lanka, caste and the class gap in the society, political reforms such as the Citizenship Act (1949), The Language Act (1956), The policy of standardization (1971), the behaviour of some Sinhala and Tamil politicians, weak democratic practices and institutions, feelings of fear and suspicion that exist between ethnicities were few root causes which kindle the ethnic conflict in the country. Due to these reasons, the 'New Tamil Tigers' were formed in 1974 under the leadership of Velupillai Prabhakaran to face the pressure on themselves and their community and to find alternatives. However, they restructured as the Liberation Tigers of Tamil Eelam (LTTE) in 1976. Thereafter LTTE started to claim a Tamil Eelam (A separate state for them) (Balasooriya,2011).

Afterwards, the LTTE focus was directed to winning their demands using guerrilla warfare and weapons. As a result, the war officially began at Jaffna in July 1983, and then onwards this conflict has arisen as a physical conflict in the country, and continued as a four-phase war until mid-May 2009 in various

forms and at various times. Therefore, civil war in Sri Lanka can be considered as a result of releasing the long-standing pressure within the Tamil minority in an unfavourable, unacceptable way by a part of the Tamil representatives who formed L.T.T.E. and demanded a separate control of the country by the Tamil society. Four phases of this Sri Lankan warfare can be identified i.e., Phase I - 1983 -1989, Phase II - 1989 - 1994, Phase III - 1994 - 2001, and Phase IV - 2006 - 2009 (Balasooriya,2011).

As a result of the civil war thousands of civilians were turned into internally displaced and refugees not only because of the terror attacks in north of the country but also attacks were emerged all over the country. Therefore this civil war caused both direct and indirect impacts and was affecting the entire country. Under these circumstances, control of the terrorist crisis became a strong demand of civil society. Since the beginning of the 20th century, the need for lasting peace was the country's top priority as it had created a great deal of insecurity to the national security and the development of the country.

2006 marked the beginning of the formal involvement of the Sri Lankan government in the war by further organizing government forces for the war. After the number of ceasefires, L.T.T.E. was unable to keep those agreements. Therefore, these types of involvements were proven to be useless in establishing peace in the country, since every time L.T.T.E. signed a ceasefire, later they start the bombings and violations to those agreements, taking maximum advantages of such times of negotiation. Because of this, the government of Sri Lanka started the war on terror from 2004 to 2009, especially after the incidence of the closure of the Mavilaru sluice by the LTTE, which deprived thousands of civilians of their access to water which is a major human need for the survival. Therefore, the government initiated the humanitarian war to save those civilians. After this humanitarian battle, the government led military forces for a series of humanitarian operations to rescue innocent civilians who were in the L.T.T.E. capture, as a human shield.

However, the humanitarian struggle launched by the government forces drew the attention of all Sri Lankans as well as the international community to Sri Lanka. Because according to the survey done in the country as of December 2006, only 32% of the people believe that military action was needed to resolve the war, while the remaining 68% believed that the devolution of power was essential to the resolution of the ethnic conflict (Kumarathunga,2006). In this

context, the greatest challenge then faced by the Sri Lankan government was to obtain the legitimacy for the military action taken against terrorism. Therefore, on 07th December 2006, President Mahinda Rajapaksa explained the government's stance on going to war in the Parliament. "Until the assassination attempt on our Army Commander at the Army Headquarters on the 25th of April, 142 of our soldiers were killed without any provocation. This was done by the L.T.T.E. without any provocation. We as a government and as a world community tolerated all these. We made maximum sacrifices for peace. Because back then I told you not to worry, that I will meet Prabhakaran (the leader of the L.T.T.E.) face to face and solve this. It was the moment that the L.T.T.E. entered our army headquarters and tried to assassinate the Army Commander, that for the first time we decided that this task could not be accomplished without answering in a language that L.T.T.E. could understand. Meanwhile, when the Mavilaru reservoir was closed and thousands of acres of paddy fields were destroyed and people in the Eastern province were about to die without drinking water, we rescued those people through a limited military operation" (National Peace Council, 2010:623). Therefore, the Sri Lankan government had to take military action to resolve the issues that affected the entire country.

However, because the military interventions and critiques came from both national and international civil society, the government of Sri Lanka draws attention to legitimize the military actions which they have taken against terror. In order to legitimize this, they carried out a comprehensive military media management campaign by using various media platforms. Here, the concept of military media management, based on a combination of two of the main concepts that are currently in focus today, namely 'media' and 'military conflict'. This concept highlighted the importance of the role of the media in war zones in times of war and the media coverage of any conflict would add new definitions to the war, legitimize it, and so on (Maltby,2010:04). Here, as a part of this media campaign, they tried to uplift and promote the image of soldiers, due to the extremely negative attitude towards soldiers at the time, especially within the international community.

1.2. Soldier

Since this study was based on the study of how media constructed the soldier's identity in the different phases of civil war, first of all, it is useful to know who is a soldier. When considering the term, "a soldier", by

definition, a person who is engaged in military service and especially in the army can be identified as a soldier (Merriam Webster Dictionary). Being a soldier, he or she is bound to obey the official orders, which means all soldiers have a moral and legal obligation or duty to obey the lawful orders of the officers and leaders appointed over them. Other than this, they have a moral and legal obligation to work as a part of the team to accomplish all assigned tasks (Parker,2018). Therefore when considering this definition it is clear that soldiers are bearing the official power which was granted from the official legal sources in terms of protecting their nation.

Based on this when it comes to the Sri Lankan context, other than Army, Navy, and Air force, Police, Special Task Force, and Sri Lanka Civil Security Force hold the legitimate power to bear weapons and protect the country by fighting with enemies who are threatening to the nation. Considering the military history of the country, Sri Lankan Army was the oldest force which was established in 1949, while Sri Lanka Civil Security Force was the youngest (1986).

However, considering the reputation of these troops, between 1949 -1983, the army troops of the country had the facet of a ceremonial army. Because there were fewer violent clashes in the Sri Lankan society during that period, their powers and functions were limited. However, it can be observed that their powers and functions were somewhat complicated due to the riots of 1978-1980. Because of this, we can identify how they had gone beyond their symbolic role. Here in Sri Lanka, there is no compulsory military service like in Ecuador, El Salvador, and Finland (Weerasinghe,2009:15). There was solely a volunteer-based recruitment process in Sri Lanka. However, the militant group called L.T.T.E. who fought with the government forces since 1983, most of the time they have practiced conscription in their recruitment process, especially when recruiting children and women as L.T.T.E. soldiers. Also, the main difference of the L.T.T.E. was they do not have the government legitimacy as a legal militant group same as the government forces.

During wartime, military forces in Sri Lanka have played a key role in terms of protecting the country. It was evident that during different phases of the war, the acceptance and the reputation for the forces have subjected to a great extent of variation. With the criticism for the military actions which came from the national and international civil society, especially after 2006, the government focus to legitimize their actions

toward the war. To do so they have launched a media campaign and as a part of this campaign, constructing the image of soldiers can be identified. Therefore this context it is interesting to understand how newspaper media functions to construct the soldier's identity during all these periods.

2. METHODOLOGY

Although a considerable number of literature and researches have been conducted to study the war in Sri Lanka, the lack of studies and literature regarding the soldiers is recognizable. Hence, this study tried to fill the study gap, by focusing on how media was used to construct the image of the soldiers in the Sri Lankan context, during the war period with special reference to the final phase of the war. Therefore the objectives of this study can be identified under two scopes. Firstly, to critically investigate the role of newspapers in terms of constructing the identity of soldiers, during the IV phase, and Secondly, investigate the techniques that newspapers used in terms of constructing the soldiers' image.

This research was directed to address the key research problem, 'How did newspapers change the perceptions of the Sri Lankan society about the soldiers and built a new image around them during the final phase of the war?'. To investigate this broad question, discourse analysis was used as the research methodology. This study was based on the selected weekend newspapers in the period from May 2008 to December 2009. In this study, newspapers were selected according to the ownership and the medium. Based on that criteria, as state-owned newspapers, *Silumina* and *Sunday Observer* newspapers, and as the private-owned newspapers, *Lankadeepa* and *Sunday Times* newspapers were selected for this study. Also, this study was conducted based on only Sinhala and English medium.

2.1. Limitations of the Study

Since the study was conducted based on limited newspapers within a limited time frame which may lead to either over or under-representation of some of the information. Also, this study was conducted based on two official languages out of the three official languages in Sri Lanka. Therefore, there is an opportunity to miss the perception of the Tamil journalists towards the soldier's image during the war period. Thus, these areas may open up space for future researchers concerning these untouched aspects, providing further understanding of the use of newspaper media for the image construction of the soldiers.

3. FINDINGS

3.1. Created a New Social Image Towards Soldiers

The main finding of this study revealed that during the final phase of the war, newspapers have constructed a new image towards the soldiers, resulting in better recognition from the Sri Lankan society. This novel image was a positive image for the soldiers when compared with the identities they were represented before. When considering newspaper news, enlistment advertisements before 2008, different identities of the soldiers have existed in society and the field of media as well. For instance, under British colonial rule (before 1948), forces in Sri Lanka were exercised only as a ceremonial army.

However, when they published advertisements in the newspapers, especially in their enlistment notices they tried to create a kind of a manly image towards the soldiers by symbolizing them to a lion with bravery (Picture 01). And also they highlighted that state has the ability to make them a man with a new personality with the state sponsorship. When focusing the attention to picture 01 implies that during this period they tried to create a collective identity towards the soldiers by emphasizing 'Forward together'. And here they have presented most of the enlistment advertisement in a cartoonish manner.

Picture 1: Enlistment advertisement for the army during the colonial period



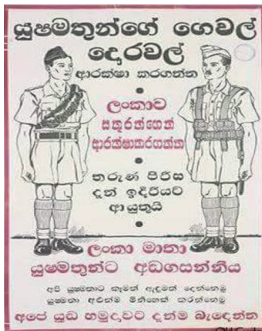
Source: Archival data

Prior to the civil war in Sri Lanka (before 1983), the media used various terms to call soldiers such as, 'Yushmatha' (Defendant), 'Soldaduwa' (Soldier), and 'Hamudabataya' (Army Soldier) (Picture 02). The meaning of these terms were merely soldiers. And through these newspaper advertisements, they tried to identify the army as, 'our army' and tried to convey this message to society by using newspapers as the medium. With this, the newspaper media tried to create a kind of a collective identity towards the

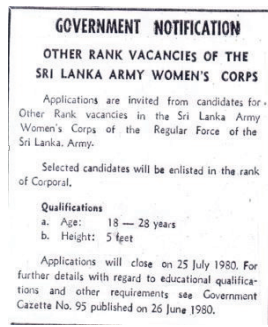
forces, giving the soldier's image/identity a sense of belongingness to the nation. The main reason for this concept during this era was the formulation of Sri Lankan forces, which formally occurred after the independence of Sri Lanka as a country.

Focusing on the newspaper reporting styles, they have widely used black and white fonts along with cartoonish pictures most of the time, with a very simple structure to convey the message to the society during this period. And newspapers in this era (Picture 03), were not paying special attention to highlight the soldiers from the common civilians in the country. However, in this era most of the time people used the term 'Armykaraya' to identify the soldier, and this term implies a very negative image towards soldiers since the term called 'karaya' is using to identifying a person with low social status and the recognition in the Sri Lankan society.

Picture 2 and 3: Enlistment advertisement for the army (Prior to the civil war)



Source: Dawasa, 1977



Source: Sunday Observer, 1980

During the first phase of the war (1983-1987), the media has used quite similar, simple terms to call soldiers such as, 'Yudahamuda Sebala', 'Hamuda Sebala', 'Hamuda Bataya' with the meaning of just an 'Army Soldier'. When reporting the news no special attention towards soldiers or their role on the battlefield. However, when analyzing the content of the newspapers during this period, a new identity articulation towards the soldiers can be identified. This articulation provided a kind of a positive and nationalist image towards soldiers by calling them the 'Buddhist Army', with the fact that most of the soldiers who voluntarily recruited represented the Sinhala, Buddhist community or the background. In this period also they have used simple fonts, cartoonish pictures, and lots of letters to report news related to the soldiers can be noticed.

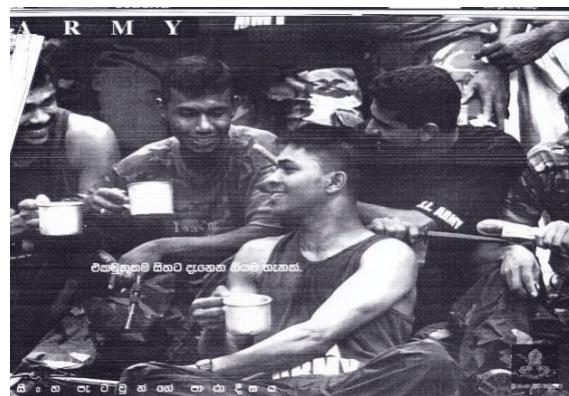
However, when it comes to the second phase of the civil war (1989-1994), media has articulated a kind of institutional and individual rank based identities

towards soldiers such as private, lance corporal and corporal etc. Other than using the common terms 'Yudahamuda Sebala', 'Hamuda Sebala', 'Hamuda Bataya' which means 'army soldier', the media started to use the novel terms 'uniform bearers', 'bravery soldier' to address them in some of the newspapers. Other than this, for the official notices, they have started to use their official logos instead of using cartoonish pictures. This can be identified as a kind of attempt to articulate a different identity to soldiers.

Picture 4 and 5: Enlistment advertisement for the army (1994 - 2001)



Source: Lankadeepa, 2000



Source: Lankadeepa, 2001

During the third phase of the civil war, a clear difference can be identified in the news reporting style. In this era, media have created a new social image construction towards the soldiers. Other than the previously used terms to identify the soldiers, the media has tried to build an institutional identity towards the soldiers. To do so newspapers have largely used soldiers institutional ranks such as private, lance corporal, corporal etc., when they reporting the war-related news and advertisements. Also in this period, media have created a kind of heroic, manly identity towards the soldiers. In this period media created a kind of Rambo type, American army type heroic identity towards the Sri Lankan armed forces (Picture

05). When looking at the contents of the advertisements in this era (Picture 04 and 05), it is clear that they have used more realistic images of the soldiers with strong, confident personalities thus giving a new definition to the manliness, while highlighting the heroic figures from the well-trained armed forces. This can be identified as the uniqueness of this era. However, from this period onwards a clear difference can be noticed in the enlistment advertisements.

Here the newspaper media have used various techniques to emphasize the life of soldiers', which were new to that period. In here they used some attractive phrases that easily captured youth's attention and their appreciation. Phrases such as 'Paradise of lions', 'Nothing is impossible' etc. were used to motivate the youths for their volunteer enrolments. Also, during this period media gave a considerable space to report the death and injuries on the battlefield in the social texts. Yet, in this era media has successfully highlighted and constructed the bravery of the soldiers by emphasizing their pictures with their great morals for the victory of the nation. Through these efforts, media created a kind of notion of war heroes during this era by creating a gap between a civil person and a soldier, when compared to the previous two phases of the Eelam war in Sri Lankan history.

When it comes to the final phase of the civil war (2006 - 2009), the media's contribution to constructing the soldier's image was increased drastically. In this period, newspapers used more colourful and realistic pictures with eye-catching phrases compared to the previous eras. When it comes to the enlistment

advertisements, here they largely used institutional identities as in the previous eras again can be identified. More creatively influential phrases such as, 'Make up your mind to head this' which implied the great honour to be a soldier, and also the phrases such as 'We are for us' which indicated that the soldiers stand for everyone in Sri Lanka. Because of the number of victorious battles, the media further uplifted the soldier's identity from a person who merely passed a grade 8 school qualification, to the extremely positive, better honoured and recognized identity, by calling the soldiers as 'the brave son of the mother Sri Lanka', bravery hero or 'gods on Sri Lanka who protect the country'. With this, media was able to socially uplift the soldiers' image positively by articulating them a new facet, while successfully organizing the public opinion of the society as well.

In the attempt of uplifting the soldiers' image, newspapers have followed certain important strategies. To do so the newspaper media has reserved considerable space to reporting war-related news during this period in terms of constructing the soldiers' image while legitimizing the military actions. When comparing with the newspapers before 2008, it is clear that the numbers of war-related news articles and soldiers related news articles have considerably increased after 2008, providing the public with an in-depth understanding of the achievements and the sacrifices on the battlefield.

Study data in table 01 shows that the news related to the soldiers can be categorized under several themes. According to the statistics, information related to the battles and missions done by forces was the highest

Table 1: News related to the soldiers (From May 2008 to December 2009)

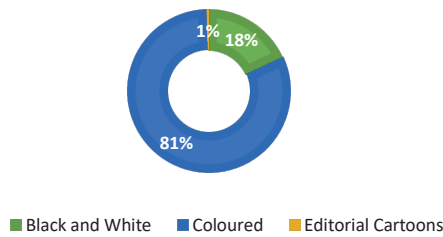
Area	Government Media	Private Media	Total
History of the Sri Lankan Defense Forces	56	138	194
Operations launched by forces	212	307	519
Recruitment notices related to the Security Forces	177	146	323
Creative works related to the soldiers (poems, arts, essays, etc.)	132	101	233
Pass out parades, colours awarding ceremonies, funerals	77	69	146
Welfare of soldiers	188	204	392
Religious programs and ceremonies for war heroes	158	121	279
Total	1000	1086	2086

Source: Research data

news field which was rapidly published during the study period. The 2nd highest is welfare programmes for soldiers and the 3rd highest is recruitment advertisements to the triforms. Therefore, considering these facts, we can assume that during this period, by uplifting the soldier's identity and by socially constructing the image of the soldiers, maybe the government tried to attract more of the skilful young crowd to the tri forces, due to the high demand of the military workforce during that time. Also by highlighting the welfare facilities such as donating houses, giving scholarships to the members from the military families, and other welfare facilities provided, kind of attraction and motivation to join the forces. Therefore, when considering these facts, it is clear that this type of social constructions could motivate the people to join the armed forces.

Diagram 1: Usage of pictures of the soldiers in the newspapers (May 2008 - December 2009)

USAGE OF SOLDIERS PICTURES



Source: Research data

Diagram 01 shows the usage of the pictures and editorial cartoons related to the forces during the study period. This implies that a considerable number of pictures were used in the newspapers to deliver the news related to the triforms during the study period.

Overall, it is clear that both government newspapers and private newspapers (Table 01) have done an equal job when constructing the image of the soldiers and in some aspects, the private newspapers were slightly ahead of the government media in their news allocations for the triforms.

3.2. Bringing Up the Humanitarian Facet of The Soldiers

Another vital factor worthy of consideration is the utilization of newspaper media to bring forward the humanitarian facet of the soldiers during the final phase of the war. This further assisted in the construction of this new image and identity around the soldiers. To do so newspaper journalists have used a wide range of sentimental eye-catching colourful

pictures of the soldiers during the wartime (Diagram 01), highlighting the fact that the service of the Sri Lankan armed forces go beyond the military mission and ensuring the wellbeing of the general public despite their differences (Picture 06 and 07).

Picture 6 and 7: Sentimental Pictures of the soldiers



Source: weekend newspapers

With this new approach, newspapers have merged the boundaries of soldiers and civilians to a significant level, trying to highlight the inner human being within these patriotic soldiers. Therefore, this factor can be considered as one of the highest influential factors in this image constructing process as it allowed the readers or the civil society who read these newspapers to understand, trust these soldiers as their ultimate saviours, who come for their help when people are in danger.

3.3. Implementation of the 'Together for all' project

Another strategic action that has taken to uplift soldiers' identity is, the 'Together for all' programme (Picture 08, 09 and 10). This project is a welfare project which was implemented by the Ministry of Defense that aimed to uplift the lives of the heroes in the triforms. According to the ministry, the mission of this project is to encourage all Sri Lankans to support our service personal who dedicated their lives to bringing peace to the country (TriAd,2017). Since this is a fundraising programme, newspaper media has dedicated a special space to publish the advertisements related to this project. This project further highlighted

the humanitarian face of the soldiers and encouraged the general public to pay their gratitude to those who sacrificed their lives to protect all of us at the Warfield. Through this project, they tried to transmit the message to the society that the 'soldiers are also people, who live with us'.

Picture 8, 9 and 10: Together for all programme promotion posters



Source: TriAd,2017:189

Therefore, this campaign used very sensitive captures, by emphasizing soldiers as a son, as a brother, as a husband, as a father, as a friend, and as a protector, (Pictures 08,09 and 10) utilizing all forms of media, attracting huge publicity towards the role of the soldiers in the battlefield and outside the battle. Therefore, as a result of this, society also started to look at the soldiers from a different angle than ever before. And because of the publicity given by the media to this project, breaking down the boundaries between the soldiers and civil persons can be noticed this cause to uplift the soldier's image in a humanitarian way.

3.4. Using Various Reporting Techniques

Another significant finding observed in the study was the newspapers used various influential techniques when they report war-related news on a daily basis. Other than using sentimental pictures, newspaper journalists have used different writing techniques at different scales, such as the usage of attractive headings, subheadings, and also paying special attention to the soldiers' life stories etc. Through these write-ups they allowed the soldiers to share their memories about how they joined the military forces, memories of battle fires, difficulties etc.

"The weather was getting worse day by day. The LTTE hoped that the army would cease its operations as it could no longer withstand the situation. The courage of the soldiers engaged in the operation was insignificant They did not give up the fight even when they were wearing a wet uniform for days in the rain." - (Wijeweera,2009:94).

"It is because of this courageous man that our children are able to think about tomorrow. He considers every child of any race in this country as a child born of his own blood and allows all of us, big and small, to live freely. This man is our own man, the father of the whole country. We value a country and a state" - (TriAd,2017)

"Terrible Experiences of War Heroes on the Battlefield" - (Hewagela,2009:16)

Another fact is that these journalists' have used eye catchy phrases to create sympathy and kindness towards members who represented the triforms acknowledging the fact that these soldiers are on a battlefield on behalf of the entire Sri Lankan nation.

"The world's largest hostage rescue operation is underway" - (Rajapaksha,2009:09)

"Leading Task Force on Humanitarian Operations" - (Mihindukula,2009:12)

"The spread of humanity on the battlefield" - (Bandara, 2009:04)

In this way, such headlines published during the war show the war heroism of the war heroes of the country. Therefore this helps to grow the attitudes and identities in society regarding war heroes continuously. Not only that when designing the page layout of the newspapers, but they have also reserved front pages, 3,5,7,9 pages, and small magazine type newspapers for war-related news reporting, in order to prioritize the war-related news during this period. Because these are the pages that have recognized easily captured the reader's attention. Moreover, they have used different fonts, font sizes, and background colours (especially blue, red, and green colour) to capture the readers' attention to that news and to the background stories of the great achievements of the soldiers.

3.5. Exercising the War News Reporting Technique

Moreover, journalists exercised the war news reporting methods as another technique to deliver accurate truthful news to their readers. This technique was started during the mid-2008 after the Wanni battle fire. In here journalists went to the front line on the battlefield along with the soldiers and did the live news reporting to their fan base. This also helped to uplift the image of the war heroes as well as merge the gap between the society and the forces because these reporters revealed the actual struggles these

soldiers faced on a daily basis, especially towards the end of the war. This also largely contributed to see the soldiers from a different angle.

4. DISCUSSION

When considering these study findings, it shows that the media has the ability to construct public opinion of society. This can be identified by paying attention to the scholars' ideas related to this type of the influence. The media is directly involved in shaping the basic opinion as well as the specific views of the majority of the people (Weerasinghe, 2005:158). The fact that the media has the potential to play a major and direct role in shaping public opinion, and thus to understand the relationship between newspapers and public opinion, can be seen as a factor in organizing the public opinion (William cited in Perera, 2003:12). The service rendered by newspapers to society is extremely important. Because according to the Press Council, journalists can create true or false news, and thereby they have the potential to build public opinion, both positive and negative (Press Council, 2002:61). All these prove that the media's ability to create public opinion is possible and can be done as intended.

Therefore, based on the findings of the study it is clear fact, how media have worked to construct a new image and identity towards soldiers during the final phase of the civil war in Sri Lanka. "The army rescued civilians sooner than we thought and it should be appreciated... Despite the difficulties faced by the security forces without getting their new year leaves and they helped the displaced people during the new year. People who escaped the clutches of L.T.T.E. were in hunger pangs. Our troops provided the foods to them and helped them ." Considering these types of phrases, it is a clear fact that these types of phrase caused to develop a positive attitude towards the military troops and this helps to emphasize the humanitarian facet of the forces as well. Therefore as Gorvett pointed out it is well known that our conscious decisions are routinely influenced by unconscious thought-processes, emotions, and prejudices (Gorvett, 2015). Thereby it is clear that the media has influenced the readers by using their conscious habit of reading while unconsciously influencing the readers' mind by constructing a new kind of public opinion about war heroes, as they intended. This shows that how the government has successfully utilized their political psychology project alone with the military media management by using newspaper media as one of the mediums in terms of organizing public opinion of the society.

Not only that the success of this image-building

campaign of the soldiers can be identified with the feedback from society. For example, when the military is accused of committing war crimes, the people stand up together and came forward against those false charges. At the time, various articles, such as 'People are with war heroes no matter what anyone says' (Brahmanage, 2009), shows how people's attitudes regarding the soldiers were changed from time to time, from a tough person to protectors or gods of the country. This shows how the media successfully organized public opinion.

In addition when focusing on the success of this media campaign can be understood based on the various welfare project which emerged from the society such as 'Be together for all housing project', 'Artificial legs distribution for disabled war heroes', 'Scholarships for children of war heroes' as well as commercial programs such as 'Dialog together for all fund', 'Mobitel tribute fund for soldiers' are few examples. It is clear that the role played by the newspapers was significant and that all of this was due to the growing love, respect and devotion of the people for the war heroes of this country and their view of them as gods and heroes living on earth.

Therefore, the active role played by the newspaper media during the final phase of civil war especially after 2008, helped to create a positive public belief and image about the soldiers as "our guardian deities in Sri Lanka" during the studied timeframe. As McNair pointed out the press is indeed a major vehicle for building political identity (MaNair, 2011:91). Therefore, it is clear that the Sri Lankan government has successfully exercised their political communication project accordingly as they intended, during the final and the most critical war period. This in turn was very positive from the soldiers' aspect, as their true sacrifices were publicly recognized and much appreciated.

However, at first glance, this may seem like an easy task, but it should be noted that it is not an easy task. Because these media representatives also had to face a lot of difficulties during this period especially after they started the live war news reporting. For instance difficulties in securing information from the authorities, regular inspections by security personnel, phone call threats, physical assault, murders were few exerting pressure on journalists engaged in war news reporting (Free Media Movement, 2006:12).

5. CONCLUSION

In conclusion, the image of the soldiers has changed

from time to time with the more influential reporting of the newspapers in Sri Lanka as the evidence of this study attested. Here, because of the media contribution including the newspapers, instead of the 'Sinhala Army' identity that was seen in the early stages of the Civil War, the collective identity of 'Our Army', 'Our Children' can be traced back to the formation of Sri Lankan war heroes. Furthermore, because of the active role played by the media, it helped to construct the soldier's image positively while creating a collective identity to them helped to merge the boundaries between the civil society and the tri forces. This provided the soldiers with a better recognition as human beings who have dedicated their precious lives in a patriotic manner and their actions on behalf of every citizen of Sri Lanka were publicly appreciated.

However, when compared to the contribution of the government newspapers for this process, the private newspapers studied in this research, had a slightly higher allocation for the construction of the soldier's image during this selected period. However, in the process of building a new face and identity for the Sri Lankan security forces during the period of war on terror, the Sri Lankan press, either government or non-government, had a decisive impact on the opinion creating, although may or may not had the potential to completely transform public opinion in that regard. Because at that time newspaper distribution process also subjected to the barriers and because in some areas people who are with the lack of the literacy all caused to this.

Moreover, in Sri Lanka, those who belong to the triforms, the police, Special Task Force and the Civil Defense Force are identified as war heroes. However, it is clear from the observation that in the general public, the term 'war hero' is understood to refer only to persons belonging to the triforms. This is due to the fact that the people of this country identify the war hero as a person who directly involved in the war. This led to a lack of recognition of the Sri Lanka Police, Special Task Force and the Civil Defense Force in the dialogue on war heroes. It was observed in the study that the contribution made by the newspapers for this purpose was not sufficient. Accordingly, although the Police and the Civil Defense Force have rendered service as valuable as the role played by the Tri-Forces in the war, it is clear that the newspapers have been given less consideration when it comes to the news related to the police. Due to this, it will be clear that this propaganda project has not succeeded in building such a new image of the police and the civilian forces,

even though the war heroes have been elevated to a higher position by the media.

But when it comes to the post-war scenario, significant dynamics can be identified due to the war-related criminal charges against some soldiers who were previously identified as war heroes. Other than this, in the post-war context, soldiers labour was used for the urban beautification projects in Sri Lanka, which was openly criticized. This caused a slight decrease in the identity of the soldiers as "War Heroes" and this impacted their image in a kind of a negative direction during the post-war period. Therefore, the image constructed by the newspaper and other media which was examined in this study can be further examined considering this post-war period.

REFERENCES

- DR BALASOORIYA, M. & JAYAWARDHENA, C., (Ed), (2011), *Prabhakaran's dream state - The Origin and Destruction of the LTTE*, Colombo, Vijithayapa Publications
- BRAGHMANAGE, B. (2009), 'This military victory is a happiness for all of us who appreciate the democracy' (Silumina, 24 May 2009)
- GOLDSWORTHY, H, Ian (Ed), (1999), *The Roman Army as a Community*, London: University of London
- GORVETT, Z. (2015), The Hidden Psychology of Voting, BBC Future. Retrieved from <https://www.bbc.com/future/article/20150506-the-dark-psychology-of-voting> [5th June 2021]
- HERMAS, J. (1989), *The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry into a Category of Bourgeois Society*, Massachusetts, The MIT Press
- DR JAYATHUNGA, R. M., (2004), *Psychological effects of war stress*, Colombo, Wijesooriya Publications
- KUMARATHUNGA, (1995), *President Chandrika Bandaranayaka Kumarathunga's Official Website*, Retrieved from <http://www.presidentcbk.org/peace.php> [21 June 2021]
- MALTBY, S., (2010), *Military Media Management*, London, Routledge

MCNAIR, B. (2011), *An Introduction to Political Communication*, New York, Routledge Taylor & Francis Group

MERRIAM WEBSTER DICTIONARY, (2021), "Soldier", (online), Retrieved from <http://www.merriamwebster.com/dictionary/soldier> [05 June 2021]

NATIONAL PEACE COUNCIL OF SRI LANKA, (2010), *Ethnic Issue in Sri Lanka Yesterday Today and Tomorrow*, Colombo, National Peace Council of Sri Lanka

PARKER, M. (2018), What are the duties of a soldier in the army? Retrieved from <https://careertrend.com/facts-5002212-what-duties-soldier-army.html> [5th June 2021]

PERERA, K. S. (2003), *Newspaper Reader and Credibility*, Colombo, Godage Publications

PERERA, R. (2013), *War Heroes Who Shattered Prabhakaran's Eelam Dream*, Nugegoda, Sarasavi Publications

PRESS ASSOCIATIONS OF SRI LANKA, (2002), *Journalism Review - III*, Colombo, Press Associations of Sri Lanka

SECURITY FORCES HEADQUARTERS MEDIA UNIT. (2021), *Mavilaru Operation - 20 July 2006 to August 2006*, Retrieved from <https://alt.army.lk/sfhqeast/content/mavilaru-operation-20-july-2006-09-aug-2006> [17th June 2021]

SRI LANKA COMMANDO REGIMENT. (2000), *Vacancies*, (Lankadeepa, 05 November, 2000)

SRI LANKA ARMY. (2001), *Vacancies*, (Lankadeepa, 13 July, 2001)

TRIAD, (2021), 'Api Wenuwen Api', (Online), Retrieved from <http://triad.lk/> [05 June 2021]

UYANGODA, J. (2011), *Nation, Nationalism and the Nation State - Political Theory and Practice*, Colombo, Social Scientists' Association

WEERASINGHE, T. (2007), *Critical Study of Media and Methodology in the Social Sciences of Journalism*, Nugegoda, Sarasavi Publications

WIJEWEERA, (2009), *Countries not have the compulsory military services* (Lankadeepa, 14 June, 2009)



HOLISTENCE
publications