

T.C.
RECEP TAYYIP ERDOĞAN ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLETME ANABİLİM DALI

MUHASEBE MESLEK MENSUPLARININ KULLANDIKLARI İZLENİM
YÖNETİMİ TAKTİKLERİNİN BELİRLENMESİ: TRABZON VE RİZE
İLLERİNE YÖNELİK BİR UYGULAMA

(Yüksek Lisans Tezi)

Tezin Yazarı

Merve TOPTAN

Tez Danışmanı

Yrd. Doç. Dr. Davut AYGÜN

RİZE 2014

T.C.
RECEP TAYYIP ERDOĞAN ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLETME ANABİLİM DALI

MUHASEBE MESLEK MENSUPLARININ KULLANDIKLARI İZLENİM
YÖNETİMİ TAKTİKLERİNİN BELİRLENMESİ: TRABZON VE RİZE
İLLERİNE YÖNELİK BİR UYGULAMA

(Yüksek Lisans Tezi)

Tezin Yazarı

Merve TOPTAN

Tez Danışmanı

Yrd. Doç. Dr. Davut AYGÜN

Tez Savunma Tarihi

14. 11. 2014

Tez Jürisi Üyeleri

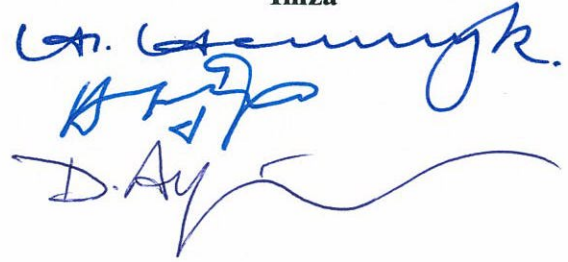
Adı ve Soyadı

Başkan : Doç. Dr. Ali Sait ALBAYRAK

Üye : Doç. Dr. Seymur AĞAZADE

Üye : Yrd. Doç. Dr. Davut AYGÜN

İmza



Enstitü Müdürü
Prof. Dr. Şevket TOPAL

..... / / 2014

Onay Tarihi

RECEP TAYYİP ERDOĞAN ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

Bu tezi bilimsel metotlara ve etik davranış ilkelerine uygun olarak hazırlayıp sunduğumu, tezde bana ait olmayan tüm bilgi, düşünce ve sonuçları belirttiğimi ve kaynağını gösterdiğimi beyan ederim. 14/11/2014.



Merve TOPTAN

ÖNSÖZ

Bireyler yaşamları boyunca etrafındaki diğer bireylerle etkileşim içinde yaşamaktadır. Bu bağlamda muhasebe meslek mensupları da hem mesleki hem de sosyal yaşantılarında diğer insanlarla etkileşimde bulunmaktadır. İnsanlar yaşantılarında arzu ettikleri amaçlara ulaşabilmek için diğer bireylerin kendileri hakkındaki algı ve düşüncelerini etkilemeye yönelik çeşitli izlenim yönetimi taktikleri kullanabilmektedir.

Bu çalışmadaki amaç, muhasebe meslek mensuplarının kullandıkları izlenim yönetimi taktiklerini belirleyerek, muhasebe meslek mensuplarının demografik özellikleri açısından kullanılan izlenim yönetimi taktiklerinin anlamlı farklılıklar gösterip göstermediğini tespit etmektir.

Araştırmanın her aşamasında beni yönlendiren, yardım ve desteklerini esirgemeyen, bilgi ve tecrübelerini benimle paylaşan danışman hocam Sayın Yrd. Doç. Dr. Davut AYGÜN'e, istatistiksel analiz konusunda bilgi ve önerilerinden yararlandığım Sayın Doç. Dr. Ali Sait ALBAYRAK'a ve yüksek lisans eğitimim boyunca bilgi ve görüşleriyle bana yol gösteren Sayın Yrd. Doç. Dr. Mustafa SAVCI'ya sonsuz teşekkür eder, saygılarımı sunarım. Ayrıca her zaman yanımda olan ve beni destekleyen aileme de teşekkür ederim.

Rize, 2014

Merve TOPTAN

İÇİNDEKİLER

	<u>Sayfa</u>
ÖNSÖZ.....	4
İÇİNDEKİLER	5
TABLolar LİSTESİ.....	8
ŞEKİLLER LİSTESİ.....	10
KISALTMALAR LİSTESİ.....	11
GİRİŞ	12

BİRİNCİ BÖLÜM

1. MUHASEBE MESLEĞİ VE MUHASEBE MESLEK MENSUPLARI

1.1.Muhasebe ve Muhasebe Mesleği	14
1.2.Muhasebe Mesleğinin Gelişimi	17
1.3. Muhasebe Meslek Mevzuatı ve Muhasebe Meslek Mensupları.....	24
1.3.1.Mesleğin Konusu	27
1.3.1.1. Serbest Muhasebeci Mali Müşavirlik Mesleğinin Konusu.....	27
1.3.1.2. Yeminli Mali Müşavirlik Mesleğinin Konusu.....	28
1.3.2. Muhasebe Meslek Mensubu Olabilmenin Özel Şartları.....	28
1.3.2.1. Serbest Muhasebeci Mali Müşavir Olabilmenin Özel Şartları	28
1.3.2.2. Yeminli Mali Müşavir Olabilmenin Özel Şartları	30
1.4. Meslek Mensuplarının Çalışma Usul ve Esaslarına İlişkin Genel Mesleki Standartlar	31
1.5. Muhasebe Mesleği İle İlgili Kuruluşlar.....	32

İKİNCİ BÖLÜM

2. İZLENİM YÖNETİMİ

2.1.İzlenim Yönetimi Kavramının Tanımı	37
2.2.İzlenim Yönetiminin Kavramsal Gelişimi	42
2.3.İzlenim Yönetiminin Amacı ve Yararları.....	45
2.4.İzlenim Yönetimi Modelleri	47
2.4.1. Gardner ve Martinko'nun İzlenim Yönetimi Modeli	47

2.4.2. Leary ve Kowalski' nin İzlenim Yönetimi Modeli.....	51
2.4.3. Martinko'nun İzlenim Yönetimi Modeli	52
2.4.4. Rosenfeld, Giacalone ve Riordan'ın İzlenim Yönetimi Modeli.....	54
2.4.5. Bozeman ve Kacmar'ın İzlenim Yönetimi Siberetik Modeli	55
2.5. İzlenim Yönetimi Süreci	57
2.5.1. İzlenimleri İnceleme	57
2.5.2. İzlenim Oluşturmaya Güdülenme	58
2.5.3. İzlenim Oluşturma	59
2.6. İzlenim Yönetimi Taktikleri	60
2.6.1. Kendini Tanıtmaya Yönelik İzlenim Yönetimi Taktikleri	69
2.6.2. Kendini Savunmaya Yönelik İzlenim Yönetimi Taktikleri.....	73

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

3. MUHASEBE MESLEK MENSUPLARININ KULLANDIKLARI İZLENİM YÖNETİMİ TAKTİKLERİNİN BELİRLENMESİ

3.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi.....	76
3.2. Araştırmanın Sınırlılıkları	76
3.3. Araştırmanın Evren ve Örneklemi.....	77
3.4. Araştırmanın Veri Toplama Aracı.....	77
3.5. Araştırmanın Hipotezleri	78
3.6. İzlenim Yönetimi Taktiklerinin Belirlenmesine Yönelik Yapılan Çalışmalar	79
3.7. Araştırma Verilerinin Çözümlemesinde Kullanılan İstatistiksel Testler ve Teknikler	85
3.8. Araştırmanın Bulguları.....	88
3.8.1. Araştırmaya Katılanların Demografik Özelliklerinin Değerlendirilmesi	88
3.8.2. İzlenim Yönetimi Taktikleri İle İlgili Bilgilerin Değerlendirilmesi	90
3.8.3. Muhasebe Meslek Mensuplarının Kullandıkları İzlenim Yönetimi Taktikleri.....	92
3.8.4. Muhasebe Meslek Mensuplarının Kullandıkları İzlenim Yönetimi Taktiklerine İlişkin Bulgular ve Yorum	96

3.8.4.1. Unvana Göre İzlenim Yönetimi Taktiklerinin Kullanımına İlişkin Bulgular ve Yorum	96
3.8.4.2. Cinsiyete Göre İzlenim Yönetimi Taktiklerinin Kullanımına İlişkin Bulgular ve Yorum	99
3.8.4.3. Çalışılan İle Göre İzlenim Yönetimi Taktiklerinin Kullanımına İlişkin Bulgular ve Yorum	101
3.8.4.4. Yaşa Göre İzlenim Yönetimi Taktiklerinin Kullanımına İlişkin Bulgular ve Yorum	103
3.8.4.5. Mesleki Deneyime Göre İzlenim Yönetimi Taktiklerinin Kullanımına İlişkin Bulgular ve Yorum	107
3.8.4.6. Öğrenim Düzeyine Göre İzlenim Yönetimi Taktiklerinin Kullanımına İlişkin Bulgular ve Yorum	111
3.8.4.7. İzlenimleri Önemsene Durumuna Göre İzlenim Yönetimi Taktiklerinin Kullanımına İlişkin Bulgular ve Yorum	114
SONUÇ.....	117
KAYNAKÇA	123
EKLER.....	132
ÖZET.....	135
ABSTRACT	136
ÖZGEÇMİŞ.....	137

TABLolar LİSTESİ

	<u>Sayfa</u>
Tablo 1: İzlenim Yönetimi Tanımları	40
Tablo 2: Stratejik Kimlik Fonksiyonları ve Davranışsal Taktikler	63
Tablo 3: Yukarı Doğru Etki Taktik ve Stratejileri Süreci Modeli.....	67
Tablo 4: Araştırmanın Örnekleminin Demografik Özelliklerine İlişkin Frekans Dağılımı	89
Tablo 5: İzlenim Yönetimi Taktikleri Ölçeğine İlişkin Oransal Frekans Dağılımı	90
Tablo 6: İzlenim Yönetimi Taktiklerine İlişkin Dönüştürülmüş Faktör Matrisi..	93
Tablo 7: Unvana Göre Kendini Tanıtmaya Yönelik İzlenim Yönetimi Taktiklerinin Kullanımına İlişkin Kruskal Wallis H Testi Sonuçları	97
Tablo 8: Unvana Göre Kendini Savunmaya Yönelik İzlenim Yönetimi Taktiklerinin Kullanımına İlişkin Kruskal Wallis H Testi Sonuçları	98
Tablo 9: Cinsiyete Göre Kendini Tanıtmaya Yönelik İzlenim Yönetimi Taktiklerinin Kullanımına İlişkin Mann Whitney U Testi Sonuçları	99
Tablo 10: Cinsiyete Göre Kendini Savunmaya Yönelik İzlenim Yönetimi Taktiklerinin Kullanımına İlişkin Mann Whitney U Testi Sonuçları	100
Tablo 11: Çalışılan İle Göre Kendini Tanıtmaya Yönelik İzlenim Yönetimi Taktiklerinin Kullanımına İlişkin Mann Whitney U Testi Sonuçları	101
Tablo 12: Çalışılan İle Göre Kendini Savunmaya Yönelik İzlenim Yönetimi Taktiklerinin Kullanımına İlişkin Mann Whitney U Testi Sonuçları	102
Tablo 13: Yaşa Göre Kendini Tanıtmaya Yönelik İzlenim Yönetimi Taktiklerinin Kullanımına İlişkin Kruskal Wallis H Testi Sonuçları	104
Tablo 14: Yaşa Göre Yıldırma Taktiğinin Kullanımında Anlamlı Farklılığa İlişkin Mann Whitney U Testi Sonuçları	105
Tablo 15: Yaşa Göre Kendini Savunmaya Yönelik İzlenim Yönetimi Taktiklerinin Kullanımına İlişkin Kruskal Wallis H Testi Sonuçları	106
Tablo 16: Mesleki Deneyime Göre Kendini Tanıtmaya Yönelik İzlenim Yönetimi Taktiklerinin Kullanımına İlişkin Kruskal Wallis H Testi Sonuçları	108
Tablo 17: Mesleki Deneyime Göre Kendini Savunmaya Yönelik İzlenim Yönetimi Taktiklerinin Kullanımına İlişkin Kruskal Wallis H Testi Sonuçları .	109

Tablo 18: Mesleki Deneyime Göre Özür Dileme Taktiğinin Kullanımında Anlamli Farklılığa İlişkin Mann Whitney U Testi Sonuçları.....	110
Tablo 19: Öğrenim Düzeyine Göre Kendini Tanıtmaya Yönelik İzlenim Yönetimi Taktiklerinin Kullanımına İlişkin Kruskal Wallis H Testi Sonuçları	112
Tablo 20: Öğrenim Düzeyine Göre Kendini Savunmaya Yönelik İzlenim Yönetimi Taktiklerinin Kullanımına İlişkin Kruskal Wallis H Testi Sonuçları .	113
Tablo 21: İzlenimleri Önemseme Durumuna Göre Kendini Tanıtmaya Yönelik İzlenim Yönetimi Taktiklerinin Kullanımına İlişkin Mann Whitney U Testi Sonuçları	114
Tablo 22: İzlenimleri Önemseme Durumuna Göre Kendini Savunmaya Yönelik İzlenim Yönetimi Taktiklerinin Kullanımına İlişkin Mann Whitney U Testi Sonuçları	115

ŞEKİLLER LİSTESİ

	<u>Sayfa</u>
Şekil 1: İzlenim Yönetimi Sürecinde Anahtar Değişkenler ve Başlıca İlişkiler .	49
Şekil 2: İzlenim Yönetiminin İki Bileşeni	51
Şekil 3: İzlenim Yönetimi Süreci	53
Şekil 4: İzlenim Yönetiminde Sosyal Psikoloji Sürecinin Üç Bileşenli Modeli ..	54
Şekil 5: İzlenim Yönetiminin Sibernetik Modeli.....	56
Şekil 6: Aktörün Kimlik Uyuşmazlıkları ve Karşılık Gelen İzlenim Yönetimi Fonksiyonları	64

KISALTMALAR LİSTESİ

FEE: The Fédération des Experts Comptables Européens

IAS: International Accounting Standards

IASB: International Accounting Standards Board

IASC: International Accounting Standards Committee

IFAC: International Federation of Accountants

IFRS: International Financial Reporting Standards

KGK: Kamu Gözetimi, Muhasebe ve Denetim Standartları Kurumu

KİT: Kamu İktisadi Teşebbüsü

KMO: Kaiser-Meyer-Olkin

SM: Serbest Muhasebeci

SMMM: Serbest Muhasebeci Mali Müşavir

TFRS: Türkiye Finansal Raporlama Standartları

TMS: Türkiye Muhasebe Standartları

TMSK: Türkiye Muhasebe Standartları Kurulu

TMUD: Türkiye Muhasebe Uzmanları Derneği

TMUDESK: Türkiye Muhasebe ve Denetim Standartları Kurulu

TÜRMOB: Türkiye Serbest Muhasebeci Mali Müşavirler ve Yeminli Mali Müşavirler Odaları Birliği

UFRS: Uluslararası Finansal Raporlama Standardı

UMS: Uluslararası Muhasebe Standardı

YMM: Yeminli Mali Müşavir

GİRİŞ

Günümüz toplumlarında yaşanan gelişmeler bireyleri gerek iş ilişkilerinde gerekse sosyal ilişkilerinde farklı etkileşimler içinde olmaya yönlendirmektedir. Değişen ve gelişen yaşam standartları, içinde bulunulan durum, çevrenin özellikleri, kültür, kişilik özellikleri, algılamalar gibi çeşitli etkenler bireylerin izlenimlerini ve davranışlarını etkilemektedir. Bireylerin diğer kişilerle olan iletişimlerinde genellikle olumlu izlenim oluşturmak, olumsuz izlenimleri ise ortadan kaldırmayı arzuladıkları ifade edilebilir. Bu bağlamda insanlar, diğer bireylerin kendilerine yönelik algılamalarını, düşüncelerini, değerlendirmelerini inceleyerek bunları kendi amaçları doğrultusunda yönetmeye çalışmaktadır. Yani, bireyler içinde bulunulan ortamda karşısındakilerin izlenimlerine yön vererek onların davranışlarını kendi amaçları doğrultusunda yönlendirmek istemektedir. Söz konusu yönlendirmede yararlanılabilecek en temel aracın izlenim yönetimi taktikleri olduğu ileri sürülebilir. Muhasebe meslek mensupları da gerek müşterileriyle gerekse diğer meslek mensuplarıyla birtakım etkileşimlerde bulunarak faaliyetlerini yürütmektedirler. Bu etkileşim muhasebe meslek mensuplarının karşısındakilerin beklentilerini karşılamalarını gerektirmektedir. Dolayısıyla çalışma hayatının bir gerekliliği olarak muhasebe meslek mensupları izlenim yönetimi taktiklerini kullanmak durumundadırlar.

Muhasebe meslek mensuplarının kullandıkları izlenim yönetimi taktiklerinin belirlenmesini amaçlayan bu çalışmada muhasebe meslek mensupları ve izlenim yönetimi konuları incelenmiştir. Daha sonra ise Trabzon ve Rize illerinde hizmet veren muhasebe meslek mensuplarına çalışmanın amacına yönelik olarak anket uygulanmıştır. Bu kapsamda söz konusu çalışma üç bölümden oluşmaktadır.

Birinci bölümde, muhasebe mesleği ve muhasebe meslek mensupları incelenmiştir. Bu bölümde muhasebe ve muhasebe mesleği, muhasebe mesleğinin gelişimi, muhasebe meslek mevzuatı ve muhasebe meslek mensupları konularında açıklamalarda bulunulmuştur. Daha sonra meslek mensuplarının çalışma usul ve esaslarına ilişkin genel mesleki standartlar ve muhasebe mesleği ile ilgili kuruluşlara yer verilmiştir.

İkinci bölümde, izlenim yönetimi konusu incelenmiştir. Bu bölümde izlenim yönetimi kavramının tanımı, kavramsal gelişimi, izlenim yönetiminin amacı ve yararları, izlenim yönetimi modelleri, izlenim yönetimi süreci ve izlenim yönetimi taktikleri ele alınmış ve açıklanmıştır.

Üçüncü bölümde, muhasebe meslek mensuplarının kullandıkları izlenim yönetimi taktiklerinin belirlenmesi için 13 Serbest Muhasebeci (SM), 86 Serbest Muhasebeci Mali Müşavir (SMMM) ve 3 Yeminli Mali Müşavir (YMM) olmak üzere toplam 102 kişiye anket uygulanmıştır. Söz konusu anket aracılığıyla muhasebe meslek mensuplarının kullandıkları izlenim yönetimi taktikleri belirlenmiştir. Daha sonra muhasebe meslek mensuplarının kullandıkları izlenim yönetimi taktiklerindeki farklılıklar birtakım demografik özellikleri bağlamında ortaya konulmuştur.

BİRİNCİ BÖLÜM

1. MUHASEBE MESLEĞİ VE MUHASEBE MESLEK MENSUPLARI

Günümüzde işletme faaliyetlerinin her geçen gün çeşitlenmesi, bu faaliyetlerin sonuçlarına ilişkin bilgilerin önemini artırmaktadır. Bu bilgiler işletme sahipleri, yöneticiler, çalışanlar, üçüncü kişiler, kamuoyu vb. çıkar gruplarını ilgilendirmektedir. Söz konusu çıkar grupları işletmenin içinde bulunduğu durum ve faaliyetleri yakından takip etme ve en doğru mali bilgileri elde etme ihtiyacı duymaktadırlar. İşte bu noktada gerek işletme yöneticilerinin gerekse diğer çıkar gruplarının ihtiyaç duydukları bilgileri muhasebenin sağladığı belirtilebilir (Kavak, 2005: 3).

Ekonomik, sosyal ve teknolojik alanlardaki gelişmeler muhasebe tarafından üretilen bilginin kapsamını genişletmekte ve niteliklerini değiştirmektedir. Geline nokta muhasebe meslek mensubunun çağın işletmecilik anlayışı ile gelişen ve değişen koşullara uygun bilgi üretimini gerçekleştirmesi, onun muhasebe teorisi ve uygulaması yanında hukuk, ekonomi, maliye, teknoloji vb. alanlarda da bilgi sahibi olmasını gerektirmektedir. Bu yönüyle muhasebenin karmaşık bilgi yapısı gerektiren bir meslek olma özelliği sergilediği ifade edilebilir. Değişen ve gelişen koşullar, muhasebe mesleğinin bilgi yapısını ilk çağlardaki basit bir kayıt düzeni becerisinden günümüzdeki işletme sınırlarının hatta ülke sınırlarının ötesinde önem arzeden bir bilgi sistemini kurup yönetebilecek bir konuma getirdiği ileri sürülebilir (Marşap, 1995: 4-5).

Çalışmanın bu bölümünde, muhasebe ve muhasebe mesleği, muhasebe mesleğinin gelişimi, muhasebe meslek mevzuatı ve muhasebe meslek mensupları, meslek mensuplarının çalışma usul ve esaslarına ilişkin genel mesleki standartlar ve muhasebe mesleği ile ilgili kuruluşlara ilişkin açıklamalara yer verilmiştir.

1.1. Muhasebe ve Muhasebe Mesleği

Muhasebe kelimesi Arapça kökenli bir kelime olan muhasaba sözcüğünden türemiş olup hesaplama anlamına gelmektedir. Bakış açılarının doğal bir sonucu olarak bazıları muhasebenin, sanat ve teknik, bazıları da bilim olduğu üzerinde durmuştur (Sürmen, 2013: 8). Her ne kadar teknik yanı ağır bassa

da bir bilim dalında olması gereken ilkeler, kurallar ve kaideler muhasebe alanında da söz konusudur. Bu sebeple muhasebe bir bilim dalı olarak kabul edilebilir.

Muhasebe kavramının literatürde birçok tanımı bulunmaktadır. Bu tanımlamalardan bazılarını aşağıda yer verilmiştir.

Muhasebe işletmenin varlık ve kaynaklarında değişme yaratan ve para ile ifade edilebilen ekonomik olayları, kendi ilke ve esasları çerçevesinde sınıflandıran, kaydeden, özetleyerek raporlayan, analiz eden ve yorumlayan bir bilgi sistemi olarak ifade edilebilir (Çaldağ ve Ayanoğlu, 2006: 3). Başka bir tanımlamaya göre muhasebe, işletme eylemlerinin kontrolünü sağlamak, geleceğe ilişkin işletme eylemlerini planlamak, işletme içi ve dışındaki kişilere işletmeye ilişkin etkin kararlar alabilmeleri için, mali olaylarla ilgili bilgilerin toplanması ve iletilmesi işlemidir (Ataman, 1999: 1). Muhasebe; işletmenin parasal nitelikteki işlemlerinin saptanması, ölçülmesi, kaydedilmesi, sınıflandırılması, özetlenerek raporlanması ve analiz edilerek yorumlanması süreci biçiminde de ifade edilebilir (Gökçen, 2007: 4).

Meslek belli bir eğitim ile kazanılan sistemli bilgi ve becerilere dayalı, insanlara yararlı mal üretmek, hizmet vermek ve karşılığında para kazanmak için yapılan, kuralları belirlenmiş iş biçiminde ifade edilebilir (<http://www.tdk.gov.tr>). Dolayısıyla yukarıdaki muhasebe tanımlarında belirtilen faaliyetlerin yerine getirilmesiyle oluşan iş, muhasebe mesleği olarak tanımlanabilir.

İşletmelerin faaliyetleri ile ilgili olarak ortaklara, potansiyel yatırımcılara, alacaklılara, işletme yöneticilerine, kredi kuruluşlarına ve devlete bilgi sağlayan muhasebe, finansal sistemde karar almada ihtiyaç duyulan bilginin önemli bir bölümünü oluşturmaktadır (Arıkan, 2009: 10). İşletmelerin faaliyetlerini etkin ve verimli olarak sürdürebilmeleri değişen koşullara uyum sağlamalarına ve doğru kararlar almalarına bağlıdır. Bu durum, işletmelerde finansal bilgileri sağlayan muhasebenin önemini artırmaktadır. İşletmeleri etkileyen koşulların sürekli olarak değişmesi muhasebe uygulamalarının da değişimine neden olmaktadır. Muhasebedeki bu değişme ve gelişmelerin sonucunda muhasebe meslek mensuplarına olan gereksinim artmaktadır (Demir, 2012: 109-110).

Öte yandan işletme içinde finansal bilgiyi üreten muhasebe sisteminin de insan faktörüne dayandığı belirtilebilir (Zaif ve Ayanoglu, 2007: 116). Bu bağlamda, muhasebe meslek mensubu, muhasebecilik mesleği ile ilgili yasaların ve mesleki kuruluşların öngördüğü sınırlar içinde nitelikli eğitimi ve edindiği muhasebe bilgi, beceri ve deneyimlerini sorumlu olduğu taraflara (müşterilerine, işletmelere, bireylere, muhasebeye ilişkin hizmet talep edenlere) sunan bir profesyoneldir. Muhasebe meslek mensubu devlete, topluma, mesleki kuruluşlara, müşterilerine ve kendine karşı sorumlulukları olan bir meslek sahibidir. Bu açıklamalardan hareketle muhasebe meslek mensubunun karşı karşıya olduğu sorumluluklar aşağıda sistemli bir biçimde açıklanmıştır (Arıkan, 2009: 10-11).

Devlete karşı: Yasaların belirttiği doğruları yapmak, devletin çıkarlarını gözetmek.

Topluma karşı: Toplumu yanıltıcı finansal mesajlar vermekten kaçınmak, toplumun genel çıkarları konusunda duyarlı olmak.

Mesleki kuruluşlara karşı: Mesleki kuruluşların muhasebe mesleğinin imajını, saygınlığını sağlama amacı ile belirlediği standart ve kurallara uygun davranışta ve faaliyetlerde bulunmak.

Müşterilere karşı: Müşteriye profesyonelce hizmet vererek müşterinin çıkarlarını gözetmek, yol gösterici olmak, müşteri ile ilgili edinilen özel bilgileri saklı tutmada güvenilir olmak.

Kendisine karşı: Kişisel disiplin sahibi olmak, mesleki konularda sürekli olarak kendini geliştirmek, yasa ve yönetmeliklere uymak, kamu ve toplum yararına uygun davranış biçimi sergilemek.

Diğer taraftan mesleği icra edenin bilgi, görgü ve yeteneğinin mesleğin gelişimi ve elde edilecek fayda açısından son derece önemli olduğu ileri sürülebilir. Dolayısıyla muhasebe meslek mensubunun mesleğin görevlerini yerine getirebilmesi için çeşitli niteliklere sahip olması gerekir. Muhasebe meslek mensuplarında bulunması gereken nitelikler kişisel ve mesleki olmak üzere iki grupta toplanabilir (Marşap, 1995: 15-17).

Kişisel Nitelikler: Bir muhasebe meslek mensubunda olması gereken temel kişisel nitelikler; zihinsel yetenek ve olgunluk, analitik yetenek, kavramsal anlama, iletişim yeteneği, tarafsız olabilme olarak özetlenebilir.

Mesleki Nitelikler: Bir muhasebe meslek mensubunda olması gereken temel mesleki nitelik, onun teknik yeterliliğidir. Teknik yeterlilik bilgi ve fikir birikimini ifade etmektedir. Mesleki açıdan bilgi ise, muhasebe meslek mensuplarının niteliklerini artırıcı konulara ait birikimlerin edinilmesini kapsamaktadır. Muhasebe konularını ağırlıklı olarak işleyen bir yüksek öğretim kurumundan mezun olması mesleğin başlangıcı için gereklidir. Mesleğe giriş sınavında başarılı olmanın, teknik bilginin somut göstergesi olduğu ileri sürülebilir.

1.2. Muhasebe Mesleğinin Gelişimi

Muhasebe mesleğinin temelinde ticaret olduğu belirtilebilir. Bundan dört bin yıl kadar önce Sümerler’de iş yaşamına ilişkin kayıtların çivi yazısı ile tutulduğu belirlenmiştir. Bu kayıtlara ait belgeler ticari yaşama ilişkin ilk kayıtlar olarak kabul edilebilir. Dolayısıyla muhasebe mesleğinin gelişimini çok eskilere dayandırmak mümkündür. Dünyada mesleğin gelişim süreci ve yasal statüye kavuşması değişik ülkelerde farklı olmuştur (Zeytin, 2007: 9).

Muhasebe mesleğinin önceleri muhasebenin önemini anlayan devlet yetkilileri tarafından saraylara kâtiplik müessesesinin getirilmesiyle icra edildiği ifade edilebilir. Kâtipler devrin en itibarlı kişileri arasında yer almakta ve defter tutma ile bütçe denklğini bilmekteydiler. 1070 yılında Yusuf Has HACİB tarafından yazılan Kutadgu Bilig, adlı eserde kâtip için “Kâtip; çok doğru, itimat edilir, iyi ve dürüst olması lazım. Gözü tok, tavır ve karakteri güvenilir olmalı. Akıllı olmasının yanında, hayâ sahibi bulunmalı. Her türlü işlemi kağıda geçirmeli, akla güvenmemelidir ” denilmektedir (Sürmen, 2013: 1-2).

Muhasebe mesleğiyle ilgili önemli kuruluşlarından biri olan, “Institute of Chartered Accountants” (Ruhsatlı Muhasebeciler Enstitüsü) 1870 yılında İngiltere’de kurulmuş; 1880’de “Royal Charter” (Kraliyet Ruhsatı) ile yasal olarak düzenlenmiştir (Kurtcebe, 2008: 17). ABD’de ise 1897 yılında Ruhsatlı Kamu Muhasebecileri Yasası ile meslek yasal düzenlemeye kavuşturulmuştur.

Muhasebe mesleği Almanya’da 1900 yılında, Fransa’da 1927 yılında yasal düzenlemeye tabi tutulmuştur (<http://archive.ismmmo.org.tr>).

Ülkemizde muhasebe mesleğinin gelişimine bakıldığında Türkiye, Osmanlı İmparatorluğu’nun mirası üzerine kurulmuş bir devlet olmasından dolayı muhasebe mesleğinin gelişimi incelenirken bu dönemdeki değişme ve gelişmelerin konu bütünlüğü içinde ele alınması yararlı olacaktır (İskender, 2011: 20).

Muhasebe mesleği kayıt ihtiyacının ortaya çıkmasıyla var olmuştur. Osmanlı’da iktisadi yaşam devletçilik anlayışı çerçevesinde gelişmiştir. Çünkü özel kesim kayıt düzenine fazla ihtiyaç duyulmayacak kadar küçüktür. Bu nedenle bir hizmet sektörü olan muhasebe, batı ülkelerinde olduğu gibi özel kesimde değil, devlet mali yönetiminde gelişmiştir (Güvemli vd., 2013: 21).

Osmanlı Devleti’nde yüzyıllar boyunca devletin bütün kurumlarında Merdiven Yöntemi¹ adı ile anılan muhasebe yöntemi kullanılmıştır. Bu yöntem, bir Arap İslam devleti olan Abbasi Devleti’nde başlamış, daha sonra İlhanlılar’da gelişmiş ve Osmanlı Devleti’nde olgunlaşmış bir devlet muhasebesi yöntemidir. Devletçilik anlayışı hâkim olduğundan devletin gelir ve giderlerinin muhasebe kayıtlarının yürütülmesinde, vakıf ve çeşitli devlet işletmelerinin muhasebe kayıtlarında kullanılmıştır (Güvemli ve Güvemli, 2006: 276).

Osmanlı İmparatorluğu’nun muhasebe teori ve uygulamaları, Fransız mevzuatının ve yayınlarının etkisi altında gelişme göstermiş olup muhasebenin yasal düzenlemeyle bağlantısının, 1850 yılında Kanunname-i Ticaret adında, aslında Fransız Ticaret Kanunu’nun bir tercümesi olan yasa ile kurulduğu belirtilebilir (Yalçın, 2008: 81).

¹ Merdiven yöntemi, devletçiliğin egemen olduğu ülkelerde devlet muhasebesi için kullanılmıştır. Devletin gelirleri ve giderleri için vergi gelirlerinin toplanması ve harcanması esasına dayanmaktadır. Vergi gelirlerinin ve türlerinin alt alta yazılarak toplanmasıyla yapılmaktadır. Harcama türleri ve tutarlarının alt alta sıralanması esastır. Sistemin muhasebenin tahakkuk esasına göre çalışması esastır ama tahakkuk maddesi yapılmadan işlemlerin yürütüldüğu bilinmektedir. Hem miktar ve hem de tutar yazmaya müsait sistem yapısı vardır. Ayrıca devletin bir yıllık gelirlerinin tek bir kayıt ile yapılmasını sağladığı ifade edilebilir (Elitaş vd., 2008: 182).

Osmanlı'da 1879-1885 yılları arası çağdaşlaşma açısından önemli çabaların olduğu ileri sürülebilir. Bu çabalar aşağıdaki şekilde sıralanabilir (Güvemli vd., 2013: 23-27).

- Çift yanlı kayıt yöntemine geçiş: Bu karar, Osmanlı İmparatorluğu-Maliye Bakanlığı'nın yenilenmesi çerçevesinde ele alınmış ve çift yanlı kayıt yöntemine geçiş kararı alınmasında bazı temel gerekçelerin etkisi vardır. Bunlar (Sürmen, 2013: 7):
 - Kayıtların bilimsel bir yöntemle tutulmaması,
 - Yönetiminin Fransız ve İngiliz kontrolünde olan ve Osmanlı İmparatorluğu'nun para basımını üstlenen Osmanlı Bankası'nın Osmanlı İmparatorluğu-Maliye Bakanlığı ile aynı kayıt yöntemini kullanma zorunluluğu,
 - Kayıtların ayrıntılı biçimde yapılması ihtiyacıdır.

Çift yanlı kayıt yönteminin devlet tarafından kabul edilmesi, Türk muhasebe düşüncesinin çağdaşlaşma çabalarının en önemli temelini oluşturmuştur. Çift yanlı kayıt yöntemine geçiş kararını, Türk muhasebe mesleğinin gelişme doğrultusunu belirleyen bir düzenleme olarak görmek mümkündür.

- Çift yanlı kayıt yöntemini tanıtıcı kitaplar,
- Çağdaş mali denetim anlayışının getirilmesi (Maliye, Heyet-i Teftişîye),
- Hamidiye Ticaret Mektebi'nin Kuruluşu (Marmara Üniversitesi, İşletme Fakültesi),
- Vergicilikteki gelişmeler, Temettü Vergisi olarak ifade edilebilir.

Özel kesimde, 19. yüzyılın ikinci yarısında çift yanlı kayıt yöntemine dayalı olarak bir muhasebe mesleğinin doğmasının yolunun, hem vergicilik kararları, hem eğitim hem de yayınlanan kitaplar ile açıldığının gözlemlendiği belirtilebilir (Güvemli vd., 2013: 27).

Ülkemizde muhasebenin gelişmesinde 1926 yılına kadar Fransa'nın etkisi 1926-1960 yılları arasında ise 865 sayılı Ticaret Kanunu'nun Alman Ticaret

Kanunu'ndan alınmış olması nedeniyle Alman literatürünün etkileri görülmüştür. 1960'dan itibaren ise ABD'deki muhasebe anlayışının ülkemizde hakim olmaya başladığı gözlemlenmektedir (Küçüksavaş, 2001: 10; Yardımcıoğlu, 2013: 14). Osmanlı'da olduğu gibi, Cumhuriyet yönetiminde de Türk Ticaret Kanunu muhasebe mesleğinin oluşmasında öncü bir nitelik taşımıştır (Güvemli vd., 2013: 28).

1926-1930 yılları arasında, vergi düzenini etkileyen ve muhasebe uygulamalarını biçimlendiren vergicilik ile ilgili üç yasal düzenleme yapılmıştır. Bu yasal düzenlemeler, Kazanç Vergisi Kanunu (1926), Muamele Vergisi Kanunu (1927) ve Dahili İstihlak Vergi ve Resimleri Kanunu (1930)'dur. Muhasebe uygulamalarını etkileyen bu yasaların özel kesim ağırlıklı bir muhasebe mesleğinin gelişmesinin önünü açtığı ifade edilebilir (Güvemli vd., 2013: 28).

Türkiye'de "Muhasebe Uzmanlığı Mesleği"nin kurulması konusundaki ilk gereksinimler 1930'larda ilk büyük ekonomik atılımlara başladığı tarihlerde ortaya çıkmıştır. Cumhuriyet'in ilk Kamu İktisadi Teşebbüsü olan "Sanayi ve Maden Bankası'nın kurulması (1926), özel sanayi işletmelerinin özendirilmesi amacıyla "Teşvik-i Sanayi Kanunu'nun çıkarılması (1927) ve bu arada bir "Hesap Mütahassıslığı" kanunu tasarısının hazırlanması (1932) önemli gelişmeler olarak sıralanabilir. Yine bu dönemde Türkiye İş Bankası'nın (1924), T.C. Merkez Bankası'nın (1930), Sümerbank 'ın (1933) ve Etibank'ın (1934) kurulduğu görülmektedir (Aysan, 1996). Dolayısıyla Cumhuriyet'in ilk yıllarında devlet işletmeleri öncülüğünde, ama özel kesim işletmelerini geliştirmeye yönelik ve özel kesime dayalı bir kalkınma stratejisinin benimsenmiş olduğu belirtilebilir.

Muhasebe mesleğiyle ilgili ilk girişim 1932 yılında Ticaret Vekaleti tarafından yapılmıştır. Yasa, Hesap Mütahassıslığı Kanun Tasarısı adı ile hazırlanmıştır. Bu isim, muamele vergisinde denetim yapması istenilen kişilere verilen addır. Dolayısıyla muhasebe mesleğinin tamamını değil belirli bir kısmını içeren bir anlayış ile ele alındığı ve beyana dayalı vergi alınmasının öne çıkardığı denetleme mesleğinin etkisi ile yapılan bir hazırlık olduğu belirtilebilir. Bu konu ile ilgili taslağın bakanlıklar arasında yazışmaların uzamasıyla yasalaşmasının mümkün olamadığı anlaşılmaktadır. Muhasebe mesleğiyle ilgili ikinci girişim

1938 yılında yine Ticaret Vekaleti tarafından gündeme getirilmiştir. Avukatlık Kanunu'nun tasarısı ile birlikte bir de "Hesap Mütahassıslığı" tasarısının hazırlandığı gözlenmektedir. Ancak muhasebe meslek mensuplarına yargılamada temsil yetkisi verilmesini öngören bu tasarının avukatların müdahalesi sonucu yasalaşmadığı belirtilmektedir (Güvemli vd., 2013: 40-41). Ayrıca 1938 yılında çıkarılan ilk KİT Kanunu (3460 sayılı Kanun) muhasebe mesleği için önem taşıyan "Yüksek Denetleme Kurulu"nu kurmuş ve bu kurul KİT'lerin denetlenmesiyle görevlendirilmiştir (Aysan, 1996).

1950 yılında yapılan büyük vergi reformu ile birlikte Maliye Bakanlığı Vergi Usul Kanunu ile Gelir ve Kurumlar Vergisi tasarılarını hazırlamıştır. Ancak söz konusu kanunlar, vergi denetimi amacıyla uzmanlardan yararlanma ihtiyacını ve uzman muhasebeciye olan talebi doğurmuştur. 1937'de çıkarılan Türk Ticaret Kanunu'nun 1956'daki değişimi ve Türkçeleştirilmesi sırasında, ticari işlemlerin kanuna uygunluğunun denetlenmesinde muhasebe mesleği yerine mahkemeleri tanınması ile mesleğinin gelişimi için fırsat olabilecek bu durum kaçırılmıştır (Avder, 2007).

Muhasebe mesleğinin tarihi gelişimi için önemli bir gelişme de 1942 yılında Eksper Muhasipler ve İşletme Organizatörleri Derneği'nin kurulmasıyla olmuştur. 1967 yılında adı Türkiye Muhasebe Uzmanları Derneği'ne (TMUD) dönüştürülen dernek, bu alandaki ilk özel girişimdir. TMUD, 1938'den sonra, 1949, 1956, 1961, 1966, 1972, 1977 ve 1987 yıllarında yapılan muhasebe meslek yasa tasarılarının hazırlık çalışmalarına katılmıştır. Ülkemizin gereksinimlerine uygun bir meslek yasasının çıkmasını sağlamak üzere yasa tasarı taslakları hazırlamış ve Maliye Bakanlığı'na ve TBMM komisyonlarına önerilerde bulunmuştur. Muhasebe mesleğinin tarihi gelişiminde başka bir gelişme ise 1974 yılında kurulan Mali Müşavirler ve Muhasebeciler Birliği Derneği'dir. Bu dernek 3568 sayılı yasanın hazırlanması ve müzakeresi aşamalarında görüş ve öneride bulunmuştur. Aynı dönemde TMUD akademik seviyede, bilgi kriterini ön planda tutarak sınav ile üye kabul etmiş ve mesleğin bilimsel yanının kuvvetlenmesine katkıda bulunmuştur. Mali Müşavirler ve Muhasebeciler Birliği Derneği muhasebeci kimliği ile hareket edenlerin ülke genelinde teşkilatlanmasına önem vermiştir. 3568 sayılı Kanun'un kabulünden sonra odaların oluşumunda yasa

öncesi gelişen bu yapılanmadan büyük ölçüde yararlandığı ifade edilebilir (Başer, 1999).

1980 ve 1990'lı yıllara gelindiğinde ise globalleşmenin bir sonucu olarak ülkemizde muhasebe mesleği ve meslek mensuplarını etkileyen birtakım gelişmeler yaşanmıştır. Söz konusu gelişmeler çerçevesinde muhasebeye yönelik direkt veya dolaylı etkileri olan yasal düzenlemeler aşağıda sıralanmıştır (Ayboğa, 2003: 329):

- 1981 yılında Sermaye Piyasası Kanunu'nun yürürlüğe girmesi,
- 1983 yılında Sermaye Piyasası Kurulu'nun oluşturulması,
- 1983 yılında Standart Mali Tablo ve Raporlar Tebliğinin yayınlanması,
- 1984 yılında Standart Genel Hesap Planı Tebliğinin yayınlanması,
- 1989 yılında 3568 sayılı Meslek Kanunu'nun yürürlüğe girmesi,
- 1989 yılında Türkiye Serbest Muhasebeci Mali Müşavirler ve Yeminli Mali Müşavirler Odaları Birliği (TÜRMOB)'nin oluşturulması,
- 1992 yılında Tekdüzen Muhasebe Sistemi ve Hesap Planı yayınlanıp 1994 yılında yürürlüğe girmesi,
- 1994 yılında Türkiye Muhasebe ve Denetim Standartları Kurulu (TMUDESK) kurulması,
- 1996 yılında Türkiye Muhasebe Standartları'nın yayınlanmaya başlanması,
- 1999 yılında Türkiye Muhasebe Standartları Kurulu (TMSK) kurulması şeklinde özetlenebilir.

TMSK faaliyete geçmesiyle TMUDESK'in görevlerini devralmış ve muhasebe standartlarının belirlenmesinde tek yetkili örgüt olan TMSK Türkiye Muhasebe Standartları olarak Uluslararası Muhasebe Standartları'nın kabul edilmesini öngörmüştür (Yalkın, 2008: 18). TÜRMOB bünyesinde 2002 yılına kadar görev yapan TMUDESK'in muhasebe standartları alanında önemli katkıları

olmuştur. Bu katkılar muhasebe mesleğinin gelişmesine de yardımcı olmuştur (Soylu, 2010: 44).

Uluslararası Muhasebe ve Finansal Raporlama Standartlarına uyumlu Türkiye Muhasebe Standartları (TMS) ve Türkiye Finansal Raporlama Standartları'nın (TFRS) oluşması, yıllar önce başlatılan bir uyum sürecinin sonucudur. Mevcut standartların oluşumu her ne kadar Uluslararası Muhasebe Standartlarının çevrilmesiyle başlamışsa da pek çok yasal düzenlemeden ve gelişmelerden etkilenecek yasal zemine oturtulduğu belirtilebilir. Bu gelişmelerden en önemli iki tanesi 3568 sayılı meslek yasasının yayınlanması ve Tekdüzen Muhasebe Sistemine geçiş olarak ifade edilebilir (Yalkın vd., 2006: 295).

Ayrıca 2011 yılında Kamu Gözetimi, Muhasebe ve Denetim Standartları Kurumu (KGK) kurularak, TMSK'nın yetkilerini KGK devralmıştır. 01.07.2012 tarihinde yürürlüğe giren 6102 sayılı Kanun ile bağımsız denetim yapmak üzere, 1/6/1989 tarihli ve 3568 sayılı Serbest Muhasebeci Mali Müşavirlik ve Yeminli Mali Müşavirlik Kanunu'na göre ruhsat almış yeminli mali müşavir veya serbest muhasebeci mali müşavir unvanını taşıyan ve Kamu Gözetimi, Muhasebe ve Denetim Standartları Kurumunca yetkilendirilen kişiler ve/veya ortakları bu kişilerden oluşan sermaye şirketi denetçi olabilecekler arasında sayıldığı belirtilebilir (<http://www.mevzuat.gov.tr>).

Muhasebe mesleğinin Cumhuriyet tarihimiz içerisinde gösterdiği gelişim, özellikle dünya ülkeleri ile göreceli olarak incelendiğinde çok yavaş ve birçok başarısız denemelerle doludur. Bu yavaş gelişmede, pazar ekonomisi kurallarının ve özel işletmelerdeki gelişmelerin 1980'lere kadar gecikmesinin payı vardır. Türkiye'de muhasebe mesleğinin yasal dayanağa kavuşmasındaki gecikmenin nedenlerinden birisi olarak da kanunlaşma sürecinin tamamı ile Maliye Bakanlığı'nın kontrolüne bırakılmış olması ve muhasebe mesleğinin gerçekte sadece bir bölümünü oluşturan Vergi Denetimi boyutunda değerlendirilmiş olması görülebilir (Başer, 1999).

Tüm bu gelişmeler doğrultusunda, yasal düzenlemelerin, çeşitli yönetmeliklerin, muhasebe ile ilgili kuruluşların, muhasebe eğitiminin, işletme

faaliyetlerinin ve ihtiyaçlarının otaya çıkması, değişmesi ve gelişmesi muhasebe mesleğinin gelişimini etkilediği ve geliştirdiği ifade edilebilir.

1.3. Muhasebe Meslek Mevzuatı ve Muhasebe Meslek Mensupları

Muhasebe mesleği uzun yıllardır icra edilmesine rağmen 1989 yılına kadar yasallaştırılamamıştır. Mesleğin yasal bir statü kazanmasına kadar geçen süreçte meslek mensubu olabilmek için herhangi bir özel şart bulunmamaktaydı. Bireyler mesleği usta çırak ilişkisi içinde öğrenmekte veya kendini meslek mensubu olarak niteleyip mesleği icra edebilmekteydiler. Bu durumun muhasebe mesleğinde dağınık bir yapı oluşturduğu belirtilebilir (Şengel, 2010: 81-82). 1989 yılında yürürlüğe giren meslek kanunundan önce, profesyonel muhasebe mesleğini tanımlamak mümkün değildi. 3568 sayılı Kanun'un yürürlüğe girmesiyle, profesyonel muhasebe meslek mensuplarının görev alanları ve sorumlulukları belirlenebilmiştir (Arıkan, 2010: 12). 3568 sayılı Kanun, ruhsat sahibi meslek mensuplarına vergi yükümlüleri ile devlet arasında köprü kurma görevini yüklemiştir. Bu nitelikleriyle ruhsat sahibi muhasebe meslek mensuplarının ifa ettikleri görevleri bir kamu hizmeti olarak değerlendirilerek kendilerine kamu sorumluluğu yüklenilmiş olmasına karşın aynı derecede yetki verilmemiştir (<http://archive.ismmmo.org.tr>).

Özetle Türkiye'de muhasebe mesleğinin hukukunu oluşturan 3568 sayılı Kanun ile;

- Muhasebe faaliyetleri bir meslek olarak tanımlanmış ve bu alanlarda hizmet sunan kişilerin nitelikleri belirlenmiş,
- Türkiye'de etkin ve güvenilir muhasebe hizmetinin sağlanması amaçlanmış ve bu amaçla özel kesime hitap eden meslek mensuplarının sahip olması gereken nitelikler sıralanmış olup mesleğin kurumsal yapısını tespit edilmiştir (Kutcebe, 2008: 23).

Ülkemizde muhasebe mesleği 01.06.1989 tarihinde kabul edilen ve 13.06.1989 tarihinde 20194 sayılı Resmi Gazete'de yayınlanan 3568 sayılı Serbest Muhasebecilik, Serbest Muhasebeci Mali Müşavirlik ve Yeminli Mali Müşavirlik Kanunu ile düzenlenmiştir. 3568 sayılı Serbest Muhasebecilik, Serbest Muhasebeci Mali Müşavirlik ve Yeminli Mali Müşavirlik Kanunu'nda muhasebe

meslek mensupları Serbest Muhasebeci, Serbest Muhasebeci Mali Müşavir ve Yeminli Mali Müşavir olarak belirlenmiştir. Ancak 26 Temmuz 2008 tarih ve 26948 sayılı Resmi Gazete’de yayınlanan 5786 sayılı Serbest Muhasebecilik, Serbest Muhasebeci Mali Müşavirlik ve Yeminli Mali Müşavirlik Kanunu’nda Değişiklik Yapılması Hakkında Kanun ile bazı değişiklikler yapılmış ve 3568 sayılı Serbest Muhasebecilik, Serbest Muhasebeci Mali Müşavirlik ve Yeminli Mali Müşavirlik Kanunu’nun adı "Serbest Muhasebeci Mali Müşavirlik ve Yeminli Mali Müşavirlik Kanunu" olarak değiştirilmiştir. İlgili kanunla 3568 sayılı Kanun’da yer alan Serbest Muhasebeci unvanı kaldırılmıştır.

3568 sayılı Serbest Muhasebeci Mali Müşavirlik ve Yeminli Mali Müşavirlik Kanunu dört bölümden oluşmaktadır.

Genel Hükümler adı altında olan birinci bölümünde kanunun amacı, mesleğin konusu, meslek unvanlarının haksız kullanılması, meslek mensubu olabilmenin genel ve özel şartları, serbest muhasebeci mali müşavirlik ve yeminli mali müşavirlik sınavı, staj ve staj süresinden sayılan hizmetler, tasdik ve tasdikten doğan sorumluluk, meslekle ilgili konularda çalıştırılmayacak olanlarla ilgili konularına yer verilmiştir. Serbest Muhasebeci Mali Müşavirler ve Yeminli Mali Müşavirler Odaları ile ilgili olan ikinci bölümde ise odalar, nitelikleri ve faaliyet sınırı, odaların kuruluşu, odaların gelirleri, oda genel kurulunun ve yönetim kurulunun görevleri, seçilme yeterliği, toplantılar, oda disiplin kurulu ve görevleri, oda denetleme kurulu gibi konulara yer verilmiştir. Üçüncü bölüm ise Türkiye Serbest Muhasebeci Mali Müşavirler ve Yeminli Mali Müşavirler Odaları Birliği ile ilgili olup birliğin görevleri, gelirleri, organları, birlik genel kurulu ve görevleri, toplantılar, yönetim kurulu ve görevleri, disiplin kurulu, denetleme kurulu gibi konulara yer verilmiştir. Son bölüm olan dördüncü bölümde ise çeşitli hükümler oda ve birlik organlarının seçim esasları, oda ve birlik organlarının denetimi, odaların ve birliğin yurt dışında temsili, meslek sırları, mesleki geliştirme eğitimi, yasaklar, ücret, görevle ilgili suçlar, disiplin cezaları, ceza hükmü gibi konulara yer verilmiştir.

3568 sayılı Serbest Muhasebeci Mali Müşavirlik ve Yeminli Mali Müşavirlik Kanunu'nun amacı ise kanunun 1. maddesiyle açıklanmıştır (www.turmob.org.tr).

- İşletmelerde faaliyetlerin ve işlemlerin sağlıklı ve güvenilir bir şekilde işleyişini sağlamak,
- Faaliyet sonuçlarını ilgili mevzuat çerçevesinde denetlemek, değerlendirmeye tabi tutarak gerçek durumu ilgililerin ve resmi mercilerin istifadesine tarafsız bir şekilde sunmak,
- Yüksek mesleki standartları gerçekleştirmek üzere, Serbest Muhasebeci Mali Müşavirlik ve Yeminli Mali Müşavirlik meslekleri ve hizmetleri ile Serbest Muhasebeci Mali Müşavirler ve Yeminli Mali Müşavirler Odaları, Serbest Muhasebeci Mali Müşavirler ve Yeminli Mali Müşavirler Odaları Birliğinin kurulmasına, teşkilat, faaliyet ve denetimlerine, organlarının seçilmelerine ilişkin esasları düzenlemektir. Söz konusu olan birliğin kısa adı ise TÜRMOB olarak belirtilmiştir.

Bu kanun hükümlerine göre meslek icrasına hak kazananlara Serbest Muhasebeci Mali Müşavir (SMMM) ve Yeminli Mali Müşavir (YMM) denir.

Muhasebe meslek mensubu olabilmek için kanunda genel şartlar belirlenmiştir. Bu şartlar şunlardır (www.turmob.org.tr).

- T.C. vatandaşı olmak (yabancı serbest muhasebeci mali müşavirler hakkındaki hüküm saklıdır),
- Medeni hakları kullanma ehliyetine sahip bulunmak,
- Kamu haklarından mahrum bulunmamak,
- Türk Ceza Kanunu'nun 53. maddesinde belirtilen süreler geçmiş olsa dahi, kasten işlenen bir suçtan dolayı bir yıl veya daha fazla süreyle hapis cezasına ya da affa uğramış olsa bile devletin güvenliğine karşı suçlar, Anayasal düzene ve bu düzenin işleyişine karşı suçlar, milli savunmaya karşı suçlar, devlet sırlarına karşı suçlar ve casusluk, zimmet, irtikap, rüşvet, hırsızlık, dolandırıcılık, sahtecilik, güveni kötüye kullanma, hileli

iflas, ihaleye fesat karıştırma, edimin ifasına fesat karıştırma, suçtan kaynaklanan malvarlığı değerlerini aklama veya kaçakçılık suçlarından mahkûm olmamak (Burada yer alan “milli savunmaya karşı suçlar, devlet sırlarına karşı suçlar ve casusluk” ibaresi Anayasa Mahkemesi’nin 18/5/2011 tarih ve E: 2008/80, K: 2011/81 sayılı kararı ile iptal edilmiştir).

Muhasebe meslek mensubu olabilmek için aranan bu şart 5786 sayılı Kanun ile değiştirilmeden önce taksirli suçlar hariç olmak üzere; affa uğramış olsalar dahi ağır hapis veya 5 yıldan fazla hapis yahut zimmet, ihtilas, irtikap, rüşvet, hırsızlık, dolandırıcılık, sahtecilik, inancı kötüye kullanma, dolanlı iflas gibi yüz kızartıcı suçlar ile istimal ve istihlak kaçakçılığı dışında kalan kaçakçılık suçları, resmî ihale ve alım satımlara fesat karıştırma veya Devlet sırlarını açığa vurma, vergi kaçakçılığı veya vergi kaçakçılığına teşebbüs suçlarından dolayı hüküm giymiş bulunmamak şeklindeydi.

- Ceza veya disiplin soruşturması sonucunda memuriyetten çıkarılmış olmamak,
- Meslek şeref ve haysiyetine uymayan durumları bulunmamaktır.

3568 sayılı Serbest Muhasebeci Mali Müşavirlik ve Yeminli Mali Müşavirlik Kanunu’nda 5786 sayılı Kanun ile yapılan bazı önemli değişiklikler dikkate alınarak muhasebe mesleğinin konusu ve muhasebe meslek mensubu olabilmenin özel şartları aşağıda SMMM ve YMM meslekleri bakımından ayrı ayrı ele alınmıştır.

1.3.1. Mesleğin Konusu

Muhasebe mesleğinin konusu muhasebe meslek türleri bakımından ikiye ayrılmıştır.

1.3.1.1. Serbest Muhasebeci Mali Müşavirlik Mesleğinin Konusu

Serbest muhasebeci mali müşavirlik mesleğinin konusu 3568 sayılı Kanun’un 2. maddesiyle açıklanmıştır. Gerçek ve tüzelkişilere ait teşebbüs ve işletmelerin; genel kabul görmüş muhasebe prensipleri ve ilgili mevzuat hükümleri doğrultusunda, defterlerini tutmak, bilanço, kar-zarar tablosu ve beyannameleri ile diğer belgelerini düzenlemek ve benzeri işleri yapmak,

muhasebe sistemlerini kurmak, geliştirmek, şişletmecilik, muhasebe, finans, mali mevzuat ve bunların uygulamaları ile ilgili şişlerini dñzenlemek veya bu konularda mñřavirlik yapmak, sayılan yazılı konularda, belgelerine dayanarak, inceleme, tahlil, denetim yapmak, mali tablo ve beyannamelerle ilgili konularda yazılı gñrñř vermek, rapor ve benzerlerini dñzenlemek, tahkim, bilirkişilik ve benzeri şişleri yapmak serbest muhasebeci mali mñřavirlik mesleğinin konusunu oluşturur (www.turmob.org.tr).

1.3.1.2. Yeminli Mali Mñřavirlik Mesleğinin Konusu

Yeminli Mali Mñřavirlik mesleğinin konusu 3568 sayılı Kanun'un 2. maddesiyle açıklanmıştır. Muhasebe sistemlerini kurmak, geliştirmek, şişletmecilik, muhasebe, finans, mali mevzuat ve bunların uygulamaları ile ilgili şişlerini dñzenlemek veya bu konularda mñřavirlik yapmak, sayılan yazılı konularda, belgelerine dayanarak, inceleme, tahlil, denetim yapmak, mali tablo ve beyannamelerle ilgili konularda yazılı gñrñř vermek, rapor ve benzerlerini dñzenlemek, tahkim, bilirkişilik ve benzeri şişleri yapmanın yanında kanunun 12. maddesine gñre çıkartılacak yñnetmelik çerçevesinde tasdik şişlerini yapmak yeminli mali mñřavirlik mesleğinin konusunu oluşturur. Ayrıca yeminli mali mñřavirler muhasebe ile ilgili defter tutamazlar, muhasebe bñrosu açamazlar ve muhasebe bñrolarına ortak olamazlar (www.turmob.org.tr).

1.3.2. Muhasebe Meslek Mensubu Olabilmenin Özel şartları

Muhasebe meslek mensuplarının meslek sahibi olmak için daha önce ifade edilen genel şartlarla birlikte SMMM ve YMM unvanları bağlamında bir takım özel şartlara da sahip olması gerekmektedir. Bunlar aşağıda açıklanmıştır.

1.3.2.1. Serbest Muhasebeci Mali Mñřavir Olabilmenin Özel şartları

Serbest muhasebeci mali mñřavir olabilmek için aşağıdaki özel şartlar aranır (www.turmob.org.tr) .

- Hukuk, iktisat, maliye, şişletme, muhasebe, bankacılık, kamu yñnetimi ve siyasal bilimler dallarında eğitim veren fakñlte ve yñksekokullardan veya denkliği Yñksekōęretim Kurumunca tasdik edilmiş yabancı yñksekōęretim kurumlarından en az lisans seviyesinde mezun olmak veya diğer ęretim

kurumlarından lisans seviyesinde mezun olmakla beraber yukarıda belirtilen bilim dallarından lisansüstü seviyesinde diploma almış olmak.

- En az üç yıl staj yapmış olmak.

Serbest Muhasebeci Mali Müşavir olabilmek için aranan bu şart 5786 sayılı Kanun ile değiştirilmeden önce staj amacıyla SMMM veya YMM yanında iki yıl çalışmış olmak şeklindeydi.

- Serbest muhasebeci mali müşavirlik sınavını kazanmış olmak.

Kanunları uyarınca vergi inceleme yetkisini almış ve mesleki yeterlilik sınavında başarılı olduktan sonra yeminli mali müşavirlik sınavını vermiş olanlarda serbest muhasebeci mali müşavirlik sınavını kazanmış olma şartı aranmaz. Bu şart 5786 sayılı Kanun ile değiştirilmeden önce Türkiye genelinde malî denetim yapan kamu bankalarının müfettişleri ile kanunları uyarınca vergi inceleme yetkisi almış olanlardan, bu yetkilerini aldıkları tarihten itibaren kamu kurum ve kuruluşlarında 8 yıllık hizmet süresini dolduranlar ile hukuk, iktisat, maliye, işletme, muhasebe, bankacılık, kamu yönetimi ve siyasal bilimler konularında en az 8 yıl öğretim üyesi veya görevlisi olarak çalışmış bulunanlar için sınav şartı aranmaz şeklinde düzenlendiği görülmektedir.

- Serbest muhasebeci mali müşavirlik ruhsatını almış olmak.

Ayrıca 5786 sayılı Kanun Geçici 11. maddesinin yürürlüğe girdiği tarihten önce serbest muhasebeci unvanını almış olanlar ve serbest muhasebecilik stajına devam edenlerden başarılı olanlar; altı ayı geçmemek üzere, TÜRMOB tarafından verilen mesleki uyum eğitimine katılarak bu eğitimi tamamladıkların tarihten itibaren beş yıl içinde yapılacak özel serbest muhasebeci mali müşavirlik sınavlarına beş defa girebilirler. Söz konusu sınavlarda başarılı olanlar serbest muhasebeci mali müşavir unvanını almaya hak kazanırlar. Mesleki uyum eğitiminin konuları ve ücreti ile yapılacak özel sınavın koşulları Maliye Bakanlığı ile TÜRMOB tarafından belirlenir. Belirtilen sınavlarda başarılı olamayanlar ya da sınava katılmayanlar ise sadece SM unvanı ile çalışabilirler, SMMM unvanını kullanamazlar. Bu madde uyarınca SMMM unvanını almaya hak kazananların;

- Yeminli mali müşavirlik sınavına katılabilmeleri için yeminli mali müşavir olabilmenin özel şartlarıyla ilgili 9. maddede belirtilen şartlara,
- İlgili kanunları uyarınca bağımsız denetçi unvanıyla denetim yapabilmeleri için söz konusu mevzuatta belirtilen şartlara,

ilave olarak serbest muhasebeci mali müşavir olabilmenin özel şartları ile ilgili olan 5. maddenin (A) fıkrasının (a) bendinde belirtilen eğitim şartını da taşımaları zorunludur.

1.3.2.2. Yeminli Mali Müşavir Olabilmenin Özel Şartları

Yeminli mali müşavir olabilmek için aşağıdaki özel şartlar aranır (www.turmob.org.tr).

- En az 10 yıl serbest muhasebeci mali müşavirlik yapmış olmak,
- Yeminli mali müşavirlik sınavını vermiş olmak,
- Yeminli mali müşavir ruhsatını almış olmak şartları aranır.

Şu kadar ki, kanunları uyarınca vergi inceleme yetkisi almış olanların bu yetkiyi aldıkları tarihten itibaren kamu kurum ve kuruluşlarında geçen hizmet süreleri ve bunların bilanço esasında defter tutan özel kuruluşların muhasebe birimlerinde birinci derece imza yetkisini haiz, muhasebenin fiilen sevk ve idare edilmesinden veya mali denetiminden sorumlu olarak geçen hizmet süreleri, yeminli mali müşavirlik ve serbest muhasebeci mali müşavirlik şirketlerinde geçen hizmet süreleri, serbest muhasebeci mali müşavirlerden bir işyerine bağlı olarak çalışanların bu işyerlerinde geçen hizmet süreleriyle hukuk, iktisat, maliye, işletme, muhasebe, bankacılık, kamu yönetimi ve siyasal bilimler dallarında öğretim üyeliği veya öğretim görevliliği yapmış olanların bu hizmetlerinde geçen süreleri serbest muhasebeci mali müşavirlikte geçmiş süre olarak kabul edilmektedir. Ancak, kanunları uyarınca vergi inceleme yetkisini almış olanlardan yeterlilik sınavında başarılı olamayanların, sınav tarihinden sonra vergi inceleme yetkisini haiz olmaksızın kamu kurum ve kuruluşlarında geçen hizmet süreleri dikkate alınmaz. Bu ifadenin değişmeden önceki hali ise kanunları uyarınca vergi inceleme yetkisi almış olanların, bu yetkiyi aldıkları tarihten itibaren kamu kurum ve kuruluşlarında geçen hizmet süreleri ile hukuk, iktisat, maliye, işletme,

muhasebe, bankacılık, kamu yönetimi ve siyasal bilimler dallarında öğretim üyeliği veya öğretim görevliliği yapmış olanların bu hizmetlerinde geçen süreleri serbest muhasebeci mali müşavirlikte geçmiş süre olarak kabul edilir şeklinde olduğu görülmektedir (Arıkan, 2005: 12).

Kanunları uyarınca vergi inceleme yetkisini almış ve mesleki yeterlilik sınavını vermiş olanlar, yeterlilik sınavını kazandıkları tarihten itibaren açılacak yeminli mali müşavirlik sınavlarına genel hükümlere göre katılabilirler. Ancak, bunların yeminli mali müşavir ruhsatını alabilmeleri için bu maddede belirtilen en az 10 yıllık süreyi tamamlamaları şarttır. Değişmeden önceki hali ise kanunları uyarınca vergi inceleme yetkisi almış ve meslekî yeterlilik sınavını vermiş olanlar ile yukarıda sayılan konularda profesörlük unvanı almış bulunanlar için sınav şartı aranmaz şeklinde olduğu görülmektedir.

1.4. Meslek Mensuplarının Çalışma Usul ve Esaslarına İlişkin Genel Mesleki Standartlar

Serbest Muhasebeci Mali Müşavir ve Yeminli Mali Müşavirlerin Çalışma Usul ve Esasları Hakkında Yönetmelik'e göre, muhasebe meslek mensuplarının çalışma usul ve esaslarına ilişkin genel mesleki standartlar aşağıda belirtilmiştir (www.turmob.org.tr).

Meslek Ünvanı ile Yeterlilik İlkesi: Mesleki ünvanları alarak, kanunun belirttiği mesleki yeterliliği kanıtlamış olan meslek mensupları ünvanlarının gerektirdiği saygı ve güvene yakışır bir şekilde hareket etmek zorundadırlar.

Mesleki Eğitim ve Bilgi: Mesleki bilgi, mesleki konularda eğitim yapılarak geliştirilir. Bu eğitim çalışmaları Birlik ve Odalarca yürütülür.

Dürüstlük, Güvenilirlik ve Tarafsızlık: Dürüstlük, güvenilirlik ve tarafsız olma şartı mesleğin temelini oluşturur. Meslek mensuplarının mesleki konulardaki çalışmalarında başarıya ulaşmaları dürüstlük, güvenilirlik ve tarafsız olmaları ile mümkündür. Meslek mensupları çalışmalarını sırasında çıkar çatışmalarından uzak kalmalı ve görevlerini sürdürürken gereken mesleki özen ve titizliği göstermelidirler.

Sır Saklama: Meslek mensupları ve bunların yanlarında çalışanlar mesleki faaliyetleri dolayısıyla öğrendikleri bilgileri ve sırları mesleki faaliyetlerine son verseler bile ifşa edemezler.

Sorumluluk: Üçe ayrılarak incelenmektedir.

- **Sosyal Sorumluluk:** Meslek mensupları, mesleği ifa ederken toplum ve devlete karşı sorumluluk taşırlar.
- **İşletme sahip ve yöneticilerine karşı sorumluluk:** Meslek mensupları, işletme sahip ve yöneticilerine isabetli karar alabilmeleri için doğru ve güvenilir bilgiler sağlarlar.
- **Meslektaşlara karşı sorumluluk:** Meslek mensupları, ilgili yönetmelikler çerçevesinde ve mesleki eğitimde birbirlerine her türlü bilgiyi vermek ve aktarmak sorumluluğunu taşırlar. Mesleğin gelişmesi, sağlam temellere oturtulması için aralarında gerekli dayanışmayı kurarlar.

Bağımsızlık: Meslek mensupları, çalışmalarını kendi sorumlulukları altında tam bağımsızlıkla yürütürler. Bağımsızlık mesleğin temeli ve vazgeçilmez bir unsurdur. Meslek mensupları bağımsızlıklarına gölge düşürecek ilişkilerden, davranışlardan kaçınmalıdırlar.

Haksız Rekabet: Meslek mensupları, mesleki dayanışma sorumluluğunun bilincinde olarak haksız rekabete neden olacak durum ve davranışlardan kaçınırlar. Meslek mensupları, başka bir meslek mensubu ile mesleki sözleşmesi devam eden gerçek ve tüzel kişilere mesleki hizmet vermeye girişemezler, ücret ve eleman temini gibi konularda meslek mensupları birbirlerine zarar verecek davranışlarda bulunamazlar.

1.5. Muhasebe Mesleği İle İlgili Kuruluşlar

Aşağıda muhasebe mesleği ile ilgili ulusal ve uluslararası önemli kuruluşlara ilişkin açıklamalara yer verilmiştir.

Türkiye Serbest Muhasebeci Mali Müşavirler ve Yeminli Mali Müşavirler Odaları Birliği (TÜRMOB): 1989 yılında yayınlanarak yürürlüğe giren 3568 sayılı yasa ile oluşturulan birlik, Türkiye’de muhasebe meslek

mensuplarının en üst düzeyde meslek örgütüdür. Söz konusu birliğin, 1989 yılından beri çıkardığı yönetmeliklerle, oluşturmuş olduğu komitelerle, düzenlediği kongrelerle mesleğin Türkiye’de gelişimine katkı sağladığı ifade edilebilir (Uzay vd., 2009: 136-137).

Serbest muhasebeci mali müşavirler ve yeminli mali müşavirler odaları, meslek mensuplarının ihtiyaçlarını karşılamak, mesleki faaliyetlerini kolaylaştırmak, bu mesleklerin genel menfaatlere uygun olarak gelişmesini sağlamak, meslek mensuplarının birbirleriyle ve iş sahipleri ile olan ilişkilerinde dürüstlüğü ve güveni hakim kılmak üzere meslek disiplini ve ahlakını korumak amacıyla kurulan, tüzelkişiliğe sahip, kamu kurumu niteliğinde meslek kuruluşları olarak ifade edilir. Serbest muhasebeci mali müşavirler ve yeminli mali müşavirlerin odaları ayrı ayrı kurulmakta ve bütün odaların katılacağı Türkiye Serbest Muhasebeci Mali Müşavirler ve Yeminli Mali Müşavirler Odaları Birliği’nde tek çatı altında toplanmaktadırlar. Söz konusu birliğin mesleğin geliştirilmesi ile ilgili çalışmalar yapmak, meslek mensuplarının menfaatlerini, mesleki ahlak, düzen ve geleneklerini korumak, odaları ilgilendiren konularda yetkili mercilere görüş bildirmek, milli ve milletlerarası mesleki kuruluşlara üye olmak, milletlerarası mesleki toplantılara katılmak, Maliye Bakanlığı’na verilecek görevleri yerine getirmek, kanunlarla verilen diğer görevleri yapmak ve mesleki konularda resmi makamlarca istenen bilgi ve görüşleri vermek gibi görevleri vardır (www.turmob.org.tr) .

Türkiye Muhasebe Uzmanları Derneği (TMUD):1942 yılında Profesör Osman Fikret Arkun, İsmail Otar ve 12 arkadaşı tarafından Eksper Muhasipler ve İşletme Organizatörleri Derneği olarak kurulan ve 1967 yılında adı Türkiye Muhasebe Uzmanları Derneği’ne dönüştürülen bu derneğin ülkemizde mesleğin tanımlanması, topluma tanıtılması, dünya uygulamalarının ülkemize taşınması ve konu ile ilgili uluslararası çalışmalarda ülkemizin temsil edilmesi bakımından değerli katkıları olmuştur. Örneğin, 1969 yılında, üyelik koşulları arasına meslek staj ve sınav koşullarını getirerek, batı ülkelerinde uygulanan muhasebe ilke ve kurallarının ülkemize taşınmasına hizmet etmiştir. Ülkemizde muhasebe mesleğini düzenleyen 3568 sayılı Serbest Muhasebecilik Mali Müşavirlik ve Yeminli Mali Müşavirlik Kanunu’nun çıkmasında önemli katkıları olmuştur.

Ayrıca TMUD üyeleri, muhasebe ve denetim alanında düzenlenen bilimsel toplantılara düzenleyici ya da önemli pay sahibi olarak katılmışlardır. TMUD, 1957'de toplanan "Birinci Türkiye Muhasebe Kongresi"nden başlayarak, bu kongrelerin yılda bir kez düzenlenmesini sağlamıştır. TÜRMOB'un kurulmasından sonra Muhasebe Kongrelerinin organizasyonunu TÜRMOB'a bırakmıştır. TMUD 1954'ten itibaren ülkemizi Uluslararası Muhasebe Kongrelerinde de temsil etmiştir (İbiş, 2011: 114-115) .

Uluslararası Muhasebeciler Federasyonu (International Federation of Accountants-IFAC): IFAC, 1977 yılında Almanya'nın Münih kentinde yapılan 11. Dünya Muhasebeciler Kongresi'nde kurulmuştur. IFAC eğitim, kamu hizmeti, sanayi ve ticaret alanında yaklaşık 2,5 milyon muhasebe meslek mensubunu temsil etmektedir. IFAC üyeleri önemli ulusal kuruluşlar gibi kendi ülkelerinde genel bir anlaşma veya kanun tarafından tanınan profesyonel muhasebe kuruluşlarıdır (www.ifac.org).

IFAC, muhasebecilik mesleğinin amaçlarını, en yüksek profesyonellik standardında çalışmak, yüksek performans düzeyine ulaşmak ve kamu yararı gereksinimlerini karşılamak olarak kabul etmiştir. IFAC yayınladığı mesleki dokümanlarda muhasebe meslek mensuplarını, muhasebe bilgisi ve yeteneklerinin dışında gerektiği zamanlarda işadamı, yatırımcı, iş ortağı, finans analisti, iyi birer satış elemanı, mükemmel iletişimci ve birinci sınıf müdür olmalıdır biçiminde tanımlamaktadır (Subaşı, 2006: 5).

Kamu yararına hizmet etmek, üye kuruluşlar arasındaki işbirliği sağlama, uluslararası muhasebe mesleğini sahiplenme ve sözcü olma IFAC'ın önceliklerini oluşturmaktadır. Söz konusu öncelikler aşağıda açıklanmıştır (Arıkan, 2008: 531):

Kamu yararına hizmet etmek: Denetim, eğitim, etik ve kamu sektörü finansal raporlama konularında standartlar geliştirme yoluyla, kamu yararına hizmet etmeye gayret göstermektedir. Bu standartları belirlerken; finansal raporlamalarda şeffaflık ve yakınlığı savunmakta, özel sektörde çalışan meslek mensupları için en iyi uygulama yönergeleri yayınlamakta ve üyelik uyum programları geliştirmektedir.

Üye kuruluşlar arasındaki işbirliği sağlama: Meslek mensuplarının tüm dünyada, yeterlilik sağlamaları için, üye örgütlerle yakın işbirliği içinde olur ve muhasebe meslek mensuplarının yüksek kalitede hizmet verebilme gayretlerini destekleyerek işbirliğini sağladığı belirtilebilir.

Uluslararası muhasebe mesleğini sahiplenme ve sözcü olma: Uluslararası mesleğin birincil sözcüsü ve geniş bir yelpazedeki kamu çıkarlarına ilişkin sorunlarla ilgili söz söyleme sahibidir. Bu güce, uluslararası muhasebe mesleği üzerinde çıkarları olan ya da dayanan birtakım örgütlerle kurulan ilişkilerle ulaşılmış olduğu ifade edilebilir.

Türkiye'den Türkiye Muhasebe Uzmanları Derneği, IFAC'a kurucu üye olarak katılmış ardından Türkiye Serbest Muhasebeci Mali Müşavirler ve Yeminli Mali Müşavirler Odaları Birliği 1994 yılında üyeliğe kabul edilmiştir (İbiş, 2011: 116).

Avrupa Muhasebeciler Federasyonu (The Fédération des Experts Comptables Européens-FEE): Faaliyetlerine 1987'de başlayan Avrupa Muhasebeciler Federasyonu Avrupa'da muhasebe mesleğinin temsilci kuruluşudur. FEE üyeleri, çeşitli ülkelerden muhasebe meslek kuruluşlarından oluşmaktadır.

2001 yılında FEE Konseyi, TÜRMOB ve FEE arasında bir işbirliği anlaşmasının yapılması kararını kabul etmiştir. Bu işbirliği anlaşması çerçevesinde TÜRMOB, FEE konferanslarına katılmakta ve Çalışma Gruplarında temsil edilmektedir. 2006 yılında yapılan TÜRMOB-FEE toplantısında, TÜRMOB temsilcilerinin aktif bir biçimde FEE'nin Çalışma Gruplarında yer alması kararlaştırılmış. TÜRMOB, FEE ile ilişki içerisinde Avrupa Birliği'ne geçiş sürecinde Avrupa Birliği bünyesinde gerçekleştirilen muhasebe ve denetim ile ilgili çalışmalardan haberdar olmakta ve bu çalışmalara aktif katılım sağlamaktadır. Yapılan yoğun çalışmalar sonucunda, TÜRMOB 2013 yılında Brüksel'de gerçekleşen FEE Üyeler Kurulu Toplantısı'nda tam üyeliğe kabul edilmiştir (www.turmob.org.tr).

FEE işverenin ve müşterilerin çıkarlarına hizmet edip, yüksek kalitede teknik destek vererek, mesleğin ayrıcalığını ve vasıflarını anlatmayı

amaçlamaktadır. Başka bir amacı ise Avrupa Muhasebe Mesleğini uluslararası düzeyde temsil etmektir. Bu nedenle, dünya çapındaki muhasebe örgütleri ile; IFAC ve IASB ile yakın ilişkiler sürdürmektedir (Arıkan, 2008: 543-546).

Uluslararası Muhasebe Standartları Kurulu (International Accounting Standards Board-IASB): Söz konusu kurulun başlangıcı, Uluslararası Muhasebe Standartları Komitesi (International Accounting Standards Committee-IASC)'ne dayanmaktadır. IASC; Avustralya, Kanada, Fransa, Almanya, Japonya, Meksika, Hollanda, İngiltere, İrlanda ve ABD gibi ülkeler başta olmak üzere çeşitli ülkelere katılan muhasebe kuruluşlarının aralarında imzaladıkları bir anlaşmayla 1973 yılında kurulmuştur. IASC'ın 1973-2000 yılları arasında yayımlanmış olduğu standartlar “Uluslararası Muhasebe Standardı-UMS (International Accounting Standards-IAS)” olarak adlandırılmıştır. 2001 yılından sonra ise Uluslararası Muhasebe Standartları Kurulu (International Accounting Standards Board-IASB) faaliyete geçerek daha önce IASC tarafından yayımlanan uluslararası muhasebe standartlarını aynı adla kabul ederek, bunlarla ilgili uyumlaştırma ve güncelleştirme çalışmalarını başlatmıştır. Bu tarihten sonra IASB tarafından kabul edilen standartlar ise, “Uluslararası Finansal Raporlama Standardı- UFRS (International Financial Reporting Standards-IFRS)” adı altında yeni kod verilerek yayımlanmaktadır (İbiş, 2011: 123-124). IASB'in kamu yararına, genel amaçlı finansal tablolarda, şeffaf ve karşılaştırılabilir bilgiyi gerekli kılan, tek ve yüksek kalitede, anlaşılabilir ve uygulanabilir küresel muhasebe standartları geliştirmeyi ve ulusal muhasebe standardı belirleyicileri ile birlikte çalışarak, dünya genelinde muhasebe standartlarını birbirine yakınlaştırmayı amaçladığı ifade edilebilir (Başpınar, 2005: 42).

Türkiye Muhasebe Uzmanları Derneği 1974 yılından, Türkiye Serbest Muhasebeci Mali Müşavirler ve Yeminli Mali Müşavirler Odaları Birliği 1994 yılından beri IASB üyesidirler (İbiş, 2011: 124).

İKİNCİ BÖLÜM

2. İZLENİM YÖNETİMİ

Bu bölümde izlenim yönetimi kavramının tanımı, kavramsal gelişimi, izlenim yönetiminin amacı ve yararları, izlenim yönetimine ilişkin geliştirilen modeller, izlenim yönetimi süreci ve izlenim yönetimine yönelik çeşitli taktikler ele alınmıştır.

2.1. İzlenim Yönetimi Kavramının Tanımı

İzlenim; herhangi bir durum veya olayın duyular aracılığı ile bireyler üzerinde bıraktığı ya da bireylerin edindiği etki, intiba veya imajdır (Yücel, 2013: 3). 1980'li yıllardan itibaren örgütler üzerine yapılan çalışmalarda sıkça yer almaya başlayan izlenim yönetimi, imaj yönetimi, etkileme yönetimi, algılanma yönetimi, intiba yönetimi kavramları arasında çok küçük farklılıklar bulunmakla birlikte, işletme literatüründe bu kavramlar genellikle aynı anlamda kullanılmaktadır (Ünaldı, 2005: 13; Doğan ve Kılıç, 2009: 54) . Bu çalışmada ise izlenim yönetimi kavramı esas alınmıştır.

Bireyler sosyal ilişkilerinde başkalarının onları nasıl algıladıkları ve değerlendirdikleri ile ilgilenir. Bu doğrultuda evde, işte, okulda veya herhangi bir yerde buldukları ortamlarda başkalarının onlara karşı tepkilerini izler ve arzuladıkları amaçlara ulaşmaya yönelik düşünceleri aktarmaya çalışır (Leary ve Kowalski, 1990: 34). Bireyler çevresiyle etkileşimleri sonucunda karşısındaki bireye çeşitli izlenimler bırakabilir ya da çeşitli izlenimler edinebilir. İzlenimler bireyin kendisine ve onlara ilişkin algılarının oluşmasında, değerlendirmelerin yapılmasında ve kararların alınmasında etkili olabilmektedir. Bu bakımdan, bireyin kendisi hakkında oluşturulan izlenimleri kontrol etme çabası içerisine girmesi doğal bir insan davranışı olarak nitelendirilebilir. Bireyin başkalarının kendileri hakkında sahip oldukları izlenimleri bilmek istemeleri ve onlar üzerinde arzuladıkları izlenimleri bırakabilme isteğiyle çeşitli çabalar gösterdiği belirtilebilir. Bu tür çabalar, bireylerin izlenim yönetimi davranışları olarak ifade edilebilir (Basım vd., 2006: 2; Doğan ve Kılıç, 2009: 53-54).

İzlenim yönetimi davranışlarını iş mülakatlarında, performans değerlemesi zamanlarında, müzakere süreçlerinde sıkça görmek mümkündür (Doğan ve Kılıç,

2009: 54). İş hayatında bireyin bıraktığı izlenimler, kariyeriyle ilgili olan performans değerlendirme, ücretlendirme, terfi gibi birçok konuda önemli birer etken oluşturmaktadır. İyi bir izlenim bireyin çalışma yaşamında daha iyi sonuçlar almasına katkıda bulunabilmektedir. Bu bağlamda bireylerin olumlu izlenimler sergilemek amacıyla bu süreci yönetmeleri gerekmektedir (Ülbeği vd., 2013: 3). İş yaşamındaki kişisel sorunların önemli bir kısmı, bireylerin duygularını, ilgi ve isteklerini iletmede başarısız olmalarından kaynaklanmaktadır. Çalışma ortamında oluşan ilişkiler, bireylerden beklenen çeşitli eylem ve davranışları içermektedir. Bireyler, iş yaşamında karşılaştığı çeşitli durumlarda nasıl davranılması gerektiğine yönelik bir yol göstericisi olmadan diğer insanlar ile etkileşim içerisinde kalabilmektedir (Ünaldı, 2005: 14).

Gerek toplumsal yaşamdaki gerek iş yaşamındaki ilişkilerinde başarılı olmayı, diğer insanlarca onaylanmayı ve kabullenilmeyi arzulayan birey, amaçlarını gerçekleştirmeye yönelik izlenimler oluşturmak için bilinçli ve bilinçsiz birtakım çabalar içine girer. Bu çabalara girdiği anda birey, izlenimlerini yönetmeye başlamış olmaktadır (Akdoğan ve Aykan, 2008: 7).

Genelde sosyal bilimlerde özelde psikoloji biliminde kavramları tanımlamak, kavramların soyut anlamlar içermesi ve çeşitlilik arz etmesi nedeniyle zorlayıcı bir süreçtir (Akgün, 2009: 10; Ünaldı, 2005: 13). İzlenim yönetimi kavramını tanımlamak da aynı zorlukları barındırmakta olup belirli farklılıklar göstermektedir. Bu sebeple izlenim yönetimi kavramının literatürde birçok tanımı bulunmaktadır. Aşağıda bu tanımlardan bazılarına yer verilmiştir.

İzlenim yönetimi bireyin diğer bireylerin kendisine ilişkin izlenimlerini kontrol etme süreci olarak ifade edilebilir. Çünkü izlenimler bireylerin kendi görüşlerinin yanı sıra başkalarının onları nasıl algıladıkları, nasıl değerlendirdikleri ve onlara nasıl davrandıklarının bilgisine sahip olmayı gerektirir. Bireyler bazen başkalarının gözünde belli izlenimler yaratacak şekilde davranırlar (Leary ve Kowalski, 1990: 34).

İzlenim yönetimine ilişkin yapılmış bazı tanımlarda etkileme kavramı temel alınmaktadır. Etkileme; karşıdaki kişinin tutum ve davranışlarını onların istek ve çıkarlarına ters düşmeyecek şekilde daha uzun sürede değiştirme girişimi

olarak tanımlanabilir (Taşçı ve Eroğlu, 2007: 534). İzlenim yönetimi bu açıdan tanımlandığında; bir bireyin başkaları üzerinde oluşturduğu izlenimi etkilemeye ya da değiştirmeye çalışması olarak ifade edilebilir (Yılmaz, 2012: 83). Bir başka tanımda ise izlenim yönetimi yetkili bir makamda bireyin birini etkilemek için bilgisini kontrol etmeye çalışmasına neden olan psikolojik bir süreç olarak ifade edilmiştir (Chin, 2006: 11).

İzlenim yönetimi kavramına ilişkin bazı tanımlarda ise, tanınma, arzu edilen kimlik ya da algıları oluşturma ve sürdürme, sosyal onay kazanma ya da onaylanmaktan kaçınma gibi bireyi, izlenimlerini yönetmeye güdüleyen etkenler temel alınmaktadır (Demir, 2002: 17). Bu açıdan ele alındığında; izlenim yönetimi bireylerin arzuladığı kimliği oluşturmak ve sürdürmek istemesinden kaynaklanan davranışlardır (Bozeman ve Kacmar, 1997: 9). Bireylerin arzu ettiği sonuçları elde etmesine yönelik izlenmesi gereken sistemli davranışlardır (Chen ve Fang, 2008: 264). İzlenim yönetimi, basit bir şekilde, hedef izleyiciyi arzu edilen sonuç doğrultusunda yönlendirme amacıyla, ona çeşitli bilgiler iletilmesi olarak ifade edilebilir (Demir, 2002: 10).

Yukarıda çeşitli açılardan izlenim yönetimi tanımlarına yer verilmiştir. Bu tanımlardan önemlileri Tablo 1’de toplu olarak gösterilmiştir.

Tablo 1: İzlenim Yönetimi Tanımları

Rosenfeld, Giacalone ve Riordan	Bir bireyin diğerlerinin kendisine ilişkin izlenimlerini kontrol etme amacı doğrultusunda kullandığı yöntemlerdir.	Özdemir, 2006: 24.
Goffman	Gündelik durumlar içinde bireyin kendini başkalarına sunuş tarzı, başkalarının onun hakkında biçimlendirdikleri izlenimleri ve bireyin onlarla birlikte iken yapabileceği ve yapamayacağı şeyleri düzenleyiş ve kontrol ediş biçimidir.	Ünaldı, 2005: 14-15.
Montagliani ve Giacalone	Sosyal güç kazanmak amacıyla sosyal etkileşimi, bilinçli ve aktif olarak yönlendirmektir. Bireylerarası etkileşimi kolaylaştırıcı otomatik yöntemlerdir.	Montagliani ve Giacalone, 1998: 598-608.
Kaplan, Pourciau ve Reckers	Bir bireyin, arzu edilen kimlik ve imajı diğer bireylerde oluşturmak için kullandığı taktikleri içermektedir.	Kaplan vd. , 1990: 63-93.
Crittenden ve Bae	Bireylerin diğer bireylerin kendisine ilişkin algılarını bilinçli/bilinçsiz olarak yönlendirme ve kontrol etme girişimleridir.	Özdemir, 2006: 26.
Kacmar ve Carlson	Bir bireyin, diğer bireylerin kendisine ilişkin izlenimlerini kontrol etmek için belli bir imajı, bilinçli/ bilinçsiz olarak oluşturması ve sergilemesi girişimleridir.	Kacmar ve Carlson, 1994: 682.
Bozeman ve Kacmar	Bireylerin kendi imajlarıyla ilgili istedikleri sonuca ulaşmak için, sözlü veya sözsüz davranışlar kullandıkları bir süreçtir.	Bozeman ve Kacmar, 1997: 9

Kaynak: Doğan ve Kılıç, 2009: 56

Tablo 1 incelendiğinde, izlenim yönetimine ilişkin farklı tanımların birtakım ortak özellikleri içerdikleri görülmektedir. Bunlar aşağıdaki biçimde sıralanabilir (Doğan ve Kılıç, 2009: 56; Yılmaz, 2012: 84-85):

- İzlenim yönetimi, bireyleri etkileme amacı taşımaktadır.
- İzlenim yönetimi, hedef kitlede belirli bir kişisel imaj oluşturmaya yöneliktir.
- İzlenim yönetimi davranışlarının daha iyi bir işte çalışmak, ücret artışı elde etmek, terfi etmek, saygınlık kazanmak gibi farklı amaçları bulunmaktadır.

- İzlenim yönetiminin temelinde bireyin belli amaçlara ulaşması söz konusu olduğundan, konunun stratejik bir yönü bulunmaktadır.
- İzlenim yönetimi toplumsal ve örgütsel yaşamda çeşitli sonuçlar doğuran bir süreçtir.
- Sosyal bir etkileşim sürecidir.
- İmaj oluşturma yöntemidir.
- Belirli bir amaca/sonuca ulaşma girişimi olup diğer bireyleri etkileme sürecidir.
- Davranışları yönlendirmeyi ve kontrol etmeyi içeren bir süreçtir.

Diğer taraftan literatürde yer alan ve Tablo 1’de özetlenen izlenim yönetimi tanımları incelendiğinde, bunların bir kısmının kontrol, yönlendirme, izleme ve etki üzerinde dururken bir kısmının izlenimleri yönetmeye güdüleyen etkenler üzerinde durdukları ileri sürülebilir (Demir, 2002: 17; Akgün, 2009: 13). Bu açıdan değerlendirildiğinde izlenim yönetimine ilişkin farklı tanımların üç benzer özellik taşıdığı görülmektedir. Bunlar aşağıdaki biçimde sıralanabilir (Chin, 2006: 12):

- Kaynak birey, eylemleri veya bilgileri kontrol eden kişidir.
- Hedef birey, kaynak tarafından etkilenmiş olan bir kişidir.
- İki kişi arasındaki etkileşim veya ilişkidir.

Yukarıdaki tanımlar doğrultusunda, izlenim yönetimi bireylerin arzu ettikleri amaçları ve kimliği oluşturabilmek için diğer bireylerin algısını, düşüncesini etkilemeye yönelik çeşitli davranışları içeren kontrol ve yönlendirme süreci olarak ifade edilebilir.

İzlenim yönetimi sosyologlar ve sosyal psikologlar tarafından ele alınmış ve incelenmiş bir konu olmasına rağmen, son yıllarda örgütsel bilim adamlarının da bu konuya ilgi göstermeye başladıkları görülmektedir. Günümüzde izlenim yönetimi örgütsel ortamlarda yaygın kullanılan bir kavram olarak kabul edilmektedir (Bolino ve Turnley, 1999: 187). Bu bağlamda; örgütlerde izlenim yönetimi, örgütsel ortamda bireyin, sosyal güç kazanma, etkileşimini

kolaylaştırma veya olumsuz izlenimlerden kaçınmak için çalışanların, iş çevresindeki bireylerin kendisine ilişkin izlenimlerini, bilinçli ya da bilinçsiz olarak kontrol ve yönlendirme davranışları olarak tanımlanabilir (Demir, 2002: 17).

Özetle, bireyler sosyal etkileşimlerinde istedikleri izlenimi oluşturabilmek için birtakım roller oynamaktadır. Bu roller kişi için birer benlik haline gelmektedir. Çünkü bireyler çeşitli amaçlarını gerçekleştirmek için çeşitli roller oynamak durumunda kalabilmektedir (Yıldırım ve Bozdoğan, 2009: 130).

2.2. İzlenim Yönetiminin Kavramsal Gelişimi

İzlenim yönetimi davranışları olarak bilinen, bireyin diğer bireylerde kendisine ilişkin sahip olunan izlenimleri yönlendirme girişimleri, psikoloji ve sosyoloji alanlarında, uzun yıllardır tartışılmaktadır (Demir, 2002: 10; Kasar, 2013: 79). Sosyologlar ve sosyal psikologlar izlenim yönetimi kavramını, izlenim yönetimi davranışlarını ve bireyleri izlenim yönetimi davranışlarına güdüleyen faktörleri incelemektedirler (Kan, 2011: 1).

Literatüre bakıldığında, izlenim yönetimi teori ve araştırmalarının gelişiminin üç aşamadan oluştuğu ifade edilebilir (Demir, 2002: 14; Özdemir, 2006: 24).

- Birinci aşamada, Goffman ve Jones'un çalışmaları, izlenim yönetimi teori ve araştırmalarının temelini oluşturmuştur.
- İkinci aşamada, ilk çalışmalar genişletilmiş ve izlenim yönetimi çalışmaları, sosyal psikolojinin merkezine alınmıştır.
- Son aşamada ise, örgütsel ortamda izlenim yönetimi davranışlarına odaklanılarak, izlenim yönetimi teorisi anlamlı ve uygulanabilir bir sosyal kavram haline getirilmiştir.

Sosyolog Erving Goffman tarafından 1959'da yazılan *The Presentation of Self in Everyday Life* (Gündelik Yaşamda Benliğin Sunumu) adlı eseri ile izlenim yönetimini sosyal yaşamın dramaturjik modeli² çerçevesinde kavramsallaştırmıştır

² **Dramaturjik model**, toplumsal etkileşiminin incelenmesinde tiyatrodan gelen metaforların kullanımına dayanan bir yaklaşımdır (http://tr.wikipedia.org/wiki/Dramaturjik_model).

(Leary ve Kowalski, 1990: 35, Bozeman ve Kacmar, 1997: 9). Bireyler sosyal etkileşimlerde hem durumların hem de var olan izleyicilerin özelliklerine bağlı olarak performans sergileyen aktörler gibi bir fonksiyona sahiptir. Goffman'ın, bireyin diğer bireylerin durum tanımlarına etki edebileceğini tanımlarken bireyin kendi izlenimlerini kontrol edebileceğine ve dolayısıyla kendisinden beklenen rolleri, norm ve davranışları gerçekleştirilebileceğine inandığı belirtilebilir. İzleyicilerin ve durumların bireylerin üzerinde etkisi olduğundan aktörler arzuladıkları sonuçlara ulaşmak için kendilerini daha iyi konumlandırabilir. Bu yüzden izlenim yönetiminin hedefi amaca yönelik davranmaktır (Bozeman ve Kacmar, 1997: 9). Drama-tiyatro benzetmesini kullanarak bireylerin davranışlarının betimlenmeye çalışıldığı Goffman'ın dramaturjik modelinde yaşam bir tiyatrodur. Toplumsal, örgütsel yaşam ise bir tiyatro oyunudur. Bu oyunda bazı bireyler aktör, bazıları ise bu aktörlerin etkilemek istedikleri izleyici şeklinde tanımlanmaktadır (Akgün, 2009: 6; Kan, 2011: 4-5). Başkalarını etkilemek ve bir anlam oluşturmakla birlikte bireylerin kendilerini nasıl ifade ettiği dramaturji sanatının odak noktasıdır (Gardner ve Avolio: 1998: 33). Birey rol oynarken, izleyicilerden onların önünde sergiledikleri izlenimleri tamamıyla ciddiye almalarını ister (Goffman, 1959: 17). Özetle dramaturjik modelde, bireylerin arzuladıkları amaçları gerçekleştirebilmesi amacıyla yaşam bir tiyatroya, bireyler tiyatro sahnesinde performans sergileyen aktörlere ve karşısındaki bireylerin ise izleyicilere benzetildiği ifade edilebilir.

Goffman izlenim yönetimi kavramı çerçevesinde çeşitli kavramlara değinmiştir. Söz konusu kavramlar etkileşim, performans, cephe ve yüz biçiminde sıralanabilir. Bu kavramlardan biri olan etkileşim, bireylerin karşılıklı olarak birbirlerinin eylemleri üzerindeki etkisi olarak tanımlanabilir. Başka bir kavram olan performans, belli bir durumda belli bir katılımcının diğer katılımcılarından herhangi birini etkilemesine hizmet eden tüm etkinlikleri olarak tanımlanabilir. Performansa katkı sağlayanlar; seyirciler, gözlemciler veya diğer katılımcılardan oluşabilir (Goffman, 1959: 15-16). Bir başka kavram ise cephe. Bireyler rol oynarken izleyiciler üzerindeki tüm faaliyetleri performans olarak adlandırılırken, cephe bireyin performansı boyunca birey tarafından kasıtlı veya kasıtsız olarak standart türde anlamlı bir donanımdır. Kişisel cephe; mevki, giysiler, yaş, ırk,

cinsiyet, bakış, konuşma şekli, yüz ve vücut ifadeleri vb. öğeler içerebilir. Uyarıcıların ilettiği bilginin işlevine göre kişisel cepheyi oluşturan uyarıcıları görünüş ve tutum olarak ayırmak mümkündür. Görünüşü oyuncunun sosyal statüsüyle ilgili bilgi veren uyarıcılar; tutumu ise oyuncunun oynamayı beklediği rolle ilgili bilgi veren uyarıcılar olarak ifade edilebilir (Goffman, 1959: 22-24).

Goffman'ın izlenim yönetimi kapsamında yüz kavramına da değindiği belirtilebilir. Yüz, bireyin belli bir iletişimi boyunca alınan ve bireyi etkilediği ifade edilen sosyal değeri biçiminde açıklanabilir. Başkalarıyla paylaşılabilen, onaylanabilen sosyal niteliklere dayalı bireyin imajıdır (Goffman, 1967: 5). Eğer gerçekleşen performans sonucunda bireyin imajı arzu ettiği kadar iyi bir yüz oluştursa birey kendisini iyi, arzuladığı gerçekleşmezse kötü hissedebilir. Birey, etkileşimde bulunduğu diğer bireylerin kendi yüzü ile ilgili görüşlerine sahip olup algısı kendisinin sahip olduğunu düşündüğü yüzden farklı ise, başkalarının görüşlerini değiştirmeye yönelebilmektedir. Goffman, bireylerin kim olduklarının önemli olmadığını, asıl önemli olanın nasıl göründükleri olduğunu savunmaktadır. Bireyin kendisi hakkındaki görüşlerini ve imajını korumak için, kendisiyle ilgili bazı unsurları gizlemesi konusu, Goffman'ın görüşünün temelini oluşturmaktadır (Özdemir, 2006: 20-21).

Goffman bireylerin çoklu kimlikleri olduğunu, aslında bireyin bir kimlikler repertuarına sahip olduğunu ve bu kimlikler arasından içinde bulunduğu durumun gereklerine en uygun kimliği seçtiğini ileri sürmektedir. Goffman'ın üzerinde durduğu bu düşüncenin dayandığı çoklu benlikler metaforu ilk olarak William James tarafından Psikolojinin Temelleri isimli kitabında yer almıştır. Bireylerin tek bir benliklerinin olmadığı, çeşitli ortamlarda gösterdikleri çoklu benliklere sahip oldukları ileri sürülmüştür. Örneğin yöneticileri karşısında sakin ve ağırbaşlı olan bir öğretmen, sınıfta öğrencileri karşısında sinirli ve tepkili olabilir veya bir birey evde eşine, çocuklarına; işte üstlerine, astlarına ve meslektaşlarına; sosyal yaşamında arkadaşlarına kişiliğinin farklı yönlerini sergileyebilirler (Demir, 2002: 12).

Goffman ile çağdaş olan Psikolog Edward Jones'da izlenim yönetimine ilişkin çalışmalar yapmıştır. Jones, insanların hangi tür davranışları onayladığı

üzerinde daha çok durmuştur. Goffman ve Jones izlenim yönetiminin, etkileşimlerde kullanılan doğal bir kavram olduğunu ileri sürseler de bazı sosyal psikologlar izlenim yönetimini, davranışların aşırı, uç bir türü olarak ele almışlardır. 1960'lı yıllarda laboratuvar araştırmalarında, gerçek ilişkilere ilişkin verileri gözlemlemek amacıyla, izlenim yönetimi davranışlarını eleme ya da kontrol etme ihtiyacı duyulmuştur. 1970'li yıllara gelindiğinde, izlenim yönetimine ilişkin bilginin artmasının bir sonucu olarak izlenim yönetiminin, davranışlar üzerinde ne kadar önemli bir rol oynadığı kabul edilmeye başlanmıştır. Söz konusu yıllarda izlenim yönetimi bakış açısının laboratuvar merkezli, deneysel sosyal psikoloji çalışmalarında incelendiği görülmektedir (Demir, 2002: 12-13).

1980'lerin ortasında izlenim yönetimi, örgütler ve sosyal topluluklara ilişkin araştırmalarda ele alınmaya başlamıştır (Doğan ve Kılıç, 2009: 55). 1980'li yıllardan itibaren, sosyal psikoloji alanındaki çalışmalara dayanılarak elde edilen izlenim yönetimi bulgularının, örgütsel araştırmalarda da kullanılabileceği belirlenmiştir (Demiral, 2013: 6).

Gelinen noktada, izlenim yönetimi gerek örgütsel yaşamda gerek diğer sosyal etkileşimlerde yaygın olarak kullanılan ve normal kabul edilen bir kavram olarak ele alınmakta olup etkili iletişimin temeli olarak görülmektedir. Bu açıdan, örgütsel yaşamı ve diğer sosyal etkileşim alanlarını bir bütün olarak anlamak için izlenim yönetimini anlamak gereklidir (Özdemir, 2006: 24).

2.3. İzlenim Yönetiminin Amacı ve Yararları

İzlenim yönetimi davranışının birtakım amaçları bulunmaktadır. Söz konusu amaçlar kontrol, yönlendirme ve etkilemeye yönelik olabilmektedir (Kasar, 2013: 87). Şöyle ki; bireyler buldukları ortamlarda izleyicileri üzerinde belirli bir izlenim yaratma çabası içinde kişisel özelliklerine ve davranışlarına yön vermektedirler. Böylece bireyler hedeflerine ulaşmak için, farklı izleyiciler üzerinde farklı izlenimler yaratma arayışına girebilmektedir. Bu amaçlar sadece bireylerin belirli izlenim yönetimi amaçlarını (sevilme, yeterli görünme, başarılı görünme vb.) kapsamamaktadır. Aynı zamanda bireylerin buldukları ortama ve duruma göre değişen amaçları da (bazı durumlarda yeterli görünme yerine

sevilmeye amacına odaklanırken, özellikle iş görüşmelerinde tersi durumların olabileceği gibi) kapsamaktadır. İzlenim yönetiminin amacı, kişilerin arzuladıkları hedefleri elde etmesinde ve bu hedeflere dayanan izlenimlerle ilişkili bilginin yönlendirilmesiyle çevresel izlenimlerin yönetilmesi olarak ifade edilebilir (Çetin ve Basım, 2010: 257).

İzlenim yönetimi davranışları, örgütsel davranışın anlaşılması ve yorumlanması için çerçeve görevi görmektedir. Bu bağlamda bireyleri davranış oluşturmaya güdüleyen unsurlar ve davranışları sergilemesi sonucunda elde edilen sonuçlar, bireylerin örgütsel ortamdaki davranışlarının daha iyi anlaşılmasına katkı sağlayabilmektedir (Basım ve Tatar, 2006: 228).

İzlenim yönetimi her ne kadar başkalarının yararına olacak davranışları sergilemek şeklinde görünse de, temelde amaç başkalarının elde edeceği kazanımlar değil, bireyin kendi kazanımlarıdır. Aslında izlenim yönetimi etik olmayan bir davranış gibi gözükse de önemli olan bireyin hangi izlenim yönetimi stratejisini hangi dozda kullandığıdır. Çevre koşullarının değişmesi, teknolojik ilerlemeler gibi unsurlar çalışma hayatında da değişim oluşturmaktadır. Bu açıdan çalışma hayatında sosyal değişim kaçınılmaz hale gelmekte olup bireylerin kazanımlarını arttırmak için izlenim yönetimi davranışında bulunmaları gerekebilmektedir (Erdem, 2008: 32-33).

Öte yandan Mark R. Leary'e göre izlenim yönetiminin bireyler için temel işlevleri üç nokta etrafında toplanmaktadır. Bu işlevler aşağıda açıklanmıştır (Leary, 1996: 40-44; Demir, 2002: 3-4).

Bireylerarası etki: Bireyler, izlenim yönetimiyle başkalarının kendilerine ilişkin izlenimlerinin, kendileri için önemli sonuçları olduğuna ilişkin inançları nedeniyle ilgilenirler. Yani bireyler izlenimlerle, sosyal etkileşimlerinde elde edebilecekleri ödüllerin artırılabilmesi ya da azaltılabileceği inancına sahiptirler. Söz konusu etkileşimlerde, bireylerarası yanıtlar, oluşturulan izlenimler ve onların niteliği doğrultusunda olmaktadır. Sonuç olarak, iyi bir izlenim, günlük etkileşimlerin niteliğini artırır. Ayrıca bireyler, kendilerinde olumlu izlenimler bırakan bireyler ile etkileşimlerinde daha memnun, onaylayıcı ve destekleyicidirler. İzlenimler, uzun vadede bireyin yaşam kalitesini de etkilemektedir. Özellikle çalışma yaşamında, izlenim yönetiminde başarısızlık,

hem sosyal sonuçlar hem de maddi sonuçlar doğurmaktadır. Kısaca izlenim yönetimi, bireylerarası etkileşimlerin önemli bir belirleyicisidir. Bunun yanı sıra izlenim yönetimi, bireyin çevresindeki diğer bireylerin davranışlarını etkilemede etkili bir araçtır. İzlenim yönetimi davranışında bulunan bireyler, diğer bireyler üzerindeki gücünü sürdürebilir ya da artırabilir. Burada güç kavramıyla, diğer bireylerin davranışları üzerinde arzu ettiği değişimi gerçekleştirebilmesi kastedilmiştir.

Kişiliğini geliştirmek ve sürdürmek: Bireyler izlenimleri hakkında kaygılı olduklarında, izlenimlerini yönetme çabası içerisine girerler. Bunun üç nedeni vardır: Birincisi, izlenim yönetimindeki başarısızlığın bireyin öz saygısının azaltmasına ve olumsuz duygusal tepkilere neden olmasına, izlenimleri yönetmedeki başarısının da bireyin öz saygısını artırılmasına ve kendini iyi hissetmesini sağlamasına ilişkin kabuldür. İkincisi, bireyin kimliğini yapılandırması ve bunu sürdürmesinde yardımcı olmasıdır. Üçüncü neden ise, izlenim yönetiminin kökleşmiş bir alışkanlık olmasıdır. Sonuç olarak, bireyler diğer bireylerin kendisi hakkındaki düşüncelerini önemserler. Bu baskıdan kaçınmak birey için çok güçtür.

Duygusal düzenleme: İzlenim yönetimi, bireyin kendisine ilişkin olumsuz duygularını azaltırken olumlu duygularını artırabilir. Bu bağlamda çevresindeki bireylerce onaylanan, kabul edilen bireyin kendisini daha iyi hissetmesini sağlar. Toplumsal onay, bireyin olumlu davranışlarını desteklemekte ve bunların pekişmesine yardımcı olmaktadır.

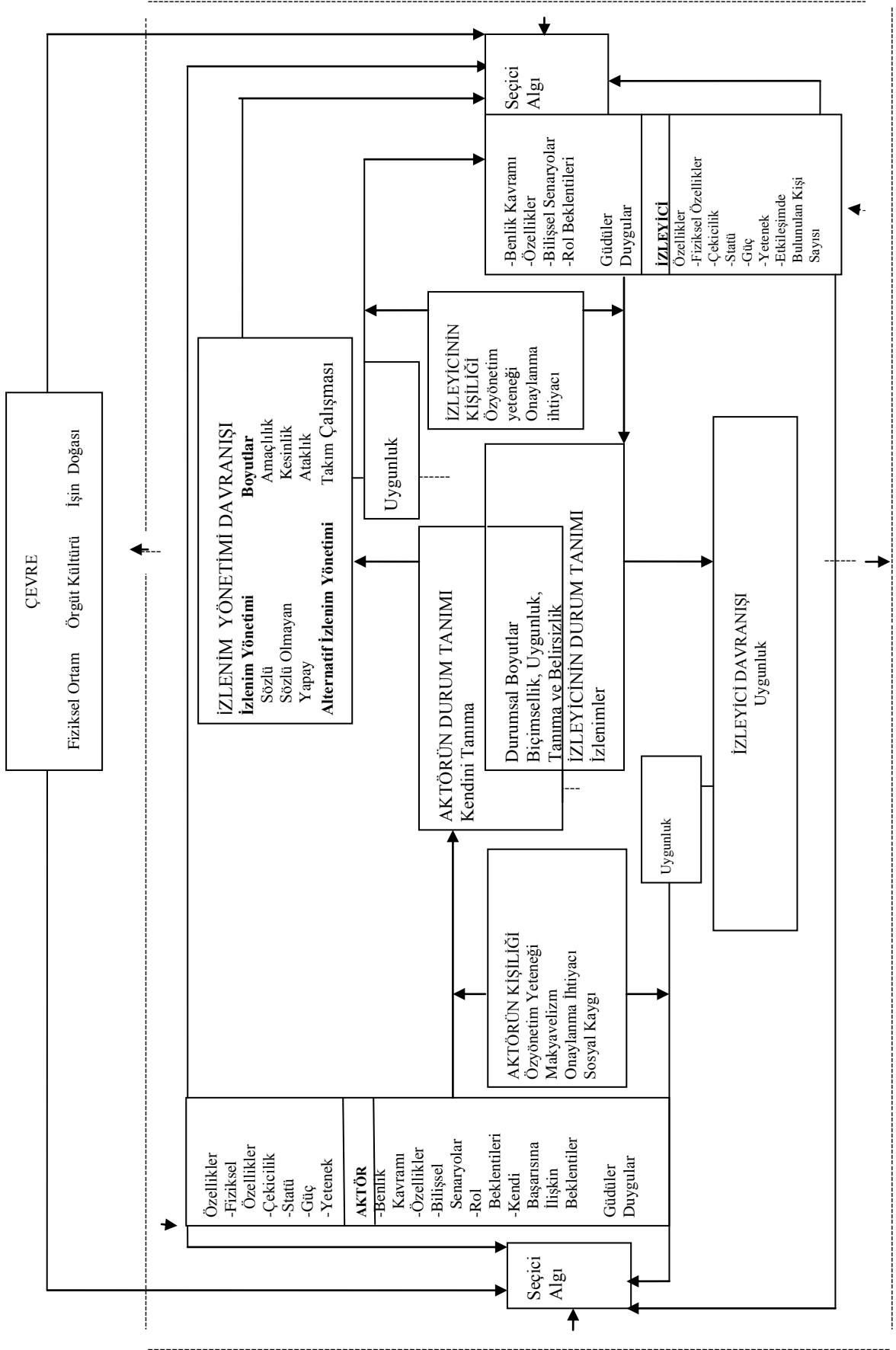
2.4. İzlenim Yönetimi Modelleri

Literatürde izlenim yönetimi aşamalardan oluşan bir süreç olarak ele alınmıştır. Araştırmacılar izlenim yönetimi sürecini belirlemeye yönelik çeşitli modeller geliştirmişlerdir. İzlenim yönetimi modelleri biçiminde adlandırılan bu modeller aşağıda ayrı başlıklar olarak ele alınmıştır.

2.4.1. Gardner ve Martinko'nun İzlenim Yönetimi Modeli

İzlenim yönetimi ile ilgili modellerden biri Gardner ve Martinko tarafından geliştirilmiştir. Anılan yazarlar izlenim yönetimi modellerini geliştirirken Goffman'ın sosyal etkileşimlere dramaturjik bakış açısından

yararlanmışlardır (Gardner ve Martinko, 1988b: 322). Söz konusu model Şekil 1'de gösterilmiştir.



Şekil 1: İzlenim Yönetimi Sürecinde Anahtar Değişkenler ve Başlıca İlişkiler

Kaynak: Gardner ve Martinko, 1988b:323

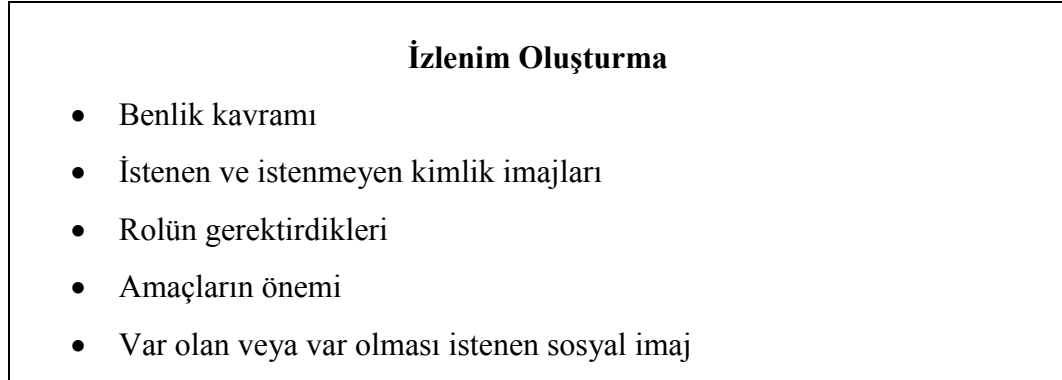
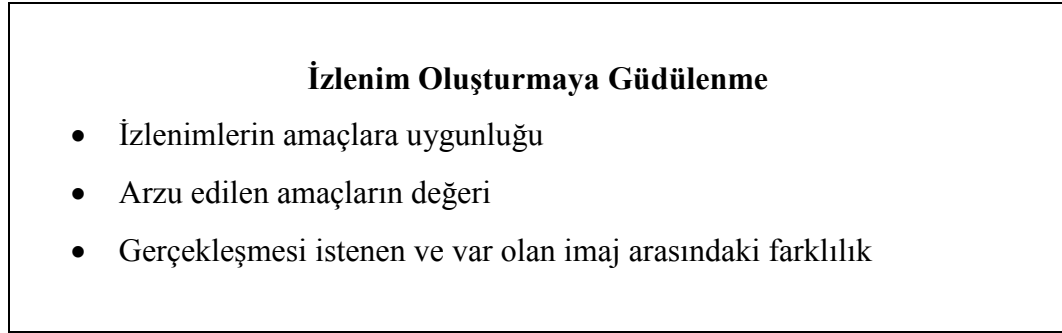
—— Başlıca İlişkiler ----- Geribildirim

Şekil 1’de görüldüğü üzere, Goffman’ın bakış açısından yararlanılarak geliştirilen bu modelde izleyici, aktör, performans gibi elemanlarının her birini izlenim yönetimi sürecine dâhil edilmiştir. Söz konusu modelde çevre izleyiciler için performans sergileyen aktörlere ortam ve durum sağlamaktadır. Aktörün ve izleyicinin kişisel özellikleri ve davranışları çevrenin özellikleri ile birleşerek uyarıcı gibi hizmet görmektedir. Uyarıcılar seçici olarak algılanır. Algılanan uyarıcılar çeşitli bilişsel, güdüsel ve duygusal süreçler doğrultusunda yorumlanarak durum tanımlamaları yapılır. Aktör tanımlamaları bir rehber gibi kullanarak arzu edilen izlenimleri oluşturacak davranışları seçmektedir. Aktörün izlenim yönetimi sürecindeki başarısı onun performansının izleyicinin durum tanımlamasının uygunluk düzeyinden etkilenir. Uygunluk düzeyi yükseldikçe, aktörlerin arzu ettiği izlenimleri oluşturma ve izleyicilerden uygun yanıtlar alma olasılığı artmaktadır. Tersini durumda ise, yani uygunluk düzeyinin azalması durumunda izleyici aktörün performansının uygun olmadığını algılamaktadır. Bu durumda izleyicinin aktör hakkında olumsuz izlenimler edinmesi ya da istenmeyen tepkiler vermesi daha muhtemel olmaktadır. İzleyicilerden aldığı yanıtlarla aktör performansının başarılı ya da başarısız olduğuna ilişkin bir sonuca varmaktadır (Gardner ve Martinko, 1988b: 322-324). Ayrıca, bu modelde geribildirim döngüsü de yer almaktadır. Geribildirim döngüsünde çevre, birey ve davranış etkileşimini ortaya koyan sosyal öğrenme kuramı³ perspektifi gözlemlenmektedir. Aktör ve izleyici davranışının çevre, aktör ve izleyici özellikleri ile algılar üzerindeki etkisi incelenmektedir (Demiral, 2013: 13).

³ **Sosyal öğrenme kuramı;** başkalarının davranışlarının gözlenmesine dayalı dolaylı bir öğrenme olarak ifade edilebilir (Demirbaş ve Yağbasan, 2005: 367). Albert Bandura tarafından bireylerin nasıl öğrendiklerini açıklamak üzere ortaya atılmıştır. Sosyal öğrenme kuramcıları insanların düşünme, planlama, algılama ve inanma şekillerinin öğrenmenin önemli bir kısmını oluşturduğunu iddia etmektedirler. Bu kurama göre gözlem yoluyla öğrenme, pekiştirilen bir davranışın taklit edilmesi kadar basit bir olgu değildir ve bunun bireyi bilgilendirme işlevi de vardır. İnsanların çevresindeki kişilerin davranışlarını gözlediklerini, bu gözlemlerden bazı sonuçlar çıkararak kendileri için yararlı olan durumlarda davranış gösterdikleri öne sürülmüştür (Bayrakçı, 2007: 198-200).

2.4.2. Leary ve Kowalski' nin İzlenim Yönetimi Modeli

Leary ve Kowalski'nin izlenim yönetimine ilişkin oluşturdukları model iki ayrı bileşenden oluşmaktadır. Modeldeki bu bileşenler farklı prensiplere göre işleyen, bireysel ve durumsal özelliklere göre şekillenen iki ayrı süreci içermektedir. Bu modelde izlenim yönetimi süreci izlenim oluşturmaya güdülenme (impression motivation) ve izlenim oluşturma (impression construction) biçiminde ele alınıp incelenmektedir (Leary ve Kowalski, 1990: 35). İlgili model aşağıda Şekil 2'de gösterilmiştir.



Şekil 2: İzlenim Yönetiminin İki Bileşeni

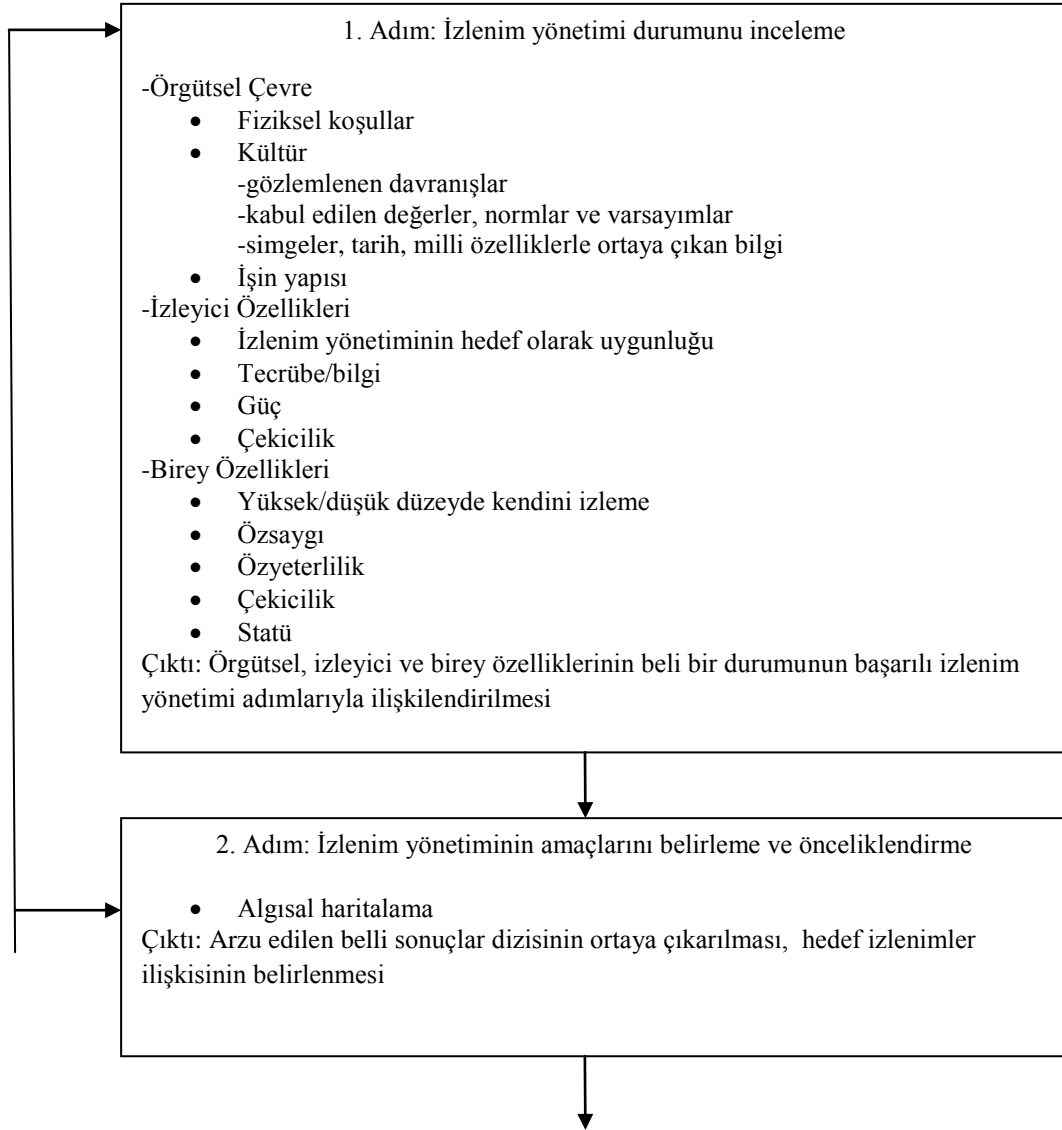
Kaynak: Leary ve Kowalski, 1990: 36

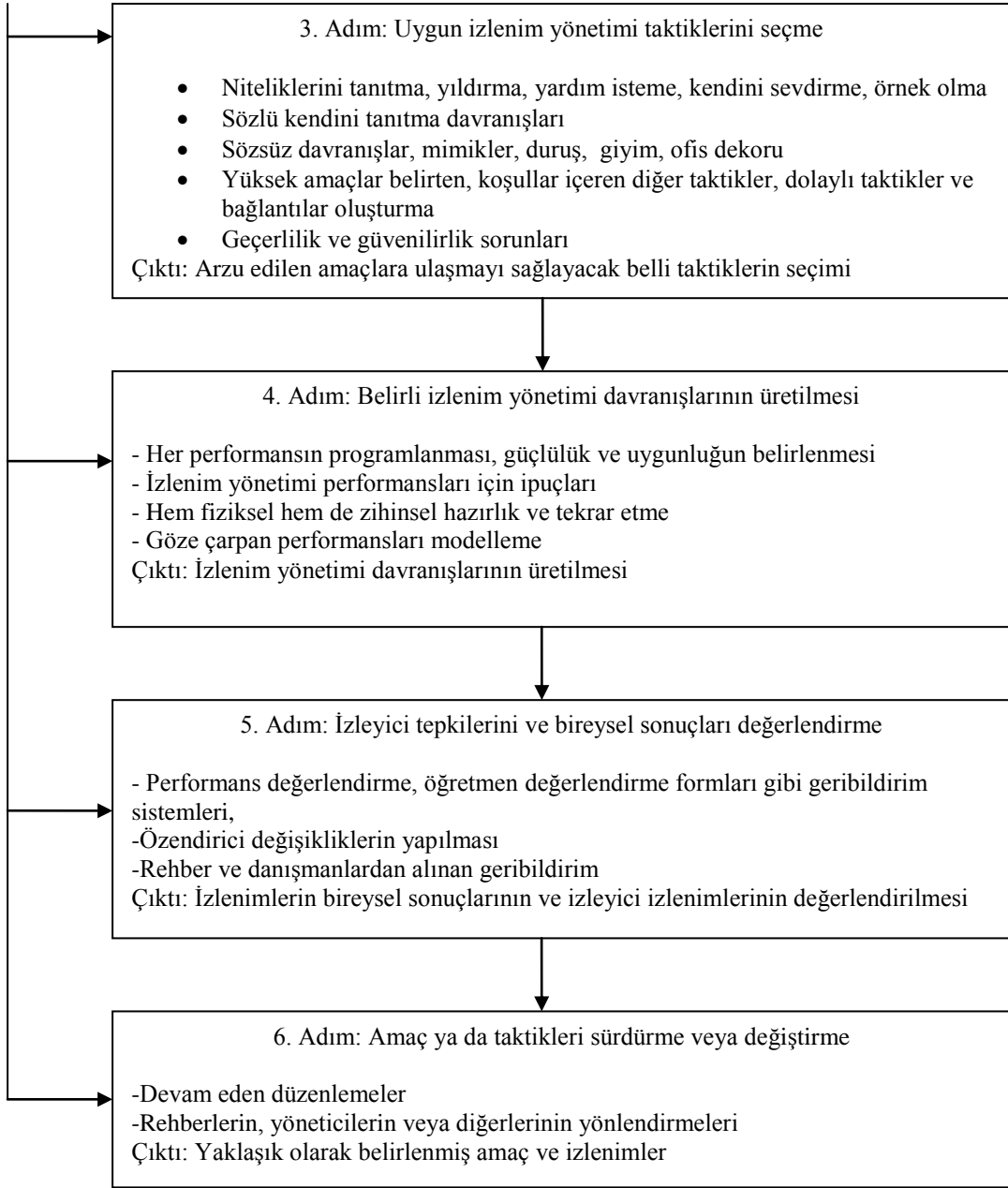
Şekil 2'de görüldüğü üzere, izlenim oluşturmaya güdülenme süreci izlenimlerin amaçlara uygunluğu, amaçların önemi, gerçekleşmesi istenen ve var olan imaj arasındaki farklılık biçiminde üç faktörden etkilenmektedir. İzlenim oluşturma ise benlik kavramı, istenen ve istenmeyen kimlik imajları, rolün gerektirdikleri, amaçların önemi ve var olan veya olması istenen sosyal imaj faktörlerinden etkilenmektedir. Bu modele göre; bireyler öncelikle belli izlenimler oluşturmaya güdülenmekte ve sonra diğer bireylerin kendisine ilişkin

izlenimlerini etkilemek için davranışlarını değiştirmektedirler (Leary ve Kowalski, 1990: 34-39).

2.4.3. Martinko'nun İzlenim Yönetimi Modeli

İzlenim yönetimi sürecini açıklamaya yönelik geliştirilen bir diğer model Martinko (1991) tarafından geliştirilmiştir. Bu model aşağıda Şekil 3'te gösterilmiştir.





Şekil 3: İzlenim Yönetimi Süreci

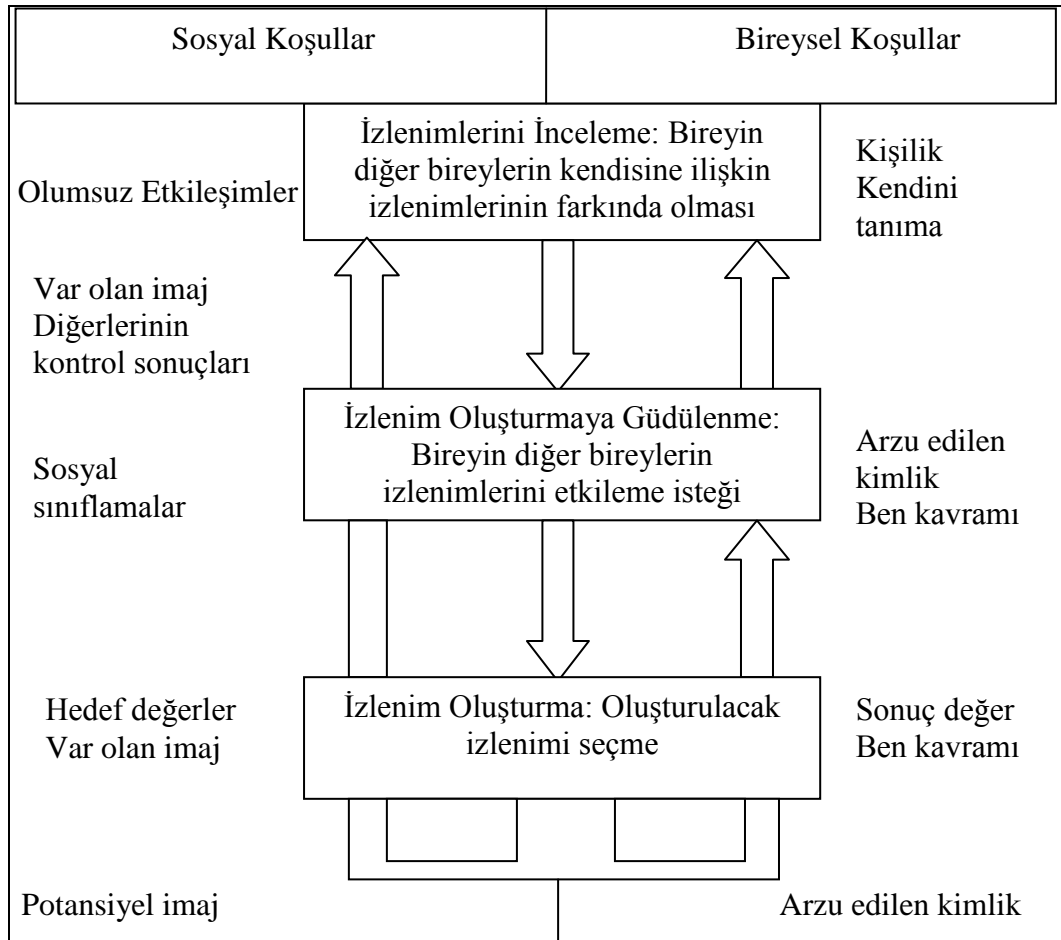
Kaynak: Martinko, 1991: 262-263

Şekil 3'te görüldüğü üzere; Martinko'nun modeli öncelikle durumsal faktörler ile izleyici ve bireysel özelliklerin sistematik olarak değerlendirilmesi süreci ile başlamaktadır. Bu değerlendirmeden elde edilen bilgiler, uygun izlenim yönetimi amaçlarını belirlemede kullanılmaktadır. Amaçlar belirlendikten sonra, bu amaçlara ulaşmak için en uygun taktikler seçilmektedir. Bu taktikler daha sonra izleyicilerin tepkilerine bağlı olarak değerlendirilmektedir. Eğer amaçlara

başarıyla ulaşılamazsa, durum yeniden değerlendirilmekte ve amaç ve taktikler değiştirilmektedir (Martinko, 1991: 260).

2.4.4. Rosenfeld, Giacalone ve Riordan'ın İzlenim Yönetimi Modeli

İzlenim yönetimine ilişkin Rosenfeld, Giacalone ve Riordan tarafından geliştirilen bir başka modelde Leary ve Kowalski'nin iki bileşenli modeline izlenimleri inceleme (impression monitoring) biçiminde yeni bir bileşen eklenerek üç bileşenli başka bir model oluşturulmuştur. İzlenim yönetimde, izlenim oluşturmaya güdülenme, izlenim oluşturma ve izlenim inceleme bu modelin üç bileşenini oluşturmaktadır (Rosenfeld vd., 1995: 17). Bu model aşağıda Şekil 4'de gösterilmiştir.



Şekil 4: İzlenim Yönetiminde Sosyal Psikoloji Sürecinin Üç Bileşenli Modeli

Kaynak: Rosenfeld vd., 1995: 18

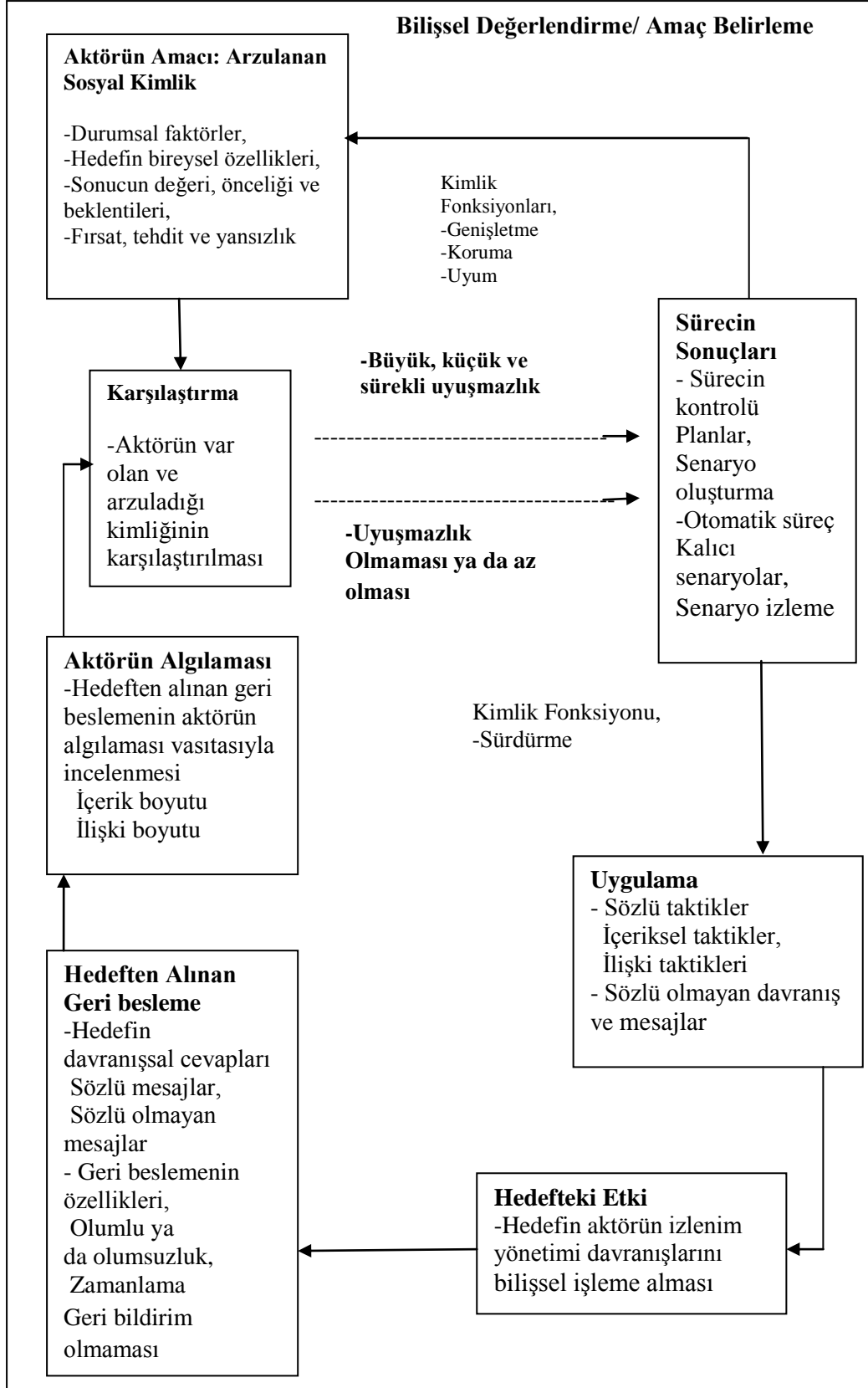
Şekil 4'te görüldüğü üzere, Rosenfeld, Giacalone ve Riordan tarafından geliştirilen izlenim yönetimi modeli Leary ve Kowalski'nin geliştirmiş olduğu

modele göre daha ayrıntılıdır. Leary ve Kowalski'nin çalışmasında izlenimleri inceleme ögesi izlenim oluşturmaya güdülenme başlığı altında incelenmiş olup ayrı bir başlıkta açıklanmamıştır (Demir, 2002: 18).

2.4.5. Bozeman ve Kacmar'ın İzlenim Yönetimi Siberetik Modeli

İzlenim yönetimi ile ilgili bir diğer model Bozeman ve Kacmar (1997) tarafından geliştirilmiş olup siberetik⁴ bir model biçiminde adlandırılmıştır. Bu model Şekil 5'te gösterilmiştir.

⁴ **Siberetik;** insan yapısı ve çeşitli mekanizmaların çalışma biçimleri arasındaki benzerlikleri inceleyen, bir amaca doğru yönlendirilmiş etki bilimi olarak ifade edilebilir (Grolier International Americana Encyclopedia, 1993: 75).



Şekil 5: İzlenim Yönetiminin Siberetik Modeli

Kaynak: Bozeman ve Kacmar, 1997: 12

Şekil 5'te görüldüğü üzere, izlenim yönetimine ilişkin sibernetik modelde, izlenim yönetimine güdülenme, bireylerin arzu ettiği sosyal kimliği veya amacı ile hedeften aldıkları geribildirimler arasındaki algılanan farklılıklardır. Var olan ve arzu edilen sosyal kimliğin kıyaslanmasıyla farklılıklar bulunur. Eğer bu karşılaştırmalar sonucunda aktörün var olan imajı, arzu ettiği doğrultuda ise kullanılan taktikler sürdürülür (senaryo canlandırma). Var olan imaj ile arzu edilen imaj arasında bir farklılık meydana gelirse, aktör kullanmak için alternatif taktik arayacaktır. Bunu senaryo arama, senaryo geliştirme veya çeşitli planlar izlemektedir. Bir sonraki taktiğini belirleyen birey davranışını sergilemekte ve davranışı neticesinde hedef kitleden bir tepki beklemektedir. Tepki (geribildirim) değerlendirilmekte sonra da aktörün arzu ettiği imaj ile karşılaştırılmaktadır. Söz konusu karşılaştırmaların sonucunda bir sonraki adım belirlenmekte ve etkileşim bu şekilde devam etmektedir (Bozeman ve Kacmar, 1997: 12).

2.5. İzlenim Yönetimi Süreci

Yukarıda kısaca açıklanan farklı izlenim yönetimi modelleri birlikte değerlendirildiğinde izlenim yönetimi sürecinin genel olarak üç aşamadan oluştuğu ileri sürülebilir. Bunlar; izlenimleri inceleme, izlenim oluşturmaya güdülenme ve izlenim oluşturma aşamalarıdır. Söz konusu aşamalar aşağıda kısaca açıklanmıştır.

2.5.1. İzlenimleri İnceleme

İzlenim yönetiminde ilk aşama izlenimlerin incelenmesidir. Birey, izlenimlerini yönetmeye başlamadan önce diğer bireylerin kendisi hakkındaki algı ve değerlendirmelerini incelemektedir. Bu süreç bireyin, içinde bulunduğu ortam, durum ve mevcut olan kişilik özellikleriyle, diğer bireylerde oluşturduğu izlenimlerin farkında olmasıyla başlar ve onlardan aldığı geri bildirimleri değerlendirmesiyle devam eder (Akgün, 2009: 26).

Mark R. Leary izlenim incelemenin dört düzeyi olduğunu ileri sürmektedir. Bunlar aşağıda açıklanmıştır (Leary, 1996: 47-51; Demir, 2002: 25-26).

İzlenime Duyarsızlık: Bu seviyede birey, diğer bireylerin kendisi

hakkındaki izlenimlerine ilgisizdir. Bireylerin, kendilerine ilişkin tepkilerin farkında olamaması iki nedene bağlanabilir. Bunlardan birincisi; birey, diğer bireylerin onun hakkındaki düşüncelerini önemseyemeyecek düzeyde kendisini zorlayan koşullar içerisinde olabilir. Bir diğer neden ise bireyin psikolojik durumunun, çevresindeki bireylerin izlenimlerini incelemesine engel olmasıdır.

İzlenimlerin Bilinçsizce Gözden Geçirilmesi: Birey, herhangi başka bir duruma odaklanmışken çok dikkat etmeden de izlenimlerini inceleyebilir. Birey, diğer bireylerin kendisini nasıl algıladığını bilinçli bir şekilde gözden geçirmediği durumlarda bile sosyal çevresinde kendisi ile ilgili bilgileri tarar. Bu tarama sırasında olumsuz bir bilgi alındığında dikkat bu konuya yöneltilir.

İzlenimlerin Farkında Olma: Birey, diğer bireylerde oluşturduğu izlenimlerin bilincinde olup onların kendisine ilişkin izlenimlerinin üzerine düşünmektedir.

İzlenime Odaklanma: Bireyin, diğer bireylerin kendisine ilişkin izlenimleri ve bunların olası sonuçları üzerinde odaklandığı düzeydir. Bu durum birey izlenim oluşturmaya üst düzeyde güdülendiğinde gerçekleşir.

2.5.2. İzlenim Oluşturmaya Güdülenme

Bireyler arzuladıkları önemli sonuçları elde etme ihtiyacına yönelik izlenimlerini yönetmeye güdülenirler (Barsness vd., 2005: 402). Doğru izlenimleri karşı tarafa iletme, bireyin hedeflerine ulaşma şansını artırdığı gibi istenmeyen durum ve sonuçlardan da kaçınmasına yardımcı olacaktır. Bu hedefler arasında, onaylanma, arkadaşlık, kabullenme, destek görme, güç gibi sosyal içerikliler olabileceği gibi, işyerinde alınan maaş artışları, daha iyi çalışma koşullarına sahip olma gibi maddi içerikli olanlar da bulunmaktadır. Bunun dışında, bireyler öz saygısını kazanmak, geliştirmek ve korumak amacıyla izlenim yönetimi davranışlarına motive olmaktadır. Başkalarının tepki ve davranışları bireyin öz saygısını çeşitli biçimlerde etkileyebilir. Örneğin; övgü, hayranlık ve sevgi içeren davranışlar bireyin öz saygısını artırırken, eleştirilme ve reddedilme de öz saygıyı azaltıcı etki yaptığı ifade edilebilir (Tatar, 2006: 20-21).

Öte yandan izlenim oluşturmaya güdülenme düzeyini belirleyen, üç temel faktör bulunmaktadır. Söz konusu faktörler aşağıda açıklanmıştır (Leary ve Kowalski, 1990: 38-39).

İzlenimlerin Amaçlara Uygunluğu: İzlenimlerin amaca uygunluğu izlenim oluşturmaya güdülenmeyi etkilemektedir. İzlenimlerin amaca uygunluğunu belirleyen çeşitli faktörler vardır. Bunlardan biri, bireyin davranışlarını toplumun önünde sergilemesidir. Bireyin başka insanlar tarafından gözlemlenme olasılığı ne kadar fazlaysa izlenim oluşturmaya güdülenmesi de o kadar fazla olur. Bireyin izlenimlerin amaca uygunluğunu belirleyen başka bir faktör ise bireyin hedefteki kişiye bağımlılığıdır. Birey değerli hedeflere ulaşmasında başkalarına ne kadar bağımlıysa izlenimleri de o kadar önemsemektedir. Bu durumda bireyin izlenimlerini yönetmeye daha fazla motive olması beklenmektedir.

Arzu Edilen Amaçların Değeri: Bireyin ulaşmak istediği amaçların değerine göre izlenim motivasyonu da artmaktadır. Örneğin; birey başvurduğu bir işi ne kadar çok arzu ediyorsa mülakatta izlenimlerini yönetmek için daha fazla motive olmaktadır.

Gerçekleşmesi İstenen ve Var Olan İmaj Arasındaki Farklılık: İnsanlar, kendilerine göre kabul edilebilir sınırlar içerisinde olan imaj çeşitliliğine sahiptir. Birey, diğer insanların kendisi hakkındaki izlenimlerinin bu sınırların dışında olduğunu anladığında izlenimlerini yönetmeye güdülenmektedir. Bireyin yaydığı izlenim arzulan sınırlar içerisindeyse bu durumda motivasyon azalmaktadır (Tatar, 2006: 23).

2.5.3. İzlenim Oluşturma

İzlenim yönetimi sürecinin üçüncü aşaması izlenim oluşturmadır. Birey, çevresindeki bireylerin izlenimlerinin farkına varıp, onları yönetmeye güdülendikten sonra, arzu ettiği izlenimleri oluşturma çabasına girmektedir (Demir, 2002: 30). Deneysel araştırmalar bireylerin izlenimleri yönetmedeki tutumunu etkileyen birçok değişkenin varlığını ortaya koymuştur. İzlenim oluşturmaya etkileyen değişkenler; benlik kavramı, istenen ve istenmeyen kimlik imajları, rolün gerektirdikleri, amaçların önemi ve var olan veya olması istenen

sosyal imaj biçiminde beşli bir sınıflandırmaya tabi tutulmuştur. Bunlardan benlik kavramı ve istenen ve istenmeyen kimlik imajları içsel değişkenleri; rolün gerektirdikleri, amaçların önemi ve var olan veya olması istenen sosyal imaj ise bireylerarası değişkenleri oluşturmaktadır (Leary ve Kowalski, 1990: 40).

Sonuç olarak, izlenim yönetimi sürecinde bireyler arzuladıkları izlenimi bırakabilmek için kendileri hakkında algıları, değerlendirmeleri incelemektedir. Bu bağlamda, belirledikleri izlenimi oluşturmaya yönelik bireylerin çeşitli davranışlar sergileyerek izlenim oluşturdıkları belirtilebilir.

2.6. İzlenim Yönetimi Taktikleri

İnsan sosyal bir varlık olmasından dolayı çevresiyle sürekli etkileşim içindedir. Bu etkileşim bireylerle çevresi arasında iletişimi de gerekli kılmaktadır. Bireyler diğer bireylerle iletişim kurarken arzu ettikleri amaçlara ulaşmak için onların kendisi hakkında ne düşündüklerine önem verme durumundadır. Bu sebeple bireyler farklı davranışlar sergileyerek karşısındaki birey ya da bireylere hedeflediği izlenimi verme veya alma yoluna gitmektedirler. İzlenim yönetimi taktikleri olarak adlandırılan söz konusu davranışlar çok farklı biçimlerde ifade edilmektedir.

İnsanlar başkalarını etkilemek için farklı yollara başvurmaktadır. Bu yüzden izlenim yönetimi taktikleri sayıca fazladır. Ancak izlenim yönetimi davranışını etkileyen çevresel, kişisel, durumsal ve kültürel birçok etkenin varlığı taktiklerin tek tek incelenmesini zorlaştırmaktadır (Yılmaz, 2012: 92).

İnsanlar başkalarının onları nasıl algıladıkları ve değerlendirdikleriyle sürekli ilgilenmektedir. Bireyler kendilerine karşı diğerlerinin tepkilerini izler ve arzu ettikleri amaçlara ulaşmayı sağlayan imajlarını düzeltmeye çalışırlar. İzlenim yönetiminin sosyal etkileşimin yönünü belirlemede etkili bir araç olarak kullanıldığı ileri sürülebilir (O'Callaghan ve Doyle, 2001: 459-460). Bireyler, izlenim yönetimi uygulamasıyla sosyalleşme sürecinde arzuladıkları amaçlara ulaşmak için belirledikleri imajı hedef birey ya da bireylere iletebilmektedirler. Böylelikle sosyal kabul görebilmekte veya dışlanmaktan kaçınabilmektedirler (Kan, 2011: 12).

Bireylerin kişilik özellikleri, yetenekleri, uğraşları farklı olduğu için bireyler kendilerini ifade etmek için farklı yöntemler kullanırlar. Örneğin; bazı insanlar olumlu izlenimler yaratmak için kendi yetenekleri hakkında konuşur, bazıları rakiplerini küçümsemeye çalışır bazıları da ait oldukları grupların niteliklerini vurgularlar (Schütz, 1998: 611-612). Bireyler her durumda aynı stratejiyi kullanmazlar. Benzer durumlarla karşılaşan farklı kişiler farklı izlenim yönetimi taktikleri seçebilirler (Higgins vd., 2003: 89). Özellikle iş görüşmelerinde izlenim yönetimi taktikleri sıklıkla kullanılır. Görüşmeci veya işe başvuranın kişisel özellikleri bireylerin izlenimleri kontrol etmek için kullanacakları taktiklerin seçiminde etkili olmaktadır (Delery ve Kacmar, 1998: 1649-1650). Bu bağlamda, uygun kıyafetlerin seçilmesi, dilin doğru kullanılması, etik davranma ve vücut dilini kullanma gibi faktörler mülakat sürecinde sıkça başvurulan izlenim yönetimi davranışlarındandır (Crane ve Crane, 2002: 26).

Aşağıda izlenim yönetimi taktiklerine ilişkin farklı bilim adamlarınca yapılmış farklı sınıflandırmalara yer verilmiştir.

İzlenim yönetimi taktikleriyle ilgilenen Jones ve Pittman bu taktikleri beş farklı açıdan sınıflandırmıştır. Bunlar aşağıda açıklanmıştır (Jones ve Pittman, 1982: 235-248; Turnley ve Bolino, 2001: 352).

- ***Kendini sevdirmeye (ingratiation)***: Bireylerin iyilik ya da yağcılık yaparak sempatik görünmeye çalışmasıdır. İzlenim yönetimi taktiklerinin en yaygın olarak kullanılanıdır.
- ***Yıldırma-tehdit etme (intimidation)***: Bireylerin tehlikeli görünmek için göz korkutucu veya tehdit edici izlenim vermeye çalışmasıdır.
- ***Niteliklerini tanıtmaya (self promotion)***: Bireylerin başkalarının onları yeterli görebilmesi için kabiliyetli ve özel yetenekli olduklarını vurgulamaya çalışmasıdır.
- ***Örnek olma (exemplification)***: Bireylerin kendilerini ahlaki açıdan dürüst, cömert, fedakâr, saygın biri olarak gösterme amaçlarına yönelik örnek davranış sergilemeleridir.

- ***Yardım isteme (supplication)***: Bireylerin yardıma muhtaç görüntüsü vererek, zayıf ve eksik yanlarını bildirmeye çalışmasıdır.

Yukarıdaki sınıflandırmadan kendini sevdirmeye ve niteliklerini tanıtmaya izlenim yönetimi taktikleri araştırmalarda daha çok incelenmiştir. Buna karşın örnek olma, yardım isteme ve yıldırma taktikleriyle ilgili daha az araştırma yapılmıştır (Turnley ve Bolino, 2001: 352).

İzlenim yönetimiyle ilgilenen diğer araştırmacılardan Tedeschi ve Melburg çalışmalarında gelecekteki sonuçları etkilemek için uyarlanmış stratejik izlenim yönetimi ile hızlı memnuniyet sağlama amaçlı taktik izlenim yönetimi arasındaki farkı açıklamaya çalışmışlardır (Wayne ve Liden, 1995: 233). Tedeschi ve Melburg tarafından 1984 yılında yapılan çalışmada izlenim yönetimi taktikleri; taktik ve kendini tanıtmaya yönelik, taktik ve savunmaya yönelik, stratejik ve kendini tanıtmaya yönelik, stratejik ve savunmaya yönelik taktikler biçiminde belirlenmiştir (Andrews, 1999: 34-35). Taktik izlenim yönetimi davranışları kısa vadede olumlu izlenimler oluşturmayı amaçlayan davranışları ifade eder. Bir görüşmede bireyle göz teması kurma ve gülümseme gibi sözsüz davranışlar buna örnek olarak verilebilir. Stratejik izlenim yönetimi davranışlarında ise daha uzun vadeli amaçlar söz konusu olup, birey itibarlı, yetenekli ve güvenilir bir imaj içeren uzun vadeli kimlik oluşturmaya çalışmaktadır (Rosenfeld, 1997: 806).

İzlenim yönetimi konusunda çalışan Bozeman ve Kacmar ise izlenim yönetimi taktiklerini; kimlik geliştirme, kimlik koruma ve kimliğe uyum olmak üzere üç açıdan incelemiştir. Bu kimlik fonksiyonların her biri oyuncunun mevcut ve arzulanan toplumsal kimliklerin karşılaştırılmasından ortaya çıkan olumlu ya da olumsuz farklılıkları gidermek için izlenim yönetimi sürecinde oluşur (Bozeman ve Kacmar, 1997: 17). Aşağıda Tablo 2’de söz konusu sınıflandırmalar gösterilmiştir.

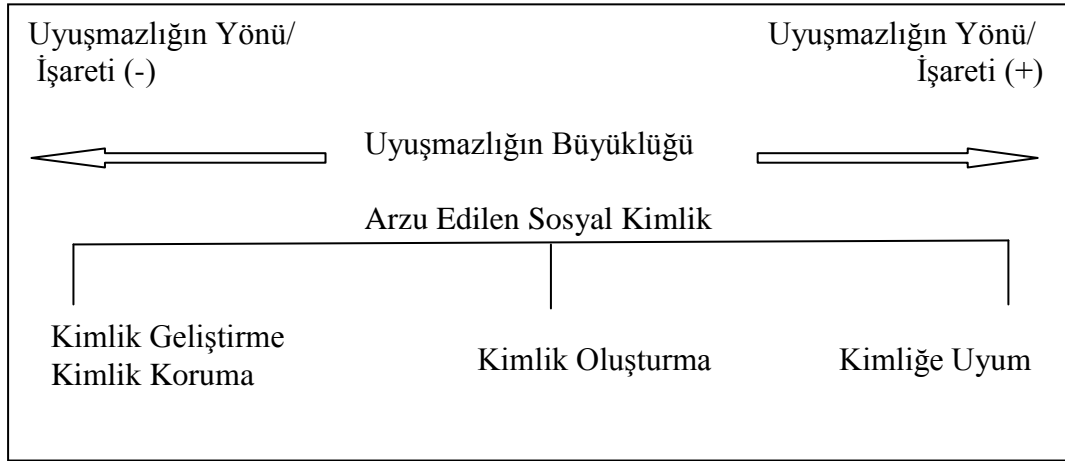
Tablo 2: Stratejik Kimlik Fonksiyonları ve Davranışsal Taktikler

Stratejik Kimlik Fonksiyonu	İçerik Merkezli (Aktör)	İlişki Merkezli (Hedef)
Kimlik Geliştirme	Nitelikleri Tanıtma Vurgulama Çoğaltma Alçak Gönüllülük Kendini Tanıtma	Yıldırma Kendini Sevdirmeye Övgü Yardımcı Olma Pro-Sosyal Davranışlar
Kimlik Koruma	Yadsıma Engel Koyma Açıklama Mazeret Bildirme Meşrulaştırma	Özür Dileme Onarma Kendini Sevdirmeye Yardımcı Olma Görüş Birliği
Kimliğe Uyum	Kendini Küçümseme Karşıt İzlenimler Stratejik Başarısızlık Engel Koyma	İtaatsizlik Karşıt İzlenimler Yardım İsteme

Kaynak: Bozeman ve Kacmar, 1997: 22

Tablo 2’de görüldüğü üzere, kimlik geliştirme taktikleri, bireyin hedeflediği sosyal kimlikleri geliştirmeye yönelik davranışlardır. Kimlik koruma taktikleri ise, bireyin sosyal kimliğine yönelik bir tehdit algıladığında, sosyal kimliğini zararlardan korumaya yönelik davranışlardır. Kimliğe uyum taktikleri ise bireyin mevcut ve arzulanan toplumsal kimlikler arasında pozitif farklılıkları içerir. Anılan yazarlar bu sınıflandırmaya daha sonra aktör odaklı içerik merkezli taktikler ile hedef odaklı ilişki merkezli taktikler olmak üzere iki kategori daha eklemiştir (Bozeman ve Kacmar, 1997: 17-22).

Bozeman ve Kacmar (1997) çalışmalarında bireylerin mevcut ve arzu ettikleri kimlikleri arasındaki uyumsuzluklarını belirlemeye yönelik bir incelemede bulunmuşlar. Anılan çalışmanın sonuçları Şekil 6’da özetlenmiştir.



Şekil 6: Aktörün Kimlik Uyuşmazlıkları ve Karşılık Gelen İzlenim Yönetimi Fonksiyonları

Kaynak: Bozeman ve Kacmar, 1997: 17

Şekil 6’da görüldüğü üzere, kimlik oluşturma faaliyetleri kimlik uyumsuzluklarını ele alarak aktörün sosyal kimliğinde tutarlılık ve istikrar duygusu sağlamasına yardımcı olur. Kimlik oluşturma dengeyi koruma yoluyla kimlik geliştirme, koruma ve uyum düzeyini belirlemeyi içerir. Böylece kimlik oluşturma büyük ölçüde tutarlı ve düzenleyici bir fonksiyon işlevi görür. Ayrıca bu fonksiyon mevcut ve arzu ettiği toplumsal kimlikleri arasında olumlu ya da olumsuz uyumsuzlukları gidermede kullanılmasına rağmen uyumsuzluk algılanmadığında bile arzu ettiği sosyal kimliği ortaya koymak için de kullanılabilir. Başka deyişle, bireyin oluşturmuş olduğu kimliği güçlendirmeye yönelik kullanılabilir (Bozeman ve Kacmar,1997: 17-19).

İzlenim yönetimi alanında çalışma yapmış bir diğer araştırmacı Schütz’dür. Schütz, izlenim yönetimi taktiklerini, farklı izlenim yönetimi amaçlarına yönelik sözlü ve davranışsal uygulamaları inceleyerek dört sınıfa ayırmıştır. Bunlar; kendini tanıtmaya yönelik, saldırgan, korunmaya yönelik ve savunmaya yönelik taktikler biçiminde sıralanabilir. Anılan taktikler aşağıda kısaca açıklanmıştır (Schütz, 1998: 611-622).

- ***Kendini tanıtmaya yönelik izlenim yönetimi taktikleri:*** Bu taktikler aktiftir ama saldırgan değildir. Bu taktikleri kullanan bireyler olumlu izlenim oluşturma çabasıdadırlar. Kendini sevdirmeye, niteliklerini tanıtmaya ve örnek olma bu grup altına alınmıştır.

- ***Saldırgan izlenim yönetimi taktikleri:*** Bireyin arzu edilen olumlu izlenimi oluşturmaya çalışırken saldırgan bir yol izlemesidir. Bireyler kendilerinin iyi olması için başkalarına kötü davranmaya veya onlara baskı uygulamaya meyillidirler.
- ***Korunmaya yönelik izlenim yönetimi taktikleri:*** Savunmaya yönelik izlenim yönetimi taktikleriyle karşılaştırıldığında bireyler arzuladıkları kimliklerine ulaşmak için çaba sarf etmezler. Ancak olumsuz izlenim oluşturmaktan kaçınırlar. Yani bireylerin olumlu izlenimler oluşturmak için aktif girişimleri yoktur fakat olumsuz bir izlenim oluşturmamak için pasif çaba sergilerler.
- ***Savunmaya yönelik izlenim yönetimi taktikleri:*** Bireyin başkalarında oluşturmak istediği imajı arzu ettiği şekilde gerçekleşmezse bu durumların olumsuz etkisini azaltmak için kullandığı taktiklerdir.

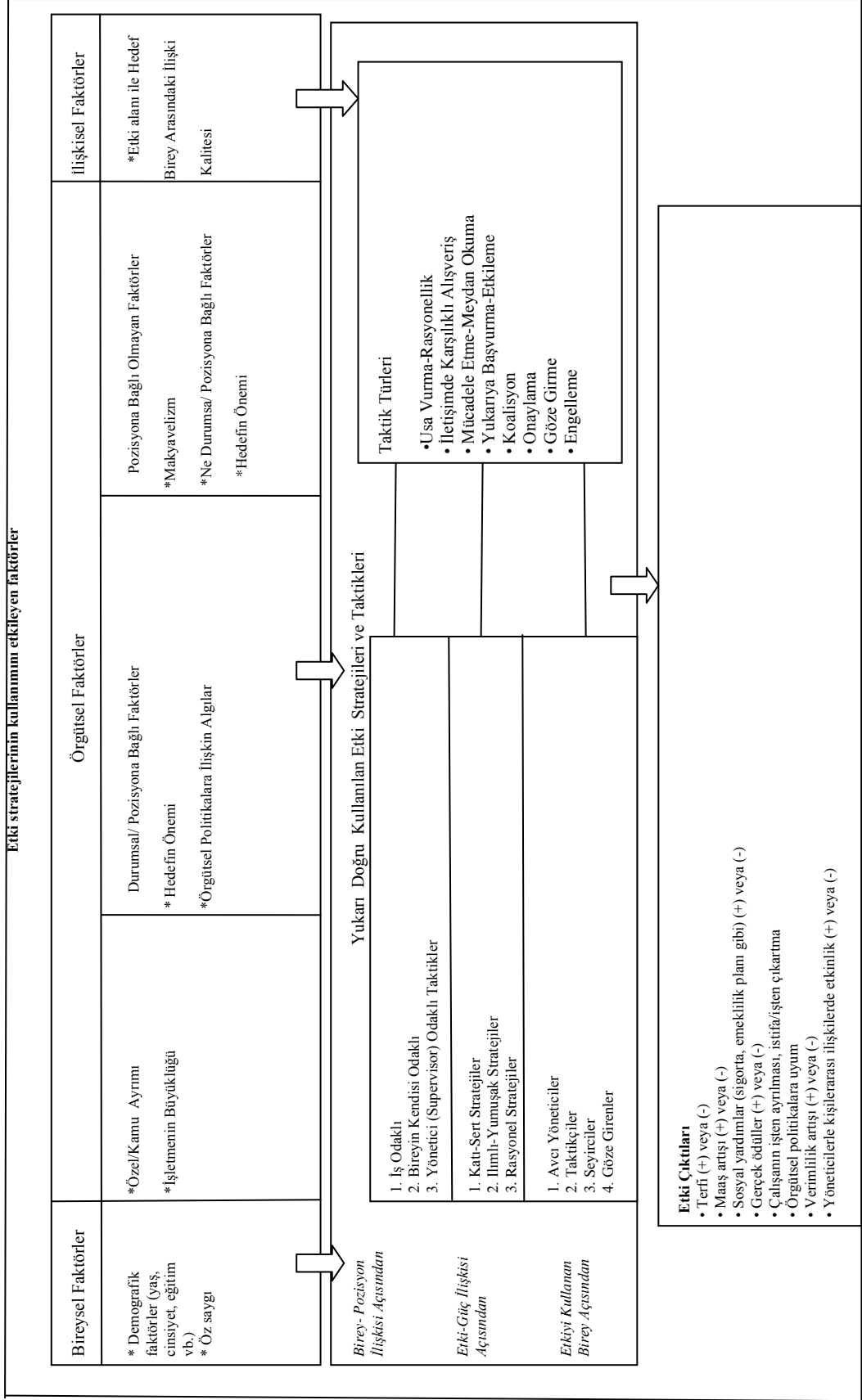
İzlenim yönetimi ile ilgili Andrews tarafından yapılmış olan bir başka sınıflandırmada ise izlenim yönetimi taktikleri kendini tanıtmaya yönelik, kendini savunmaya yönelik ve çağrışım taktikleri biçiminde sınıflandırılmıştır. Kendini tanıtmaya yönelik taktikler kendini sevdirmeye, örnek olma, yardım isteme, niteliklerini tanıtmaya, vurgulama ve görüş birliği gibi taktikleri içerir. Kendini savunmaya yönelik taktikler açıklama yapma, engel koyma, özür dileme gibi taktikleri içerir. Çağrışım taktikleri ise bireyin kendisi hakkında doğru bilgi iletmek için kullandığı övünme, gömme, bulanıklaştırma, ilan etme, küçümseme gibi taktikleri içermektedir (Andrews, 1999: 22-34). Bireyin kullandığı izlenim yönetimi taktiklerine ilişkin Tedeschi ve Norman tarafından yapılmış bir diğer çalışmada söz konusu taktikler kendini tanıtmaya yönelik ve kendini savunmaya yönelik taktikler biçiminde sınıflandırılmıştır (Demir, 2002: 34).

İzlenim yönetimine ilişkin bir başka sınıflandırmada izlenim yönetimi taktikleri çevre odaklı taktikler ve kendine odaklı taktikler olarak ayrılmıştır. Çevre odaklı taktikler, bireyin çevresindeki bireyleri etkilemeyi amaçlayan övgü, görüş birliği, yardımcı olma gibi taktiklerden oluşturabilir. Kendine odaklı taktikler ise, bireyin dikkatleri kendi üzerinde tutmayı amaçladığı taktiklerdir.

Bunlara örnek olma, vurgulama, çoğaltma ve niteliklerini tanıtmaya örnek verilebilir (Ünalı, 2005: 23).

Çalışanların kariyerlerini yönetme, rekabetin artması, değişken örgütsel politika ve düzenlemelere uyum sağlama ihtiyacı, bireyleri yukarı yönde bilinçli etki taktik ve stratejileri geliştirmeye yönlendirmektedir. Bir başka ifadeyle, çalışanların yukarı yönde kullandıkları etki taktikleri onların işte kalma, terfi, transfer, maaş artışı gibi kariyerleriyle ilgili alınan kararları etkilemektedir. Yukarı doğru etki araştırmalarına göre, her bir etki taktiğinin etkinliği farklılaşmakta ve çalışanların arzu ettikleri sonuçları elde etmek amacıyla gösterdikleri çabalarda yukarı doğru etki taktiklerine yoğun biçimde başvurmaktadır (Yaylacı, 2006: 93-94). Kipnis, Schmidt ve Wilkinson'un (1980: 447-448) geliştirdiği etki taktiklerine ilişkin çalışmada izlenim yönetimi taktikleri sekiz sınıfa ayrılmıştır. Söz konusu sınıflandırmaya Tablo 3'te yer verilmiştir.

Tablo 3: Yukarı Doğru Etki Taktik ve Stratejileri Süreci Modeli



Kaynak: Yaylacı, 2006: 97

Tablo 3'te görüldüğü üzere, etki taktik ve stratejileri konusunda farklı bakış açılarından oluşan çok sayıda sınıflandırma mevcuttur. Kipnis, Schmidt ve Wilkinson ilk çalışmalarında yukarı doğru kullanılan sekiz etki taktiğini göze girme, mücadele etme-meydan okuma, rasyonellik, onaylama, karşılıklı alışveriş, yukarıya başvurma ve/veya etkileme, engelleme ve koalisyon olarak sınıflandırmıştır. Ayrıca tabloda birey-pozisyon ilişkisi, etki-güç ilişkisi ve etkiyi kullanan birey açısından da bir sınıflandırma yapıldığı görülmektedir. Etki- güç ilişkisi açısından stratejiler; katı-sert, yumuşak ve rasyonel olarak üç kategoriden oluşmaktadır. Etkiyi kullanan birey açısından stratejiler ise avcı yöneticiler, taktikçiler, seyirciler ve göze girenlerden oluşmaktadır. Wayne ve Ferris tarafından birey-pozisyon ilişkisi açısından taktikler; iş odaklı, bireyin kendisi odaklı ve yönetici odaklı olarak belirlenmiştir (Yaylacı, 2006: 100-108).

Öte yandan, izlenim yönetimi taktiklerini kullanırken bireylerin dikkat etmesi gereken bazı temel noktalar bulunmaktadır. Bunlar aşağıdaki biçimde sıralanabilir (Yılmaz, 2012: 101-102).

- İzlenim yönetimi davranışlarının muhtemel olumlu veya olumsuz sonuçları önceden düşünülmelidir.
- Oluşturulmak istenen izlenim gerçekçi olmalıdır.
- İzlenim yönetimi davranışları ahlaka uygun olmalı ve birey kendi izlenimini oluştururken başkalarının izlenimlerine zarar vermemelidir.
- İzlenim yönetimi taktiği belirlenirken durumsal ve çevresel koşullar, bireyin ve hedefin kişisel özellikleri ele alınmalıdır.
- İzlenim yönetimi davranışı içinde bulunulan kültüre uyumlu davranışlar içermelidir.

İzlenim yönetimi taktiklerine ilişkin farklı sınıflandırmalar birlikte değerlendirildiğinde, izlenim oluşturma davranışlarının farklı isimler adı altında sınıflandırılabilir, tüm bu ayrışmaların olumlu izlenim oluşturma ve olumsuz izlenimlerden kaçınma davranışlarından kaynaklandığı görülmektedir. Yani izlenim yönetiminin temelini, olumlu izlenim oluşturma olumsuz izlenimlerden kaçınma davranışları oluşturmaktadır (Demir, 2002: 40; Ünalı, 2005: 24). Ancak

kullanım amacındaki farklılıklardan dolayı izlenim yönetimi davranışlarını iyi ya da kötü diye sınıflandırmak ve izlenim yönetimi davranışlarını tamamıyla bilinçli olarak sergilenen davranışlar olarak nitelendirmek doğru olmaz. Çünkü bu davranışlar bilinçsizce de ortaya çıkabilir (Yılmaz, 2012: 102). Sonuç olarak izlenim yönetimi taktiklerini olumlu izlenimler oluşturma, olumsuz izlenimlerden kaçınma biçiminde sınıflandırmak yerine Tedeschi ve Norman'ın izlenim yönetimi taktiklerine ilişkin bir sınıflandırması olan kendini tanıtmaya yönelik ve kendini savunmaya yönelik taktikler biçiminde ikili bir ayrıma tabi tutmak daha uygun olabilir. Bu çalışmada böyle bir ayırım esas alınmıştır.

2.6.1. Kendini Tanıtmaya Yönelik İzlenim Yönetimi Taktikleri

Kendini tanıtmaya yönelik taktikler bireyin sosyal kimliğini geliştirmek için oluşturulmuştur (Gardner ve Martinko, 1988b: 334). Kendini tanıtmaya amacıyla sergilenen davranışların genellikle, bireyin kendisini diğer bireylere daha çekici, sorumluluk sahibi ve önemli bir insan olarak tanıtmaya yönelik olduğu belirtilebilir (Nartgün vd., 2013: 1070). Kendini tanıtmaya yönelik taktikler bireylerin kariyerlerini ilerletmek amacıyla belirli bir kimlik oluşturmak için yürütülen ileriye yönelik etkili davranışlardır (Andrews ve Kacmar, 2001: 143). Bu taktikler, kişiliğin ve imajın geliştirilmesi için arzu edilen algıları oluşturmak amacıyla belirlenen hedefleri ve belli bir kimlik oluşturmayı içerir (Özdemir, 2006: 43).

Kendini tanıtmaya yönelik izlenim yönetimi taktiklerinin kullanılmasının amacı, çevrelerindeki kişilerde olumlu izlenimler bırakma çabasıdır. Bireyler diğer insanların onların olumlu yanlarını bilebilmesi için çeşitli davranışlar sergilerler. Bu davranışların sergilenmesinde çevrelerinden aldıkları intibalar ve geri bildirimler önem arz etmektedir. Bireylerden alınan geri bildirimler kendini tanıtmaya yönelik izlenim yönetimi taktiklerinin seyrini belirler. Kendini tanıtmaya yönelik izlenim yönetimi taktikleri, iş ortamında çalışanın sorumluluk sahibi, sempatik, işini iyi bilen, iletişimi çok iyi ve empati yeteneği gelişmiş birisi olarak görünmesi amaçlı kullanılır (Ünaldı, 2005: 24). Kendini tanıtmaya yönelik izlenim yönetimi taktikleri; kendini sevdirmeye, niteliklerini tanıtmaya, yıldırma,

örnek birey olma, yardım isteme ve vurgulama biçiminde sıralanabilir. Bu taktikler aşağıda açıklanmıştır (Demir, 2002: 41- 51).

Kendini Sevdirme Taktikleri

Kendini sevdirme taktiği hedef bireyle benzerliğini veya beğeni düzeyini arttırmak için niyet edilen etkili davranış çabaları olarak tanımlanabilir (Yaylacı, 2006: 100). Bu davranışlar bireyler arasında beğeni ve çekim oluşturmak, bireyin kimliğini ve imajını geliştirmek için olumlu algılar yaratmak, bireylerden karşılık almak için bireyleri etkilemek amacıyla tasarlanmış bir taktiktir (Ellis vd., 2002: 1202; Gundersen vd., 1996: 58; Zaidman ve Drory, 2001: 675).

Kendini sevdirme genel olarak bireysel bir strateji olarak görülse de, bireylerden oluşan örgütlerin ve toplumların olumlu imajlarının oluşması açısından da önemli bir kavramdır (Ünaldı, 2005: 24). Bu taktik üstleri veya iş arkadaşları için iyilik yapma ve saygı gösterme gibi davranışları içerir (Appelbaum ve Hughes, 1998: 86). Kendini sevdirme taktiği hedef insanlar üzerine hoş, cana yakın, sevimli izlenimler bırakmayı amaçlar (Cantekin, 2003: 17; Ünaldı, 2005: 25).

Kendini sevdirme taktikleri kendi arasında görüş birliği ve övgü taktiği olarak ikiye ayrılır (Demir, 2002: 44):

- Görüş birliği, hedef bireyin değer, tutum ve görüşleri ile aynı doğrultuda olduğunun iddia edilmesi yönünde bir taktiktir (Özdemir, 2006: 45). Örgütlerde görüş birliği taktiği çoğunlukla hiyerarşik olarak, aşağıdan yukarıya doğru uygulanma şeklinde gerçekleşir. Bunun nedenlerinden biri ise üstlerin astlarını değerlendirme konumunda bulunmalarıdır (Ünaldı, 2005: 26). Çalışanların yukarı doğru uyguladıkları taktikleri yöneticilerin algılamaları, izlenimleri etkileyerek yönetsel kararlar üzerinde önemli etkiler yaratmakta ve sonuçta örgütsel etkinlikte rol oynamaktadır (Yaylacı, 2006: 95).
- Övgü taktiğiyle birey, değer ve inançlarının övgülerini yönelttiği hedef birey ile benzer olduğunu, yani aynı şeylere değer verdiğini göstermeyi amaçlamaktadır (Demir, 2002: 46).

Öte yandan, bazı araştırmacılar görüş birliği ve övgü taktiğini, iddia etme veya ileri sürme taktikleri olarak adlandırılmıştır. Bu bağlamda iddia etme veya ileri sürme taktikleri bireyin inançlarını, fikirlerini, düşüncelerini, karakterini veya tecrübelerini kullanarak lehte izlenim elde etmek ve geliştirmek amacıyla kullanılır (Ünaldı, 2005: 27).

Niteliklerini Tanıtma

Bireyler, içinde buldukları sosyal gruplar içerisinde bilgili, yeterli bir insan olarak tanınmak isterler ve bu algıyı yaratmak için genellikle niteliklerini tanıtma taktiğini kullanırlar (Demir, 2002: 46). Niteliklerini tanıtma taktiği yeterli görünmek için bireyin başarılarını ve yeteneklerini diğer bireylere iletmesidir (Bolino vd., 2008: 1082). Bu taktiği kullanan çalışan, karşı tarafta kendisi ile ilgili işinde başarılı, yetenekli, özel ve zor görevlerin üstesinden gelebilen, yüksek performanslı biri biçiminde bir algı oluşturmak istemektedir (Ünaldı, 2005: 27). Bu taktikle hem diğer insanların saygısını kazanmak, hem de terfi etmeyi veya ücret artışı almayı hak eden birey imajını yaymak daha mümkün hale gelmektedir (Tabak vd., 2010: 542). Örneğin mevcut proje üzerinde ayrıntılı bilgi sunan bir çalışan verilen proje için nitelikli görünebilmek için bu taktiği kullanır (Yazıcıoğlu, 2011: 16) Bireyin yeteneklerinden övünmesi veya izleyiciler tarafından olumlu görünen birey olduğuna dair kendine ilişki kurmasıdır (Bayraktutar, 2009: 20).

Yıldırma

Bireylerin güçlü, tehlikeli, etkili görünmek amacıyla diğer bireyleri korkutma veya tedirgin etmeye yönelik kullanılan bir taktiktir (Bolino vd., 2008: 1082). Yıldırma taktiğinin amacı ürkütücü görünmektir. Söz konusu taktikte birey, hedef bireylerin gözünde tehlikeli bir kimlik yaratarak sosyal güç ve etki kazanmayı hedeflemektedir (Rosenfeld vd., 1995: 52).

Astlar ile üstleri arasında gönülsüz kurulan hiyerarşiye dayalı ilişkilerde yıldırma taktiğinin kullanılması söz konusudur. Genellikle yöneticinin astın ücretinin yönetimi, performans değerlendirmesi ve ödül sisteminde etki ya da kontrolünün olması yıldırma durumunu oluşturmaktadır (Rosenfeld vd., 1995: 52; Jaja, 2003: 82). Örnek olarak öğretmenlerin öğrencilere, işverenlerin işçilere,

çavuşların acemi erlere bu taktiği uygulaması verilebilir (Ünalı, 2005: 28). Amerika Birleşik Devletleri'nde bir emniyet teşkilatındaki çalışanlara uygulanan bir araştırmada teşkilatta çalışan kadın ve erkeklerde yıldırma taktiklerinin kullanılmasında müdürlerin tepkileri araştırılmıştır. Çalışmada yıldırma taktiğini kullanan kadın ve erkek arasında bir farklılık olup olmadığının belirlenmesi amaçlanmıştır. Yapılan çalışma neticesinde kadın ve erkeklerin yıldırma taktiğini kullanması değerlendirilmiş ve bu taktiği kullanan erkeklerin kadınlara göre daha iyi performansa sahip oldukları tespit edilmiştir (Bolino ve Turnley, 2003: 237-245).

Örnek Birey Olma

Bireyin ahlaklı, dürüst ve değerli olduğuyula ilgili bir imaj yansıtarak diğer bireylerin saygısını ve hayranlığını kazanmak için kullandığı davranışlarını içermektedir (Özdemir, 2006: 46). Bu davranış örnek insan örnek çalışan olmayı esas kabul eder. Bireyler çevresine iyi bir örnek olabilmek için kişiliğine ve davranışlarına dikkat ederek pek çok hareketini, giyimini, konuşmasını değiştirme yoluna gidebilmektedir (Türköz, 2010: 34).

Örnek birey olma taktiğini kullanan kişi, işe erken gelir, geç ayrılır, eve iş götürür ve asla izne ayrılmaz. Bireyler güç görevlerde gönüllüdür ve etrafındaki diğer bireylere yardımcı olur (Rosenfeld vd., 1995: 54). Ancak örnek davranışlar sergileme taktiği olumsuz algılamalara da neden olabilir. Çünkü bu taktiği kullanan kişiler diğer bireyler tarafından ikiyüzlü ya da yapmacık olarak nitelendirilebilir (Yılmaz, 2012: 96).

Yardım İsteme

Bireyler yardım alabilmek için kendisini zayıf ve bağımlı olarak tasvir ederek bunu kullanabilmektedirler (Bolino vd., 2008: 1082; Jones ve Pittman, 1982: 247).

Birey yardıma ihtiyacı olduğu görüntüsünü vermek için yetersiz bir durum sergiler. Yardım isteme taktiği izleyicilere ait ve bireyin ihtiyacı olan kaynak ya da belli bir yeteneğe sahip olmadığında sıkça kullanılmaktadır (Crane ve Crane, 2002: 27-30). Bu taktik bireyin yardıma muhtaç, acınacak durumda, güçsüz ve zayıf olduğu izleniminin hedefte oluşması amacını taşımaktadır. Ancak bu taktik

uzun dönemde çeşitli olumsuz sonuç doğurabilir. Sürekli olarak eksik ve zayıf yönlerini ve yaşadığı zorlukları öne çıkaran bireyler bir süre sonra toplumdan dışlanma, inandırıcılıklarını kaybetme, tembel görünme ve diğer kişiler tarafından sevilme riski ile karşı karşıya kalabilirler (Yılmaz, 2012: 96).

Vurgulama

Vurgulama taktikleri, olumlu bir durumun birey için olumlu yönlerinin en üst düzeye çıkarılarak anlatılmasıdır. Vurgulamanın başarıyı üstlenme ve çoğaltma olarak iki türü vardır. Başarıyı üstlenme, olumlu durumlarda başarıya katkıyı en üst düzeye çıkarma girişimleridir. Çoğaltma, olumlu bir durumun olumlu yönlerini vurgulayarak, başarının önemini en üst düzeye çıkarma girişimidir (Demir, 2002: 50-51). Bu taktik, önemli olayların olumlu sonuçlarını ortaya koyarak kullanılmaktadır (Ünaldı, 2005: 31).

Yukarıda açıklanan kendini tanıtmaya yönelik izlenim yönetimi taktiklerinden kendini sevdirmeye, niteliklerini tanıtmaya ve örnek olma taktiklerini kullanan bireyin olumlu yanlarını ortaya çıkardığı; yıldırma ve yardım isteme taktiklerini kullanan bireyin ise olumsuz bir algılanmaya neden olduğu ifade edilebilir (Nagy vd., 2011: 229).

2.6.2. Kendini Savunmaya Yönelik İzlenim Yönetimi Taktikleri

Kendini savunmaya yönelik taktikler bireyin imajını korumak için oluşturulmuş olup kötü bir performansa tepki olarak kullanılmaktadır (Gardner ve Martinko, 1988b: 334; Zivnuska vd., 2004: 630). Savunmaya yönelik izlenim yönetimi taktikleri, olumsuz algıları azaltmak amacıyla kullanılır. Bu yolla birey, olumsuz algılanmaktan ve yanlış anlaşılmaktan kaçınmaya çalışır (Demir, 2002: 51). Söz konusu taktikler bireyin kendi sorumluluklarını hafifletmek veya başka yöne çevirmek için kullanılmakta olup birey böylelikle sorumlu olmaktan kaçınmaktadır (Stapleton ve Hargie, 2011: 269). Kısaca bu taktiklerin amacı başkalarında oluşan muhtemel olumsuz algıları azaltmaktır (Gundersen vd., 1996: 58). Bireyin izlenim yönetimi davranışında bulunması sonucunda karşılaşacağı zarar, elde edeceği kazanımdan fazla ise savunmacı izlenim yönetim taktiklerine başvurulduğu belirtilebilir (Yücel, 2013: 10). Kendini savunmaya yönelik izlenim

yönetimi taktikleri; açıklama yapma, engel olma, yadsıma ve özür dileme biçiminde sıralanabilir. Bu taktikler aşağıda açıklanmıştır (Demir, 2002: 52).

Açıklama yapma

Bireyin olumsuz bir olayda onaylanmaktan kaçınmak için açıklamalar yapmasıdır (Bolino vd., 2008: 1082). İzlenim yönetiminde açıklama yapmanın iki türü tanımlanmaktadır. Bunlar mazeret bildirme ve meşrulaştırma (Demir, 2002: 54).

Mazeret bildirme, olumsuz sonuç ve davranışlarda kişinin sorumluluğunu reddetmesidir (Bolino vd., 2008: 1082). Meşrulaştırma ise, olumsuz olay ya da sonucun sorumluluğunu kabul eder ama görüldüğü kadar kötü olmadığını ileri sürer (Ellis vd., 2002: 1202).

Her iki taktik de, durumu değiştirmektense, insanların duruma ilişkin olumsuz izlenimlerini değiştirmeyi amaçlamakta ve sorumlulukların üstlenilmesi açısından farklılaşmaktadır (Demir, 2002: 54).

Engel Koyma

Bireyin kötü performansı için dış etkenli bir açıklama sağlamaya yönelik davranışta bulunmasıdır (Bolino vd., 2008: 1082). Daha sonra karşılaşılabilecek eleştiriden kaçınmak için potansiyel bir başarısızlıktan önce mazeret sunmayı ifade eder (Andrews, 1999: 7). Başarıya ulaşmak için yeteneklerine güven duymayan bireyin performanslarının önünde bazı engeller öne sürerek olası bir başarısızlığı makul göstermeye çalışır (Bahadır, 2007: 47).

Yadsıma

Yadsıma, bireyin olumsuz durum gerçekleşmeden önce mazeretler öne sürmesidir. Amaçlı bir davranıştan kaynaklanabilecek şüphe ve olumsuz sınıflamalardan kaçınmada kullanılan sözlü bir taktik olarak ifade edilebilir. Söz konusu taktiğin bir eyleme ilişkin yorumları değiştirmeyi amaçladığı belirtilebilir (Demir, 2002: 59). Yadsıma felaket olmadan alınan durum sigortalarına benzetilebilir (Bahadır, 2007: 45).

Özür dileme

Özür toplumsal anlamda bireyin bireylerarası zorunluluklarını kabul ettiğinin göstergesine, bireysel anlamda ise bireye karşı negatif tepkileri azaltmak ve bireyin kimliğinin zarar görmesini azaltmak amacına hizmet eder (Nartgün vd., 2013: 1073). Özür dileme taktiğinde; bireyler karşılaşılan olumsuz durumla ilgili dürüst davranarak bunu düzeltmeye çalışır veya cezalarına razı olurlar (Yücel, 2013: 11). Birey özür dilediğinde olumsuz olay için sorumluluğunu kabul eder, gelecekte daha iyi yapacağına söz verir ve aynı zamanda negatif yansımalarını azaltmaya çalışır (Andrews, 1999: 27; Bolino vd., 2008: 1082; Gardner ve Martinko, 1988a: 43).

Kısacası bu taktik olumsuz bir sonuç veya olayın sorumluluğunu kabul etmeye ve aynı zamanda böyle sorumlulukların olumsuz sonuçlarını tanımlamayı içermektedir (Ellis vd., 2002: 1202).

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

3. MUHASEBE MESLEK MENSUPLARININ KULLANDIKLARI İZLENİM YÖNETİMİ TAKTİKLERİNİN BELİRLENMESİ

Çalışmanın bu bölümünde; araştırmanın amacı ve önemine, sınırlılıklarına, evren ve örnekleme, araştırmanın veri toplama aracına, izlenim yönetimi taktiklerinin belirlenmesine yönelik yapılan çalışmalara, araştırmanın hipotezlerine, araştırma verilerinin çözümlenmesinde kullanılan istatistiksel testlere, tekniklere ve araştırmanın bulgularına ilişkin açıklamalara yer verilmiştir.

3.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Çalışma muhasebe meslek mensuplarının kullandıkları izlenim yönetimi taktiklerini belirlemek amacıyla yapılmıştır. Söz konusu çalışmada muhasebe meslek mensuplarının unvan, cinsiyet, yaş, çalıştığı il, mesleki deneyim, öğrenim düzeyi ve izlenimleri önemseme durumu değişkenleri açısından kullanılan izlenim yönetimi taktiklerinin farklılaşma durumunun incelenmesi hedeflenmiştir.

İzlenim yönetimine yönelik yapılan çalışmaların birçoğu yönetim ve örgüt alanlarında ele alınmıştır. Ancak yerli literatürde (yazında) muhasebe meslek mensuplarının izlenim yönetimi taktiklerinin belirlenmesine yönelik yeterli bir araştırmaya rastlanmamıştır. Araştırma bu açıdan özgünlük göstermektedir.

3.2. Araştırmanın Sınırlılıkları

Araştırma Trabzon ve Rize illerinde faaliyet gösteren muhasebe meslek mensupları ile sınırlandırılmıştır. Bir başka sınırlılık ise evrenin tamamına ulaşmanın zaman ve teknik açıdan güç olması sebebiyle araştırmanın bağımsız olarak hizmet veren Serbest Muhasebeci, Serbest Muhasebeci Mali Müşavir ve Yeminli Mali Müşavirlerin üzerinde uygulanmış olmasıdır. Dolayısıyla bağımlı olarak hizmet veren muhasebe meslek mensupları araştırma kapsamı dışında tutulmuştur. Ayrıca anket sonuçlarının verilen cevaplarla kısıtlı olması da bir sınırlılık olarak belirtilebilir.

3.3. Araştırmanın Evren ve Örneklemi

Muhasebe meslek mensuplarının kullandıkları izlenim yönetimi taktiklerinin belirlenmesine yönelik yapılan araştırmanın evrenini Trabzon'dan 39 SM, 259 SMMM ve 5 YMM ile Rize'den 12 SM, 93 SMMM ve 2 YMM olmak üzere toplam 410 bağımsız olarak çalışan muhasebe meslek mensubu oluşturmaktadır. Araştırmada örnekleme belirlemek için orantılı tabakalı örnekleme yöntemi uygulanmıştır. Buna göre, Trabzon ilinden 10 SM, 63 SMMM ve 2 YMM'den oluşan 75 muhasebe meslek mensubu, Rize ilinden ise 3 SM, 23 SMMM ve 1 YMM'den oluşan 27 muhasebe meslek mensubu olmak üzere toplam 102 kişi örnekleme olarak belirlenmiştir.

3.4. Araştırmanın Veri Toplama Aracı

Araştırmada veriler anket ile elde edilmiştir. Verilerin elde edilmesi için muhasebe meslek mensuplarına yüz yüze görüşme yöntemi ile anket uygulanmıştır.

Muhasebe meslek mensuplarının kullandıkları izlenim yönetimi taktiklerini belirlemesine yönelik bu çalışmada veri toplama aracı olarak Kamile Demir (2002) tarafından yapılan "Türkiye'deki Resmi ve Özel Lise Öğretmenlerinin İzlenim Yönetimi" adlı çalışmada geliştirilmiş ve uygulanmış olan anketin İzlenim Yönetimi Taktikleri Ölçeği kullanılmıştır.⁵ Anket Ek-1'de sunulmuştur.

Araştırmada kullanılan anket iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde katılımcıların kişisel bilgilerinin belirlenmesine yönelik 7 soru, ikinci bölümde ise izlenim yönetimi taktiklerinin belirlenmesine yönelik 39 soru yer almaktadır. İkinci bölümdeki sorular Beşli Likert ölçeğine göre hazırlanmıştır. Ölçek, (1) Hiçbir zaman, (2) Çok nadir, (3) Ara sıra, (4) Çok sık, (5) Her zaman seçeneklerinden oluşmuştur. Örneğin "önemli bir fikir öne sürdüklerinde överim" sorusuna her zaman cevabını veren bir muhasebe meslek mensubu bu davranışı iş yerinde her zaman sergilediğini belirtmiş olmaktadır.

İzlenim yönetimi taktikleri, kendini tanıtmaya ve kendini savunmaya yönelik izlenim yönetimi taktikleri biçiminde ikili sınıflandırmaya ayrılmaktadır.

⁵ Söz konusu anketin bu çalışmada kullanılması için Kamile Demir'den izin alınmıştır.

Bu bağlamda izlenim yönetimi taktikleri ölçeğinde yer alan sorular kendini tanıtmaya yönelik izlenim yönetimi taktiklerinden niteliklerini tanıtmaya ve vurgulama, övgü, yardım isteme ve yıldırma taktiklerini; kendini savunmaya yönelik izlenim yönetimi taktiklerinden ise özür dileme, mazeret bildirme, yadsıma, engel koyma ve meşrulaştırma taktiklerini ölçmektedir.

3.5. Araştırmanın Hipotezleri

Muhasebe meslek mensuplarının kendini tanıtmaya ve kendini savunmaya yönelik izlenim yönetimi taktiklerinin kullanımının çeşitli değişkenler açısından farklılık gösterip göstermediğini bulmak için oluşturulan istatistik araştırma hipotezleri aşağıda sunulmuştur.

H₁: Muhasebe meslek mensuplarının kendini tanıtmaya yönelik izlenim yönetimi taktiklerinin kullanımı unvana göre farklılık göstermektedir.

H₂: Muhasebe meslek mensuplarının kendini savunmaya yönelik izlenim yönetimi taktiklerinin kullanımı unvana göre farklılık göstermektedir.

H₃: Muhasebe meslek mensuplarının kendini tanıtmaya yönelik izlenim yönetimi taktiklerinin kullanımı cinsiyete göre farklılık göstermektedir.

H₄: Muhasebe meslek mensuplarının kendini savunmaya yönelik izlenim yönetimi taktiklerinin kullanımı cinsiyete göre farklılık göstermektedir.

H₅: Muhasebe meslek mensuplarının kendini tanıtmaya yönelik izlenim yönetimi taktiklerinin kullanımı çalışılan ile göre farklılık göstermektedir.

H₆: Muhasebe meslek mensuplarının kendini savunmaya yönelik izlenim yönetimi taktiklerinin kullanımı çalışılan ile göre farklılık göstermektedir.

H₇: Muhasebe meslek mensuplarının kendini tanıtmaya yönelik izlenim yönetimi taktiklerinin kullanımı yaşa göre farklılık göstermektedir.

H₈: Muhasebe meslek mensuplarının kendini savunmaya yönelik izlenim yönetimi taktiklerinin kullanımı yaşa göre farklılık göstermektedir.

H₉: Muhasebe meslek mensuplarının kendini tanıtmaya yönelik izlenim yönetimi taktiklerinin kullanımı mesleki deneyime göre farklılık göstermektedir.

H₁₀: Muhasebe meslek mensuplarının kendini savunmaya yönelik izlenim yönetimi taktiklerinin kullanımını mesleki deneyime göre farklılık göstermektedir.

H₁₁: Muhasebe meslek mensuplarının kendini tanıtmaya yönelik izlenim yönetimi taktiklerinin kullanımını öğrenim düzeyine göre farklılık göstermektedir.

H₁₂: Muhasebe meslek mensuplarının kendini savunmaya yönelik izlenim yönetimi taktiklerinin kullanımını öğrenim düzeyine göre farklılık göstermektedir.

H₁₃: Muhasebe meslek mensuplarının kendini tanıtmaya yönelik izlenim yönetimi taktiklerinin kullanımını izlenimleri önemseme durumuna göre farklılık göstermektedir.

H₁₄: Muhasebe meslek mensuplarının kendini savunmaya yönelik izlenim yönetimi taktiklerinin kullanımını izlenimleri önemseme durumuna göre farklılık göstermektedir.

3.6. İzlenim Yönetimi Taktiklerinin Belirlenmesine Yönelik Yapılan Çalışmalar

İzlenim yönetimi taktiklerinin belirlenmesine ilişkin literatürde yapılmış olan bazı çalışmalara aşağıda yer verilmiştir.

Kacmar ve Carlson (1999) tarafından yapılan, “Effectiveness of Impression Management Tactics Across Human Resource Situations (İnsan Kaynakları Durumları Karşısında İzlenim Yönetimi Taktiklerinin Etkililiği)” adlı çalışmada çeşitli durumlarda izlenim yönetimi taktiklerinin etkililiğini incelemek amacıyla 178 insan kaynakları profesyoneli üzerinde araştırma yapılmıştır. İlgili değişkenleri yönlendirmek için izlenim yönetimi taktikleri (kendine odaklı veya çevre odaklı) ve durum (mülakat, performans değerlendirme veya eğitim semineri) değişkenleriyle 6 farklı senaryo oluşturulmuştur. Katılımcılardan her bir senaryoda performansta tanımlanan kişiyi puanlamaları istenmiştir. Elde edilen sonuçlardan hareketle izlenim yönetimi ile durum değişkenleri arasında anlamlı bir etkileşim olduğu tespit edilmiştir.

Bolino ve Turnley (2001) tarafından yapılan “Gender and The Use of Supplication and Intimidation in Organizations (Örgütlerde Yıldırma ve Yardım İstemenin Kullanımı ile Cinsiyet)” adlı çalışmada emniyet teşkilatındaki

çalışanların örgütlerde yıldırma ve yardım isteme taktiklerini kullanımı ile cinsiyet ilişkisinin arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığı saptanmıştır. Elde edilen sonuçlardan hareketle erkeklerin kadınlara göre yardım isteme taktiğini daha sık kullandıkları belirlenmiştir. Ayrıca yıldırma veya yardım isteme taktiğini kullanan erkekler daha yüksek performans değerlendirme alırken aynı taktikleri kullanan kadınların daha düşük performans değerlendirme aldıkları tespit edilmiştir.

Demir (2002) tarafından yapılan, “Türkiye’deki Resmi ve Özel Lise Öğretmelerinin İzlenim Yönetimi” adlı çalışmada, iş yaşamında öğretmenlerin kullandıkları izlenim yönetimi taktiklerini ve bu taktikleri seçmelerine etki eden etkenleri belirlemek amacıyla toplam 1189 öğretmen üzerinde araştırma yapılmıştır. Çalışmada “İzlenim Yönetimi Taktikleri Ölçeği”, “İzlenim Oluşturmaya Güdüleyen Etkenler Ölçeği”, Bogenç’in “Kendine Saygı Ölçeği” ve Bacanlı tarafından Türkçeye uyarlanan “Synder Kendini Ayarlama Ölçeği” uygulanmıştır. Çalışma neticesinde genel liselerdeki öğretmenlerin okuldaki yöneticilerin ve diğer öğretmenlerin kendilerine ilişkin izlenimlerini önemsedikleri belirlenmiştir. Öğretmenler kendini tanıtmaya yönelik izlenim yönetimi taktiklerinden en sık örnek olma taktiğini, kendini savunmaya yönelik taktiklerden en sık özür dileme taktiğini kullandıklarını beyan etmişlerdir. Ayrıca kullanılan taktiklerin okul türüne, cinsiyete, mesleki deneyime, kendini ayarlama yeteneğine ve kendine saygı düzeylerine göre farklılaştığı tespit edilmiştir. İzlenim yönetimi taktiklerinin seçimini etkileyen en önemli yordayıcı değişkenler kendini ayarlama yeteneği, bireysel ve çevresel güdüleme unsurları ve kendine saygı olarak bulunmuştur.

Cantekin (2003), “Etkileme Yönetimi: Karşılaştırmalı Bir Araştırma” adlı çalışmasında askeri, kamu ve özel nitelikli üç ayrı kurumda çalışanlarca uygulanan izlenim yönetimi taktiklerini karşılaştırmayı amaçlamıştır. Araştırmada Jones ve Pittman’ın (1982) sınıflandırmasını esas alan Bolino ve Turnley (1999) tarafından geliştirilen ölçek kullanılmıştır. Çalışmada farklı kurumlarda çalışanların izlenim yönetimi taktiklerinin uygulanmasında farklılaştıkları sonucuna ulaşılmıştır. Bu bağlamda, askeri kurum çalışanlarının gözdağı verme taktiğini, özel kurum çalışanlarının kendini sevdirmeye taktiğini diğer kurum

çalışanlarına göre daha sık kullandıkları belirlenmiştir. Söz konusu farklılığın ise örgüt kültüründen kaynaklandığı ileri sürülmüştür. Çalışmaya katılan tüm kurumlar tarafından en fazla kullanılan taktik olarak kendini üstün gösterme; en az kullanılan iki taktiğin ise ricacı olma ve örnek teşkil etme taktiği olduğu rapor edilmiştir.

Barsness ve diğerleri (2005) tarafından yapılan “Motivation and Opportunity: The Role of Remote Work, Demographic Dissimilarity, and Social Network Centrality in Impression Management (Motivasyon ve Fırsat: İzlenim Yönetiminde Sosyal Ağ Merkezinin, Demografik Farklılığın ve Uzaktan İşin Rolü)” adlı çalışmada Amerika’daki bir internet ticaret şirketinin bölgesel ve merkez ofislerindeki çalışanlar üzerinde araştırma yapılmıştır. Araştırmada izlenim yönetimi taktiklerinin etkisi ve kullanımı ile ağ merkezli yapı, uzaktan iş, demografik farklılıklar arasındaki ilişki incelenmiştir. Çalışmada yöneticilerden uzakta iş yapan çalışanların yönetici odaklı ve iş odaklı izlenim yönetimi taktiklerini kullanım sıklıklarının arttığı gözlemlenmiştir. Fakat azaltılmış sosyal ağ merkezli yapının iş odaklı izlenim yönetimi taktiklerinin kullanım sıklığını azalttığı tespit edilmiştir. Sosyal ağ merkezli yapının, iş odaklı izlenim yönetimi taktikleri ile hem uzaktan iş hem de cinsiyet farklılığı arasında etki yarattığı bulunmuştur. Ayrıca, cinsiyet farklılığının performans değerlendirme ve iş odaklı izlenim yönetimi arasında olumsuz ilişkiyi güçlendirdiği tespit edilmiştir. Hem cinsiyet farklılığı hem de ağ merkezli yapının olması ise yönetici odaklı izlenim yönetimi taktiklerinin kullanımı ile performans değerlendirilmesi arasında olumlu yönde ilişkiyi artırdığı sonucuna ulaşılmıştır.

Emniyet örgütü mensuplarına yönelik yapılmış bir başka araştırmada Ünaldı (2005) tarafından yapılmıştır. Anılan yazarın “Emniyet Örgütü Yöneticilerinin İzlenim Yönetimi” adlı araştırmasında Demir (2002) tarafından yapılan çalışmada uygulanan İzlenim Yönetimi Taktikleri ölçeği kullanılmıştır. Söz konusu araştırmada emniyet örgütü yöneticilerinin izlenim yönetimi taktiklerini kullanma durumlarını, kullanmış oldukları izlenim yönetimi taktiklerinin neler olduğunu ve bu taktikleri kullanma düzeyleri arasında yöneticilerin rütbelere, cinsiyetlerine, öğrenim durumlarına ve hizmet sürelerine göre anlamlı bir farkın olup olmadığının saptanması amaçlanmıştır. Araştırmanın

örneklemini 57 müdür, 44 emniyet amiri ve 299 komiser oluşturmaktadır. Araştırma sonucunda; emniyet örgütü yöneticilerinin iş yerlerindeki personelin kendilerine ilişkin izlenimlerini çok büyük oranda önemsedikleri, yöneticilerin kendini tanıtmaya yönelik izlenim yönetimi taktiklerinden en çok övgü taktiğini; en az vurgulama taktiğini kullandıkları, kendini savunmaya yönelik izlenim yönetimi taktiklerinden ise en çok özür dileme; en az engel koyma taktiğini uyguladığı belirlenmiştir.

Jones ve Pittman'ın (1982) sınıflandırmasını esas alan Bolino ve Turnley (1999) tarafından geliştirilen ve Cantekin (2003) tarafından Türkçeye çevrilerek uygulanan aynı ölçeği kullanan bir diğer çalışma, Basım ve Tatar (2006) tarafından yapılmıştır. “Kamuda İzlenim Yönetimi: Karşılaştırmalı Bir Çalışma” adlı söz konusu araştırmada kamuda görev yapan yönetici ($n=113$) ve diğer çalışanların ($n=172$), örgütsel ortamda kullandıkları izlenim yönetimi taktiklerinin karşılaştırması amaçlanmıştır. Çalışmada taktikler; niteliklerini tanıtarak kendini sevdirmeye, kendini örnek personel gibi göstermeye çalışma, yardım isteme, vurgulama ve işine sahip çıkmaya çalışma olarak ele alınmıştır. Araştırmanın sonucunda kamu yöneticisi ve çalışanlarının en çok işine sahip çıkmaya çalışma; en az olarak da kendini örnek personel gibi göstermeye çalışma taktiğini kullandıkları tespit edilmiştir. Ayrıca, yönetici ve diğer çalışanların, izlenim yönetimi taktiklerinin kullanımı bakımından farklılaştıkları sonucuna ulaşılmıştır.

Chen ve Fang (2008) tarafından yapılan “The Moderating Effect of Impression Management on The Organizational Politics-Performance Relationship (Örgütsel Politika-Performans İlişkisinde İzlenim Yönetiminin Moderatör Etkisi)” adlı çalışmada örgütsel politika anlayışları ile performans değerlendirme arasındaki ilişki izlenim yönetiminin etkisi incelenerek araştırılmıştır. Veriler Tayvan'da Kamu İktisadi Kuruluşlarında çalışan 290 kişiden elde edilmiştir. Araştırmada izlenim yönetimi taktikleri iş odaklı ve yönetici odaklı biçiminde sınıflandırılmıştır. Örgütsel politika ve performans değerlendirme arasındaki ilişkide iş odaklı izlenim yönetimi taktiğinin anlamlı olarak kullanıldığı belirlenmiştir. İş odaklı izlenim yönetimi taktiğini yüksek düzeyde kullanan çalışanların düşük düzeyde kullanan çalışanlara kıyasla daha iyi değerlendirmeler elde etmesinin olası olduğu tespit edilmiştir.

Demir'in (2002) çalışmasında uyguladığı İzlenim Yönetimi Taktikleri ve İzlenim Oluşturmaya Güdüleyen Etkenler ölçeklerini kullanan bir diğer çalışma, Akdoğan ve Aykan (2008) tarafından akademisyenlere yönelik yapılmıştır. “İzlenim Yönetimi Taktikleri: Erciyes Üniversitesinde Görev Yapan Akademisyenlerin İzlenim Yönetimi Taktiklerini Belirlemeye Yönelik Bir Uygulama” adlı söz konusu çalışmada üniversitede görev yapmakta olan akademisyenlerin kullandıkları izlenim yönetimi taktikleri ve bu taktikleri seçmelerinde etkili olan faktörlerin belirlenmesi amaçlanmıştır. Çalışmaya 101 akademisyen katılmıştır. Çalışmanın sonucunda akademisyenlerin en çok özür dileme taktiğini; en az engel koyma taktiğini kullandıkları belirlenmiştir. Akademisyenlerin yaş ve izlenimleri önemseme durumlarına göre niteliklerini tanıtmaya taktiğinin kullanımının farklılık gösterdiği, cinsiyet ve mesleki deneyime göre izlenim yönetimi taktiklerinin kullanımının farklılık göstermediği bulunmuştur. Ayrıca akademisyenlerin izlenim yönetimi taktiklerini seçmelerinde etkili olan en önemli faktörün “başarıyı artırıp başarısızlığı en aza indirme” isteği olduğu tespit edilmiştir.

Kan (2011) tarafından yapılan “İzlenim Yönetiminin Performans Değerlendirme Üzerindeki Etkisi: Akdeniz Bölgesi'nde Faaliyet Gösteren 4-5 Yıldızlı Otel İşletmelerine Yönelik Bir Araştırma” adlı çalışmada otel işletmeleri çalışanlarının, iş yaşamında kullandıkları izlenim yönetimi taktikleri ile bu taktikleri kullanma düzeylerini ve bu taktiklerin kullanımının performans değerlendirme üzerindeki etkisinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Araştırmanın örnekleminde 23 adet 5 yıldız, 19 adet 4 yıldız olmak üzere 42 otel işletmesi yer almıştır. Araştırmanın sonucunda, 4-5 yıldızlı otel işletmeleri çalışanlarının en sık olarak niteliklerini tanıtarak kendini sevdirmeye taktiğini; en düşük sıklıkla kendi önemini zorla fark ettirmeye çalışma taktiğini kullandıkları belirlenmiştir. 4-5 yıldızlı otel işletmeleri çalışanlarının niteliklerini tanıtarak kendini sevdirmeye ve kendini örnek personel gibi göstermeye çalışma taktiklerini kullanım düzeyi arttıkça, performans değerlendirme sonuçları yükselmektedir. Bununla birlikte otel işletmeleri çalışanlarının kendine acındırmaya çalışma, kendi önemini zorla fark ettirmeye çalışma ve işine sahip çıkmaya çalışma taktiklerini kullanım düzeyi arttıkça, performans değerlendirme sonuçları düşmektedir. Kullanılan taktikler ve

bu taktiklerin performans değerlendirme üzerindeki etkisi cinsiyete, yaşa, mesleki deneyime ve izlenimleri önemseme durumlarına göre farklılaşırken, otel işletmesinin yıldız sayısına, eğitim düzeylerine göre anlamlı bir farklılık göstermediği tespit edilmiştir.

Jain (2012) tarafından yapılan “Does Emotional Intelligence Predict Impression Management (Duygusal Zeka İzlenim Yönetimini Tahmin Eder mi?)” adlı araştırmada izlenim yönetimi kullanımının tespiti amacıyla duygusal zekanın tahmin yeteneği incelenmiştir. Araştırma Hindistan’daki dört ve iki tekerlekli araç üreten kuruluşlarda çalışan 250 yönetici üzerinde yapılmıştır. Araştırma sonucunda duygusal zekanın gerçek farkındalık (reality awareness) ve kontrollü problem çözme (controlled problem solving) boyutlarında izlenim yönetimi taktiği üzerinde olumlu bir etkisinin olduğu tespit edilmiştir.

Akademisyenler üzerinde yapılmış olan bir diğer araştırma Nartgün ve diğerleri (2013) tarafından yapılan “Öğretim Elemanlarının İzlenim Yönetimi Taktiklerini Kullanma Düzeyi: Abant İzzet Baysal Üniversitesi-Sakarya Üniversitesi Örneği” adlı çalışmadır. Bu çalışmada anılan yazarlar Demir (2002) tarafından geliştirilen ve kullanılan izlenim yönetimi taktiklerinin belirlenmesine yönelik ölçekten yararlanmışlardır. Anılan çalışmada, Abant İzzet Baysal Üniversitesi Eğitim Fakültesi’nde görev yapan 68 öğretim elemanı ile Sakarya Üniversitesi Eğitim Fakültesi’nde görev yapan 59 öğretim elemanı üzerinde uygulama yapılmıştır. Çalışmada öğretim elemanlarının izlenim yönetimi taktiklerini kullanma düzeyinin belirlenmesi ve izlenim yönetimi taktiklerini kullanma düzeylerinin çeşitli değişkenler açısından incelenmesi amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda öğretim elemanlarının izlenim yönetimi taktiklerini kullanma düzeyleri görev yaptıkları fakülte, cinsiyet, çalıştıkları bölüm, mesleki deneyim, unvan ve öğrenim durumuna göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediği incelenmiştir. Araştırmanın sonucunda öğretim elemanlarının izlenim yönetimi taktikleri kullanımının mesleki deneyime ve unvana göre anlamlı farklılık göstermediği; öğretim elemanlarının izlenim yönetimi taktikleri kullanımının çalıştıkları bölüme, fakülteye, öğrenim durumuna ve cinsiyete göre bazı alt taktiklerde anlamlı farklılık gösterdiği bulunmuştur. Akdoğan ve Aykan’ın (2008) çalışmasıyla karşılaştırıldığında akademisyenlerin izlenim

yönetimi taktiklerinin kullanımında mesleki deneyim ve cinsiyete göre anlamlı farklılık bulunmamaktadır. Dolayısıyla aynı meslek grubuna ilişkin yapılan söz konusu çalışmaların mesleki deneyim değişkeni açısından benzerlik gösterdiği ifade edilebilir.

Yukarıdaki açıklamalardan da anlaşılacağı üzere; Türkiye’de izlenim yönetimi taktiklerinin belirlenmesine yönelik yapılmış olan çalışmaların çoğunluğunda Demir (2002) tarafından geliştirilen ölçekten yararlanılmıştır. Ayrıca literatür incelendiğinde muhasebe meslek mensuplarının kullandıkları izlenim yönetimi taktiklerinin belirlenmesine yönelik bir çalışma yapılmadığı belirlenmiştir. Bu sebeple mevcut çalışmada Demir’in (2002) ölçeği esas alınarak muhasebe meslek mensupları özelinde kullanılan izlenim yönetimi taktiklerinin tespitine çalışılmıştır. Mevcut çalışma bu yönüyle diğer çalışmalardan farklılaşmaktadır.

3.7. Araştırma Verilerinin Çözümlemesinde Kullanılan İstatistiksel Testler ve Teknikler

Araştırmada anket yoluyla toplanan veriler SPSS programıyla analiz edilmiştir.

Muhasebe meslek mensuplarının izlenim yönetimi taktiklerini kullanımını belirlemek amacıyla yapılan araştırmada çeşitli istatistiksel tekniklerden yararlanılmıştır. Sonuçların normal dağılıma uymaması ve örneklem hacminin küçük olması nedeniyle parametrik olmayan hipotez testlerinden Mann Whitney U, Kruskal Wallis H testleri ve faktör analizi için herhangi bir dağılım varsayımında bulunmayan faktör türetme modellerinden Temel Bileşenler Analizi kullanılmıştır. Bu bağlamda verilerin analiz edilmesinde kullanılan test ve teknikler aşağıda kısaca açıklanmaktadır.

Faktör analizi; çok sayıdaki değişken arasındaki ilişkilere dayanarak, verilerden daha anlamlı, kolay anlaşılır ve özet biçiminde yorumlanmasını sağlayan çok değişkenli bir istatistik analiz yöntemi olarak belirtilebilir. Bir başka ifadeyle bir olguyu belirleyen çok sayıda değişkenden faktör olarak adlandırılan bir dizi değişkeni türetebilen bir yöntemdir. Faktör analizinin genel amacı birbirleriyle ilişkili oldukça fazla ve yorumlanması zor değişkenler, tamamen veya

göreceli olarak bağımsız az ve kavramsal olarak anlamlı faktörlerin türetilmesi olarak ifade edilebilir. Faktör analizinin çeşitli amaçları bulunmaktadır. Bunlar (Albayrak, 2006: 108-111):

- Değişkenler arasındaki ilişkileri en iyi açıklayan az sayıdaki ortak faktör sayısını belirlemek
- Faktör analizi çok sayıda değişken arasından diğer analizlerde kullanılacak temsili değişkenleri belirlemeye yardım etmek
- Çok sayıda değişkenler analiz edilerek en az bilgi kaybı ile olayı açıklayan daha az sayıda faktörler türetebilmek
- Faktör rotasyonu ile en kolay yorumlanabilir faktörler belirleyebilmek
- Bu analizle ortak faktörün veya faktörlerin yorumunu yapabilmek, amaçları şeklinde ifade edilebilir.

Faktör analizi, birbirinden farklı fakat aynı zamanda birbiriyle ilişkili yöntemleri içerir. Bunlara Temel Bileşenler Analizi (Principal Component Analysis), Görüntü Faktörü (Image Factoring), Maksimum Benzerlik Faktörü (Maximum Likelihood Factoring), Alfa Faktörü (Alpha Factoring), Ağırlıksız En Küçük Kareler Faktörü (Unweighted Least Squares Factoring), Genelleştirilmiş veya Ağırlıklı En Küçük Kareler Faktörü (Generalized veya Weighted Least Squares Factoring) örnek verilebilir. Bu faktör analizi yöntemlerinden, faktörlerin elde edilmesinde en yaygın olarak kullanılanın, Temel Bileşenler Analizi (Principal Component Analysis-PCA) olduğu belirtilebilir (Kalaycı, 2006: 321). Bu çalışmada faktörlerin türetilmesinde bu teknik kullanılmıştır.

Faktör analiziyle elde edilen faktörlerin bağımsız, yorumlanabilir (kavramsal anlamlılık) olması gerekmektedir. Faktör matrisini daha kolay yorumlayabilmek için faktör rotasyonu kullanılmaktadır. Faktör rotasyonu ise kavramsal anlamlılıkla ilgilidir. Rotasyon yapılmasının temel amacı, daha basit bir yapı ve teorik olarak daha anlamlı bir faktör matrisi elde etmek için önceki faktörlerin açıkladığı toplam varyansı faktörler arasına yeniden dağıtmaktır (Albayrak, 2006: 158). Dik (orthogonal) ve eğik (oblique) olmak üzere iki tür rotasyon yöntemi bulunmaktadır. Bu yöntemler arasından en çok dik rotasyon kullanılmaktadır. Rotasyon işleminde Varimax, Quartimax, Equamax gibi dik,

Promax, Direct Oblimin gibi eğik rotasyon yöntemlerinden yararlanılmaktadır (Büyüköztürk, 2007: 126; Kalaycı, 2006: 322-323). Bu çalışmada, Varimax rotasyon yönteminden yararlanılarak faktörler dönüştürülmüştür.

Mann Whitney U Testi; iki bağımsız örneğin aynı anakütleden gelip gelmediğini araştırmak için kullanılan parametrik olmayan çift yönlü bir hipotez testidir. Bu test iki bağımsız örnek ortalaması arasındaki farkın testlerinin parametrik olmayan alternatifidir. Anakütle dağılımları hakkında varsayımlara dayanmadığı ve küçük örneklerde de uygulanabildiği için parametrik alternatiflerine oranla kullanım alanın daha geniş olduğu belirtilebilir (Orhunbilge, 2000: 291).

H_0 : İki örnek aynı anakütleden gelmektedir (ortalamalar eşittir).

H_1 : İki örnek farklı anakütlelerden gelmektedir (ortalamalar birbirine eşit değildir).

Araştırma hipotezini test etmek için gerekli olan U istatistiği iki örnek değerlerinin birarada en küçük değere 1 sıra numarası verilerek, küçükten büyüğe doğru sıralanmasıyla hesaplanmaktadır.

$$U = n_1 n_2 + \frac{n_1 (n_1 + 1)}{2} - R_1$$

Formülde; n_1 birinci anakütleden çekilen örnek birim sayısını, n_2 ikinci anakütleden çekilen örnek birim sayısını ve R_1 birinci örneğin değerlerinin sıraları toplamını göstermektedir (Orhunbilge, 2000: 292).

Kruskal Wallis H Testi; ikiden fazla anakütleden bağımsız örnekler çekilerek uygulanan testte, ilgili anakütlelerin benzer yapıda olup olmadıklarını araştırmak için kullanılmaktadır. Bu test tek yönlü varyans analizinin parametrik olmayan alternatifidir. İlgili anakütlelerden çekilen bağımsız örnekler birarada ele alınarak en küçük değere 1 verilerek sıralanmakta ve her örneğin sıra toplamlarıyla H istatistiği hesaplanmaktadır (Orhunbilge, 2000: 300).

$$H = \left[\frac{12}{n(n+1)} \left(\sum \frac{W_i^2}{n_i} \right) \right] - [3(n+1)]$$

Formülde; n örneklerdeki birim sayıları toplamını, W_i her örneğin sıraları toplamını ve n_i her örnekteki birim sayısını göstermektedir. Her örnekteki birim sayısı $n_i \geq 5$ ve “ H_0 : Anakütleler birbirine benzemektedir” hipotezi geçerli

olduğunda H istatistiği, $c-1$ (c örnek veya anakütle sayısı) serbestlik dereceli χ^2 dağılımına yaklaşmaktadır (Orhunbilge, 2000: 300-301).

3.8. Araştırmanın Bulguları

Çalışmanın bu kısmında araştırmaya katılanların demografik özellikleri, izlenim yönetimi taktikleri ile ilgili bilgiler ve muhasebe meslek mensuplarının kullandıkları izlenim yönetimi taktiklerine ilişkin bulgular açıklanmıştır.

3.8.1. Araştırmaya Katılanların Demografik Özelliklerinin Değerlendirilmesi

Muhasebe meslek mensuplarının demografik özellikleri unvan, cinsiyet, çalıştığı il, yaş, mesleki deneyim, öğrenim düzeyi ve izlenimleri önemseme açısından incelenmiştir. Araştırmanın örneklemini oluşturan 102 kişinin demografik özelliklerine yönelik mutlak ve oransal frekans dağılımları Tablo 4'te gösterilmiştir.

Tablo 4: Araştırmanın Örnekleminin Demografik Özelliklerine İlişkin Frekans Dağılımı

Unvan	Mutlak Frekans	Oransal Frekans	Cinsiyet	Mutlak Frekans	Oransal Frekans
SM	13	12,7	Kadın	13	12,7
SMMM	86	84,3	Erkek	89	87,3
YMM	3	2,9	Toplam	102	100
Toplam	102	100	Mesleki Deneyim	Mutlak Frekans	Oransal Frekans
Çalışılan İl	Mutlak Frekans	Oransal Frekans	1-5 yıl	4	3,9
Rize	27	26,5	6-10 yıl	11	10,8
Trabzon	75	73,5	11-15 yıl	10	9,8
Toplam	102	100	16-20 yıl	25	24,5
Yaş			21-25 yıl	12	11,8
24-29 yaş	2	2,0	25 ve üzeri yıl	40	39,2
30-35 yaş	17	16,7	Toplam	102	100
36-41 yaş	15	14,7	Öğrenim Düzeyi	Mutlak Frekans	Oransal Frekans
42-47 yaş	18	17,6	Lise	21	20,6
48-53 yaş	24	23,5	Önlisans	6	5,9
54 ve üzeri yaş	26	25,5	Lisans	72	70,6
Toplam	102	100	Yüksek Lisans	3	2,9
			Doktora	-	-
			Toplam	102	100
Muhasebe meslek mensuplarının etkileşim halinde olduğu müşterilerin ve diğer meslek mensuplarının kendine ilişkin izlenimlerini önemse durumu				Mutlak Frekans	Oransal Frekans
Evet				93	91,2
Hayır				9	8,8
Toplam				102	100

Tablo 4'te görüldüğü üzere, örneklemin unvana göre dağılımı incelendiğinde araştırmaya katılan 102 muhasebe meslek mensubundan 13'ünün (%12,7) SM, 86'sının (%84,3) SMMM ve 3'ünün (%2,9) YMM olduğu görülmektedir. Örneklemin cinsiyete göre dağılımı incelendiğinde 13'ünün

(%12,7) kadın, 89'unun (%87,3) erkek olduğu görülmektedir. Muhasebe meslek mensupları çalıştıkları il bazında değerlendirildiğinde 27'sinin (%26,5) Rize'de, 75'inin (%73,5) Trabzon'da faaliyette bulunduğu anlaşılmaktadır. Örneklem yaş değişkeni açısından incelendiğinde en fazla katılımcının 26 kişi ile 54 ve üzeri yaşta olduğu; en az katılımcının ise 2 kişi ile 24-29 yaş aralığında olduğu anlaşılmaktadır. Mesleki deneyim açısından inceleme yapıldığında en fazla katılımcının 40 kişi ile 25 ve üzeri yılda olduğu; en az katılımcının ise 4 kişi ile 1-5 yıl aralığında olduğu görülmektedir. Öğrenim düzeyi açısından inceleme yapıldığında ise en fazla katılımcının 72 kişi ile lisans düzeyinde; en az katılımcının ise 3 kişi ile yüksek lisans düzeyinde olduğu ve doktora mezunu katılımcının olmadığı tespit edilmiştir. Ayrıca araştırmaya katılan muhasebe meslek mensuplarının 93'ünün (%91,2) izlenimleri önemsendiği; 9'unun (%8,8) ise izlenimleri önemsemediği anlaşılmaktadır.

3.8.2. İzlenim Yönetimi Taktikleri İle İlgili Bilgilerin Değerlendirilmesi

Çalışmada muhasebe meslek mensuplarının kullandıkları izlenim yönetimi taktiklerini belirlemeye yönelik 39 adet soru sorulmuştur. Söz konusu sorular ve bu sorulara verilen cevaplara ait frekans dağılımları aşağıda Tablo 5'te gösterilmiştir.

Tablo 5: İzlenim Yönetimi Taktikleri Ölçeğine İlişkin Oransal Frekans Dağılımı

İZLENİM YÖNETİMİ TAKTİKLERİ ÖLÇEĞİ		5= Her zaman	4= Çok sık	3= Ara sıra	2= Çok nadir	1= Hiçbir zaman
1	Kendimi kabul ettirebilmek için aynı tutumu benimserim.	45,1	17,6	25,5	3,9	7,8
2	Karşımdaki insanlarla aynı kanıda olmasam bile, onların düşünce ve davranışlarını benimsemiş gibi davrandığım olur.	5,9	4,9	30,4	31,4	27,5
3	Hoşlarına gidebileceğini düşündüğüm fikirlerimi söylerim.	20,6	18,6	29,4	14,7	16,7
4	Mesleki başarılarını överim.	26,5	13,7	28,4	16,7	14,7
5	Giyim ve görünüşlerini överim.	16,7	14,7	24,5	20,6	23,5
6	Önemli bir fikir öne sürdüklerinde överim.	32,4	27,5	30,4	6,9	2,9
7	Çevremdekilere işlerinde yardımcı olmayı öneririm.	39,2	26,5	25,5	7,8	1,0
8	İş dışındaki etkinliklerde de görev alır, gerekirse eve de iş götürürüm.	6,9	10,8	25,5	34,3	22,5
9	İşyerindeki davranışlarımla çevremdekilere örnek olmaya çalışırım.	62,7	25,5	9,8	1,0	1,0
10	İnsanlara yardımları olmaksızın başarılı olamayacağımı söylerim.	11,8	17,6	29,4	15,7	25,5

11	Destek ve yardımlarını kazanabilmek için, insanlara yardıma ihtiyacım olduğu mesajını veririm.	6,9	12,7	36,3	20,6	23,5
12	Yardım istediğim kişilere deneyimlerinden faydalanmak istediğimi söylerim.	20,6	21,6	41,2	13,7	2,9
13	Mesleğimdeki başarılarımdan konuşmalarında bahsederim.	8,8	7,8	21,6	31,4	30,4
14	Eğitimim ile gurur duyduğumu belirtirim.	14,7	7,8	24,5	21,6	31,4
15	Mesleki deneyimlerimin önemini konuşmalarında vurgularım.	15,7	23,5	31,4	23,5	5,9
16	Güç görevler için gönüllü olurum.	12,7	14,7	42,2	22,5	7,8
17	İşlerime karışanlarla ya da işimi yapmamı engelleyenlerle tartışırım.	22,5	15,7	35,3	19,6	6,9
18	Davranışlarımla benden çekinilmesi gerektiği mesajını veririm.	6,9	7,8	26,5	21,6	37,3
19	Bana karşı uygun bir şekilde davranılmadığını düşündüğümde uyarırım.	35,3	15,7	36,3	11,8	1,0
20	Başarıyla tamamladığım bir görevin ne kadar önemli olduğunu konuşmalarında vurgularım.	12,7	14,7	32,4	24,5	15,7
21	Başarılarımın önemini anlatmak için abartılı ifadeler kullandığım olur.	-	2,0	10,8	26,5	60,8
22	Grupla yapılan çalışmalarda, önemli bir payım olduğu bilinsin isterim.	7,8	8,8	27,5	34,3	21,6
23	Olumsuz bir durum ile suçlandığımda, bu duruma ilişkin sorumluluğun yalnızca bana ait olmadığını belirtirim.	16,7	8,8	29,4	32,4	12,7
24	İşler kötü gittiğinde suçlanmamak için kötü bir niyetim olmadığını, olayların böyle sonuçlanacağını bilmediğimi anlatırım.	15,7	14,7	19,6	22,5	27,5
25	Bir şeyler yanlış gittiğinde neden sorumlu olmadığımı açıklarım.	26,5	20,6	29,4	14,7	8,8
26	Durum olumsuz görünse de kimsenin bundan zarar görmeyeceğini, hatta uzun dönemde yarar göreceklere inandığımı belirtirim.	16,7	19,6	38,2	13,7	11,8
27	Ne kadar kötü görünürse görünsün davranışlarımla ilgili bir nedeni olduğunu belirtirim.	24,5	23,5	30,4	11,8	9,8
28	Davranışlarım olumsuz karşılandığında, onları, benim yerimde olsalardı aynı şekilde davranacaklarına ikna etmeye çalışırım.	17,6	20,6	31,4	17,6	12,7
29	Olumsuz değerlendirilen eylemlerimi, daha olumsuz eylemlerle karşılaştırır ve onlar kadar kötü olmadığını ileri sürerim.	9,8	11,8	24,5	37,3	16,7
30	Hatalarımı ya da olumsuz davranışlarımı telafi etmeye çalışırım.	57,8	25,5	10,8	4,9	1,0
31	Yalnız özür dilemekle yetinmez, kötü ya da hatalı davranışlarımla ilgili bir daha tekrarlanmayacağını söylerim.	47,1	20,6	20,6	5,9	5,9
32	Hata yaptığım ya da insanları incittiğim zaman özür dilemekten çekinmem.	67,6	15,7	10,8	2,9	2,9
33	İşyerindekilere özel yaşamımdaki sorumluluklarımla ilgili beni işim için hazırlanmaya yeterince zaman ayırmaktan alıkoyduğundan yakınırım.	4,9	12,7	23,5	25,5	33,3
34	Konuşmalarında kaygının, işteki performansımı engellediğinden bahsederim.	4,9	15,7	24,5	21,6	31,4
35	Bir işteki başarıma ilişkin kaygılarım varsa, başarısızlık durumunda bunu mazur gösterecek bir engel öne sürerim.	2,9	2,9	12,7	24,5	56,9
36	Düşüncelerim sıra dışı olarak değerlendirilmesin diye, onların ne kadar makul ve akılcı olduklarını anlatırım.	15,7	19,6	22,5	24,5	15,7
37	Kuraldışı olarak değerlendirilebilecek bir eylemim olacaksa bunun istisna bir durum olduğunu anlatırım.	19,6	14,7	28,4	25,5	11,8
38	Gelecekteki davranışlarıma ilişkin konuşmalarında, farklı davranabilme ihtimaline karşı açık bir kapı bırakırım.	11,8	20,6	33,3	21,6	12,7
39	Bir konuda yorum yaptığımda tarafsız bir değerlendirme yaptığımı vurgularım.	42,2	32,4	12,7	6,9	5,9

Tablo 5’te görüldüğü üzere, “kendini kabul ettirebilmek için aynı tutumu benimserim” değişkenine ankete katılan kişilerden %7,8’i hiçbir zaman, %3,9’u çok nadir, %25,5 ‘i ara sıra, %17,6’sı çok sık ve %45,1’i her zaman biçiminde cevap vermişlerdir. İzlenim yönetimi taktiklerine ilişkin değişkenler incelendiğinde hiçbir zaman cevabı en yüksek olan değişkenin %60,8 oranla “başarılarımın önemini anlatmak için abartılı ifadeler kullandığım olur” olduğu görülmektedir. Benzer şekilde, çok nadir cevabı en yüksek olan değişkenin %37,3 oranla “olumsuz değerlendirilen eylemlerimi, daha olumsuz eylemlerle karşılaştırır ve onlar kadar kötü olmadığını ileri sürerim” olduğu, ara sıra cevabı en yüksek olan değişkenin %42,2 oranla “güç görevler için gönüllü olurum” olduğu, çok sık cevabı en yüksek olan değişkenin %32,4 oranla “bir konuda yorum yaptığımda tarafsız bir değerlendirme yaptığımı vurgularım” olduğu ve her zaman cevabı en yüksek olan değişkenin %67,6 oranla “hata yaptığım ya da insanları incittiğim zaman özür dilemekten çekinmem” olduğu belirlenmiştir.

3.8.3. Muhasebe Meslek Mensuplarının Kullandıkları İzlenim Yönetimi Taktikleri

Muhasebe meslek mensuplarının kullandıkları izlenim yönetimi taktiklerinin belirlenmesi için anketten elde edilen veriler faktör analizi ile incelenmiştir. Kamile Demir (2002) tarafından geliştirilen araştırma ölçeğinde 40 soru yer almasına karşın bu sorulardan “yıllık izinler dışında izin almam” biçiminde olanı çalışmanın örneklemini özelinde anketten çıkarılmış olup geriye kalan 39 adet değişken faktör analizine dahil edilmiştir. Faktör analizinde değişkenlerin faktör yük değerlerinin 0,45’den yüksek olması seçim için iyi bir ölçü olarak değerlendirilmektedir (Büyüköztürk, 2007: 124). Bu bağlamda çalışmada faktör analizi sonucunda faktör yüklerinin 0,45’in üzerinde olduğu görülmektedir.

İzlenim yönetimi taktikleri ile ilgili olarak yapılan faktör analizi sonucunda başlangıçta on bir faktör elde edilmiştir. Ancak elde edilen veriler faktörlerden birinin tek değişkenden oluştuğunu göstermektedir. Bu çok arzulan bir durum olmadığı için ilgili değişken analiz dışı bırakılmıştır. Ayrıca iki değişkenden oluşan bir diğer faktör kavramsal olarak anlamlı (yorumlanabilir) çıkmadığı için analizden çıkartılmıştır. Sonuç olarak değişkenlerin sayısı 36’ya

indirgenerek faktör analizi uygulanmıştır. Araştırmaya ilişkin faktör analizi sonuçları aşağıda Tablo 6’da gösterilmiştir.

Tablo 6: İzlenim Yönetimi Taktiklerine İlişkin Dönüştürülmüş Faktör Matrisi

Değişkenler	Faktörler								
	Niteliklerini Tanıtma ve Vurgulama	Yadsıma	Övgü	Özür Dileme	Mazeret Bildirme	Engel Koyma	Yardım İsteme	Mesrulaştırma	Yıldıрма
Mesleğimdeki başarılarımdan konuşmalarında bahsederim.	0,767								
Eğitimim ile gurur duyduğumu belirtirim.	0,723								
Mesleki deneyimlerimin önemini konuşmalarında vurgularım.	0,713								
Grupla yapılan çalışmalarda, önemli bir payım olduğu bilinsin isterim.	0,704								
Başarıyla tamamladığım bir görevin ne kadar önemli olduğunu konuşmalarında vurgularım.	0,591								
Başarılarımın önemini anlatmak için abartılı ifadeler kullandığım olur.	0,589								
Gelecekteki davranışlarıma ilişkin konuşmalarında, farklı davranabilme ihtimaline karşı açık bir kapı bırakırım.		0,698							
Bir konuda yorum yaptığımda tarafsız bir değerlendirme yaptığımı vurgularım.		0,657							
Kuraldışı olarak değerlendirilebilecek bir eylemim olacaksa bunun istisna bir durum olduğunu anlatırım.		0,573							
Düşüncelerim sıra dışı olarak değerlendirilmesin diye, onların ne kadar makul ve akılcı olduklarını anlatırım.		0,541							
Olumsuz bir durum ile suçlandığımda, bu duruma ilişkin sorumluluğun yalnızca bana ait olmadığını belirtirim.		0,469							
Mesleki başarılarımı överim.			0,761						
Giyim ve görünüşlerimi överim.			0,749						
Önemli bir fikir öne sürdüğüklerinde överim.			0,734						
İşyerindeki davranışlarımla çevremdekilere örnek olmaya çalışırım.			0,522						
Yalnız özür dilemekle yetinmez, kötü ya da hatalı davranışlarımdan bir daha tekrarlanmayacağını söylerim.				0,801					
Hata yaptığım ya da insanları incittiğim zaman özür dilemekten çekinmem.				0,717					
Hatalarımı ya da olumsuz davranışlarımı telafi etmeye çalışırım.				0,675					
Çevremdekilere işlerinde yardımcı olmayı öneririm.				0,531					
Bir şeyler yanlış gittiğinde neden sorumlu olmadığımı açıklarım.					0,697				
İşler kötü gittiğinde suçlanmamak için kötü bir niyetim olmadığını, olayların böyle sonuçlanacağını bilmediğimi anlatırım.					0,613				
Kendimi kabul ettirebilmek için aynı tutumu benimserim.					0,589				

Değişkenler	Faktörler									
	Niteliklerini Tanıtma ve Vurgulama	Yadsıma	Övgü	Özür Dileme	Mazeret Bildirme	Engel Koyma	Yardım İsteme	Mesurlaştırma	Yıldırma	
Davranışlarım olumsuz karşılandığında, onları, benim yerimde olsalardı aynı şekilde davranacaklarına ikna etmeye çalışırım.					0,563					
İşyerindekilere özel yaşamımdaki sorumluluklarımın, beni işim için hazırlanmaya yeterince zaman ayırmaktan alıkoyduğundan yakınırım.						0,803				
Konuşmalarımda kaygımın, işteki performansımı engellediğinden bahsederim.						0,750				
Bir işteki başarıma ilişkin kaygılarım varsa, başarısızlık durumunda bunu mazur gösterecek bir engel öne sürerim.						0,508				
Karşımdaki insanlarla aynı kanıda olmasam bile, onların düşünce ve davranışlarını benimsemiş gibi davrandığım olur.						0,454				
İnsanlara yardımları olmaksızın başarılı olamayacağımı söylerim.							0,770			
Destek ve yardımlarını kazanabilmek için, insanlara yardıma ihtiyacım olduğu mesajını veririm.							0,729			
Hoşlarına gidebileceğini düşündüğüm fikirlerimi söylerim.							0,464			
İş dışındaki etkinliklerde de görev alır, gerekirse eve de iş götürürüm.								0,634		
Ne kadar kötü görünürse görünsün davranışlarımın iyi bir nedeni olduğunu belirtirim.								0,612		
Durum olumsuz görünse de kimsenin bundan zarar görmeyeceğini, hatta uzun dönemde yarar göreceklarine inandığımı belirtirim.								0,562		
Bana karşı uygun bir şekilde davranılmadığını düşündüğümde uyarırım.									0,761	
Davranışlarımla benden çekinilmesi gerektiği mesajını veririm.									0,621	
Olumsuz değerlendirilen eylemlerimi, daha olumsuz eylemlerle karşılaştırır ve onlar kadar kötü olmadığını ileri sürerim.									0,446	
Açıklanan Varyans (%)	10,895	7,861	7,734	7,467	7,384	6,114	5,841	5,305	5,209	
Birikimli Varyans (%)	10,895	18,756	26,490	33,957	41,340	47,455	53,296	58,601	63,810	
Özdeğer	8,119	3,029	2,370	2,080	2,012	1,513	1,426	1,347	1,076	
KMO Yeterlilik Ölçütü	0,740									
Barlett's Testi	$\chi^2 = 1547,361; sd= 630; p\text{-değeri}= 0,000$									

Tablo 6 incelendiğinde, izlenim yönetimi taktikleri ile ilgili faktör analizi sonuçlarına göre özdeğeri 1'den büyük olan dokuz faktör elde edilmiştir. Söz konusu faktörler önem sırasına göre niteliklerini tanıtmaya ve vurgulama, yadsıma, övgü, özür dileme, mazeret bildirme, engel koyma, yardım isteme, meşrulaştırma ve yıldırma taktikleri olarak adlandırılmıştır. Tablo 6'dan niteliklerini tanıtmaya ve vurgulama taktiği faktörünün 6, yadsıma taktiği faktörünün 5, övgü taktiği faktörünün 4, özür dileme taktiği faktörünün 4, mazeret bildirme taktiği faktörünün 4, engel koyma taktiği faktörünün 4, yardım isteme taktiği faktörünün 3, meşrulaştırma taktiği faktörünün 3 ve yıldırma taktiği faktörünün 3 değişkenden oluştuğu görülmektedir. Literatürde ölçüğe ilişkin taktikler görüş birliği, övgü, örnek birey olma, yardım isteme, niteliklerini tanıtmaya, yıldırma, vurgulama, mazeret bildirme, meşrulaştırma, özür dileme, engel koyma ve yadsıma taktikleri biçiminde 12'li bir ayrıma tabi tutulmuştur. Bu çalışmada ise niteliklerini tanıtmaya ve vurgulama taktikleri faktör analizi sonucunda tek bir faktör biçiminde elde edilmiştir. Ayrıca görüş birliği ve örnek birey olma taktikleri faktör analizi sonucunda elde edilmemiştir. Bunun nedeni örneklemin özelliğine ve muhasebe meslek mensuplarının bakış açısına bağlanabilir.

Tablo 6 incelendiğinde, söz konusu dokuz faktörün açıkladıkları birikimli varyansın %63,8 olduğu görülmektedir. Tabloda görülen Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) örneklem yeterliliği ölçütü; gözlenen korelasyon katsayıları büyüklüğü ile kısmi korelasyon katsayılarının büyüklüğünü karşılaştıran bir tekniktir. KMO oranının 0,5'in üzerinde olması gerekir. Oran ne kadar yüksek olursa veri setinin faktör analizi yapmak için o kadar uygun olduğu kabul edilmektedir. Barlett testi (Barlett Test of Sphericity) ise; korelasyon matrisinde değişkenlerin en azından bir kısmı arasında yüksek oranlı korelasyonlar olduğu olasılığını test etmektedir. Analize devam edilebilmesi için "Korelasyon matrisi birim matristir" sıfır hipotezinin reddedilmesi gerekmektedir. Sıfır hipotezinin reddedilmesi değişkenler arasında yüksek korelasyon olduğunu, başka bir ifade ile veri setinin faktör analizi için uygun olduğunu göstermektedir (Kalaycı, 2006: 322). Bu bağlamda yapılan faktör analizine ilişkin KMO yeterlilik ölçütü 0,740 olarak bulunmuştur. Bu istatistik araştırmada kullanılan değişken setinin faktör analizine uygunluğunun bir diğer göstergesidir. Ayrıca Barlett testinin sonucuna göre de

değişkenler arasında yüksek korelasyon olduğu başka bir ifadeyle veri setinin faktör analizi için uygun olduğu ifade edilebilir.

3.8.4. Muhasebe Meslek Mensuplarının Kullandıkları İzlenim Yönetimi Taktiklerine İlişkin Bulgular ve Yorum

Çalışmanın bu kısmında muhasebe meslek mensuplarının kullandıkları izlenim yönetimi taktikleri, ilgili literatürden hareketle kendini tanıtmaya yönelik ve kendini savunmaya yönelik izlenim yönetimi taktikleri sınıflandırmasına uygun olarak değerlendirilmiştir. Anılan sınıflandırmada kendini tanıtmaya yönelik izlenim yönetimi taktiklerini niteliklerini tanıtmaya ve vurgulama, övgü, yardım isteme ve yıldırma taktikleri; kendini savunmaya yönelik izlenim yönetimi taktiklerini ise yadsıma, özür dileme, mazeret bildirme, engel koyma ve meşrulaştırma taktikleri oluşturmaktadır. Çalışmada söz konusu sınıflandırmaya ilişkin taktiklerin kullanımının unvan, cinsiyet, çalışılan il, yaş, mesleki deneyim, öğrenim düzeyi ve izlenimleri önemseme durumu değişkenlerine göre anlamlı farklılık gösterip göstermediği incelenmiştir. Cinsiyet, çalışılan il ve izlenimleri önemseme durumu değişkenleri Mann Whitney U Testi ile; unvan, yaş, mesleki deneyim ve öğrenim düzeyi değişkenleri Kruskal Wallis H Testi ile analiz edilmiştir.

Mann Whitney U ve Kruskal Wallis H Testlerinden elde edilen anlamlılık (significance) düzeyine (p -değerine) göre izlenim yönetimi taktiklerinin kullanımının değişkenlere göre anlamlı farklılık gösterip göstermediği ve kabul edilebilir olup olmadığı 0,05 anlamlılık düzeyinde incelenmiştir. Analize tabi tutulduktan sonra p -değeri $<0,05$ olması durumunda izlenim yönetimi taktiklerinin kullanımı değişkene göre anlamlı bir farklılık göstermekte veya p -değeri $>0,05$ ise izlenim yönetimi taktiklerinin kullanımı değişkene göre anlamlı bir farklılık göstermemektedir. Başka bir ifadeyle p -değerinin sonucu 0,05'ten küçük ise hipotez kabul edilmektedir.

3.8.4.1. Unvana Göre İzlenim Yönetimi Taktiklerinin Kullanımına İlişkin Bulgular ve Yorum

Muhasebe meslek mensuplarının kendini tanıtmaya yönelik izlenim yönetimi taktiklerinin kullanımının unvana göre anlamlı bir farklılık gösterip

göstermediğini belirlemek için yapılan Kruskal Wallis H Testi sonuçları aşağıda Tablo 7’de gösterilmiştir.

Tablo 7: Unvana Göre Kendini Tanıtmaya Yönelik İzlenim Yönetimi Taktiklerinin Kullanımına İlişkin Kruskal Wallis H Testi Sonuçları

Taktikler	Unvan	<i>n</i>	Sıra Ortalaması	<i>sd</i>	χ^2	<i>p</i> -değeri
Niteliklerini Tanıtma ve Vurgulama Taktiği	SM	13	62,69	2	2,183	0,336
	SMM	86	49,73			
	YMM	3	53,67			
Övgü Taktiği	SM	13	47,62	2	1,250	0,535
	SMM	86	52,65			
	YMM	3	35,33			
Yardım İsteme Taktiği	SM	13	62,00	2	2,542	0,281
	SMM	86	49,49			
	YMM	3	63,67			
Yıldırma Taktiği	SM	13	57,46	2	1,091	0,580
	SMM	86	50,22			
	YMM	3	62,33			

Tablo 7’de görüldüğü üzere, kendini tanıtmaya yönelik izlenim yönetimi taktikleri bakımından niteliklerini tanıtmaya ve vurgulama ($\chi^2 = 2,183$; *p*-değeri = 0,336; *p*-değeri > 0,05), övgü ($\chi^2 = 1,250$; *p*-değeri = 0,535; *p*-değeri > 0,05), yardım isteme ($\chi^2 = 2,542$; *p*-değeri = 0,281; *p*-değeri > 0,05) ile yıldırma ($\chi^2 = 1,091$; *p*-değeri = 0,580; *p*-değeri > 0,05) taktiklerinin kullanımı *p*-değeri > 0,05 olduğundan unvana göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermemektedir. Diğer bir ifadeyle, muhasebe meslek mensuplarının kendini tanıtmaya yönelik izlenim yönetimi taktiklerinin kullanımı unvana göre anlamlı bir farklılık göstermemekte veya muhasebe meslek mensuplarının kendini tanıtmaya yönelik izlenim yönetimi taktiklerini açıklamada muhasebe meslek mensuplarının unvanı önemli bir değişken değildir. “Muhasebe meslek mensuplarının kendini tanıtmaya yönelik izlenim yönetimi taktiklerinin kullanımı unvana göre farklılık göstermektedir” biçimindeki araştırma hipotezini (H_1) destekleyecek yeterli düzeyde kanıt elde edilememiştir.

Muhasebe meslek mensuplarının kendini savunmaya yönelik izlenim yönetimi taktiklerinin kullanımının unvana göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek için yapılan Kruskal Wallis H Testi sonuçları aşağıda Tablo 8’de gösterilmiştir.

Tablo 8: Unvana Göre Kendini Savunmaya Yönelik İzlenim Yönetimi Taktiklerinin Kullanımına İlişkin Kruskal Wallis H Testi Sonuçları

Taktikler	Unvan	<i>n</i>	Sıra Ortalaması	<i>sd</i>	χ^2	<i>p</i> -değeri
Yadsıma Taktiği	SM	13	52,85	2	0,861	0,650
	SMM	86	51,84			
	YMM	3	36,00			
Özür Dileme Taktiği	SM	13	46,77	2	0,795	0,672
	SMM	86	51,81			
	YMM	3	63,00			
Mazeret Bildirme Taktiği	SM	13	49,08	2	3,121	0,210
	SMM	86	52,87			
	YMM	3	22,67			
Engel Koyma Taktiği	SM	13	48,77	2	0,169	0,919
	SMM	86	51,78			
	YMM	3	55,33			
Meşrulaştırma Taktiği	SM	13	48,00	2	0,936	0,626
	SMM	86	51,51			
	YMM	3	66,33			

Tablo 8’de görüldüğü üzere, kendini savunmaya yönelik izlenim yönetimi taktikleri bakımından yadsıma ($\chi^2=0,861$; *p*-değeri=0,650; *p*-değeri>0,05), özür dileme ($\chi^2=0,795$; *p*-değeri=0,672; *p*-değeri>0,05), mazeret bildirme ($\chi^2=3,121$; *p*-değeri=0,210; *p*-değeri>0,05), engel koyma ($\chi^2=0,169$; *p*-değeri=0,919; *p*-değeri>0,05) ve meşrulaştırma ($\chi^2=0,936$; *p*-değeri=0,626; *p*-değeri>0,05) taktiklerinin kullanımı *p*-değeri>0,05 olduğundan unvana göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermemektedir. Diğer bir ifadeyle, muhasebe meslek mensuplarının kendini savunmaya yönelik izlenim yönetimi taktiklerinin kullanımı unvana göre anlamlı bir farklılık göstermemekte veya muhasebe meslek mensuplarının kendini savunmaya yönelik izlenim yönetimi taktiklerini açıklamada muhasebe meslek mensuplarının unvanı önemli bir değişken değildir. “Muhasebe meslek mensuplarının kendini savunmaya yönelik izlenim yönetimi

taktiklerinin kullanımı unvana göre farklılık göstermektedir” biçimindeki araştırma hipotezini (H₂) destekleyecek yeterli düzeyde kanıt bulunamamıştır.

3.8.4.2. Cinsiyete Göre İzlenim Yönetimi Taktiklerinin Kullanımına İlişkin Bulgular ve Yorum

Muhasebe meslek mensuplarının kendini tanıtmaya yönelik izlenim yönetimi taktiklerinin kullanımının cinsiyete göre anlamlı bir farklılık göstermediğini belirlemek için yapılan Mann Whitney U Testi sonuçları aşağıda Tablo 9’da gösterilmiştir.

Tablo 9: Cinsiyete Göre Kendini Tanıtmaya Yönelik İzlenim Yönetimi Taktiklerinin Kullanımına İlişkin Mann Whitney U Testi Sonuçları

Taktikler	Cinsiyet	<i>n</i>	Sıra Ortalaması	Sıra Toplamı	<i>U</i>	<i>p</i> -değeri
Niteliklerini Tanıtma ve Vurgulama Taktiği	Kadın	13	54,15	704,00	544,000	0,729
	Erkek	89	51,11	4549,00		
Övgü Taktiği	Kadın	13	50,15	652,00	561,000	0,861
	Erkek	89	51,70	4601,00		
Yardım İsteme Taktiği	Kadın	13	45,77	595,00	504,000	0,455
	Erkek	89	52,34	4658,00		
Yıldırma Taktiği	Kadın	13	36,92	480,00	389,000	0,057
	Erkek	89	53,63	4773,00		

Tablo 9’da görüldüğü üzere, kendini tanıtmaya yönelik izlenim yönetimi taktikleri bakımından niteliklerini tanıtmaya ve vurgulama ($U=544,000$; p -değeri=0,729; p -değeri>0,05), övgü ($U=561,000$; p -değeri=0,861; p -değeri>0,05), yardım isteme ($U=504,000$; p -değeri= 0,455; p -değeri>0,05) ile yıldırma ($U=389,000$; p -değeri=0,057; p -değeri>0,05) taktiklerinin kullanımının p -değeri>0,05 olduğundan cinsiyete göre anlamlı bir farklılık göstermediği tespit edilmiştir. Diğer bir ifadeyle, muhasebe meslek mensuplarının kendini tanıtmaya yönelik izlenim yönetimi taktiklerinin kullanımı cinsiyete göre anlamlı bir farklılık göstermemekte veya muhasebe meslek mensuplarının kendini tanıtmaya yönelik izlenim yönetimi taktiklerini açıklamada muhasebe meslek mensuplarının cinsiyeti önemli bir değişken değildir. “Muhasebe meslek mensuplarının kendini

tanıtmaya yönelik izlenim yönetimi taktiklerinin kullanımı cinsiyete göre farklılık göstermektedir” biçimindeki araştırma hipotezini (H₃) desteklememektedir.

Muhasebe meslek mensuplarının kendini savunmaya yönelik izlenim yönetimi taktiklerinin kullanımının cinsiyete göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek için yapılan Mann Whitney U Testi sonuçları aşağıda Tablo 10’da gösterilmiştir.

Tablo 10: Cinsiyete Göre Kendini Savunmaya Yönelik İzlenim Yönetimi Taktiklerinin Kullanımına İlişkin Mann Whitney U Testi Sonuçları

Taktikler	Cinsiyet	<i>n</i>	Sıra Ortalaması	Sıra Toplamı	<i>U</i>	<i>p</i> -değeri
Yadsıma Taktiği	Kadın	13	42,85	557,00	466,000	0,259
	Erkek	89	52,76	4696,00		
Özür Dileme Taktiği	Kadın	13	39,23	510,00	419,000	0,109
	Erkek	89	53,29	4743,00		
Mazeret Bildirme Taktiği	Kadın	13	53,38	694,00	554,000	0,806
	Erkek	89	51,22	4559,00		
Engel Koyma Taktiği	Kadın	13	40,38	525,00	434,000	0,147
	Erkek	89	53,12	4728,00		
Meşrulaştırma Taktiği	Kadın	13	53,54	696,00	552,000	0,790
	Erkek	89	51,20	4557,00		

Tablo 10’da görüldüğü üzere, kendini savunmaya yönelik izlenim yönetimi taktikleri bakımından yadsıma ($U=466,000$; p -değeri=0,259; p -değeri>0,05), özür dileme ($U=419,000$; p -değeri=0,109; p -değeri>0,05), mazeret bildirme ($U=554,000$; p -değeri=0,806; $p>0,05$), engel koyma ($U=434,000$; p -değeri=0,147; p -değeri>0,05) ve meşrulaştırma ($U=552,000$; p -değeri=0,790; p -değeri>0,05) taktiklerinin kullanımının p -değeri>0,05 olduğundan cinsiyete göre anlamlı bir farklılık göstermediği tespit edilmiştir. Diğer bir ifadeyle, muhasebe meslek mensuplarının kendini savunmaya yönelik izlenim yönetimi taktiklerinin kullanımı cinsiyete göre anlamlı bir farklılık göstermemekte veya muhasebe meslek mensuplarının kendini savunmaya yönelik izlenim yönetimi taktiklerini açıklamada muhasebe meslek mensuplarının cinsiyeti önemli bir değişken değildir. “Muhasebe meslek mensuplarının kendini savunmaya yönelik izlenim

yönetimi taktiklerinin kullanımı cinsiyete göre farklılık göstermektedir” biçimindeki araştırma hipotezini (H_4) destekleyecek yeterli düzeyde kanıt tespit edilememiştir.

3.8.4.3. Çalışılan İle Göre İzlenim Yönetimi Taktiklerinin Kullanımına İlişkin Bulgular ve Yorum

Muhasebe meslek mensuplarının kendini tanıtmaya yönelik izlenim yönetimi taktiklerinin kullanımının çalışılan ile göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek için yapılan Mann Whitney U Testi sonuçları aşağıda Tablo 11’de gösterilmiştir.

Tablo 11: Çalışılan İle Göre Kendini Tanıtmaya Yönelik İzlenim Yönetimi Taktiklerinin Kullanımına İlişkin Mann Whitney U Testi Sonuçları

Taktikler	Çalışılan İl	<i>n</i>	Sıra Ortalaması	Sıra Toplamı	<i>U</i>	<i>p</i> -değeri
Niteliklerini Tanıtma ve Vurgulama Taktiği	Rize	27	43,41	1172,00	794,000	0,097
	Trabzon	75	54,41	4081,00		
Övgü Taktiği	Rize	27	56,81	1534,00	869,000	0,276
	Trabzon	75	49,59	3719,00		
Yardım İsteme Taktiği	Rize	27	47,74	1289,00	911,000	0,441
	Trabzon	75	52,85	3964,00		
Yıldırma Taktiği	Rize	27	58,41	1577,00	826,000	0,157
	Trabzon	75	49,01	3676,00		

Tablo 11’de görüldüğü üzere, kendini tanıtmaya yönelik izlenim yönetimi taktikleri bakımından niteliklerini tanıtmaya ve vurgulama ($U=794,000$; p -değeri=0,097; p -değeri>0,05), övgü ($U=869,000$; p -değeri=0,276; p -değeri>0,05), yardım isteme ($U=911,000$; p -değeri=0,441; p -değeri>0,05) ile yıldırma ($U=826,000$; p -değeri=0,157; p -değeri>0,05) taktiklerinin kullanımında p -değeri>0,05 olduğundan çalışılan ile göre anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır. Diğer bir ifadeyle, muhasebe meslek mensuplarının kendini tanıtmaya yönelik izlenim yönetimi taktiklerinin kullanımı çalışılan ile göre anlamlı bir farklılık göstermemekte veya muhasebe meslek mensuplarının kendini tanıtmaya yönelik izlenim yönetimi taktiklerini açıklamada muhasebe meslek mensuplarının çalıştığı il önemli bir değişken değildir. “Muhasebe meslek mensuplarının kendini

tanıtmaya yönelik izlenim yönetimi taktiklerinin kullanımı çalışılan ile göre farklılık göstermektedir” biçimindeki araştırma hipotezini (H_5) destekleyecek yeterli düzeyde kanıt elde edilememiştir.

Muhasebe meslek mensuplarının kendini savunmaya yönelik izlenim yönetimi taktiklerinin kullanımının çalışılan ile göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek için yapılan Mann Whitney U Testi sonuçları aşağıda Tablo 12’de gösterilmiştir.

Tablo 12: Çalışılan İle Göre Kendini Savunmaya Yönelik İzlenim Yönetimi Taktiklerinin Kullanımına İlişkin Mann Whitney U Testi Sonuçları

Taktikler	Çalışılan İl	<i>n</i>	Sıra Ortalaması	Sıra Toplamı	<i>U</i>	<i>p</i> -değeri
Yadsıma Taktiği	Rize	27	54,26	1465,00	938,000	0,572
	Trabzon	75	50,51	3788,00		
Özür Dileme Taktiği	Rize	27	52,30	1412,00	991,000	0,870
	Trabzon	75	51,21	3841,00		
Mazeret Bildirme Taktiği	Rize	27	52,48	1417,00	986,000	0,841
	Trabzon	75	51,15	3836,00		
Engel Koyma Taktiği	Rize	27	44,00	1188,00	810,000	0,125
	Trabzon	75	54,20	4065,00		
Meşrulaştırma Taktiği	Rize	27	63,67	1719,00	684,000	0,013
	Trabzon	75	47,12	3534,00		

Tablo 12’de görüldüğü üzere, kendini savunmaya yönelik izlenim yönetimi taktikleri bakımından yadsıma ($U=938,000$; p -değeri= $0,572$; p -değeri $>0,05$) özür dileme ($U=991,000$; p -değeri= $0,870$; p -değeri $>0,05$), mazeret bildirme ($U=986,000$; p -değeri= $0,841$; p -değeri $>0,05$), ve engel koyma ($U=810,000$; p -değeri= $0,125$; p -değeri $>0,05$) taktiklerinin kullanımında p -değeri $>0,05$ olduğundan çalışılan ile göre anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır. Diğer bir ifadeyle, muhasebe meslek mensuplarının kendini savunmaya yönelik izlenim yönetimi taktiklerinden yadsıma, özür dileme, mazeret bildirme ve engel koyma taktiklerinin kullanımı çalışılan ile göre anlamlı bir farklılık göstermemekte veya muhasebe meslek mensuplarının yadsıma, özür dileme, mazeret bildirme ve engel koyma taktiklerini açıklamada muhasebe meslek mensuplarının çalıştığı il önemli

bir değişken değildir. Meşrulaştırma ($U=684,000$; p -değeri= $0,013$; p -değeri $<0,05$) taktiğinin kullanımında ise p -değeri $<0,05$ olduğundan çalışılan ile göre anlamlı bir farklılık bulunmaktadır. Söz konusu farklılığın nedenleri sıra ortalamalarından hareketle belirtilebilir. Sıra ortalamaları incelendiğinde, Rize ilinde çalışan muhasebe meslek mensuplarında Trabzon ilinde çalışan muhasebe meslek mensuplarına göre meşrulaştırma taktiğinin kullanımının daha yüksek olduğu görülmektedir. Bu farklılığın nedeni Trabzon’da sanayi, hizmet gibi sektörlerin Rize’ye göre daha gelişmiş olması ve Trabzon’un büyük şehir Rize’nin ise küçük şehir olmasıyla ilişkilendirilebilir. Bu bağlamda Rize’de muhasebe meslek mensuplarının hem müşterileriyle hem de diğer muhasebe meslek mensuplarıyla etkileşimlerinde daha resmi olmayan, samimi ve yakın ilişkilerin ön planda olması meşrulaştırma taktiğinin kullanımının Trabzon’a göre daha yüksek olmasına neden olduğu belirtilebilir. Buna göre, muhasebe meslek mensuplarının kendini savunmaya yönelik izlenim yönetimi taktiklerinden meşrulaştırma taktiğinin kullanımı çalışılan ile göre anlamlı bir farklılık göstermekte veya muhasebe meslek mensuplarının meşrulaştırma taktiğini açıklamada muhasebe meslek mensuplarının çalıştığı il önemli bir değişkendir. “Muhasebe meslek mensuplarının kendini savunmaya yönelik izlenim yönetimi taktiklerinin kullanımı çalışılan ile göre farklılık göstermektedir” biçimindeki araştırma hipotezini (H_6) destekleyecek yeterli düzeyde kanıt bulunmuştur.

3.8.4.4. Yaşa Göre İzlenim Yönetimi Taktiklerinin Kullanımına İlişkin Bulgular ve Yorum

Muhasebe meslek mensuplarının kendini tanıtmaya yönelik izlenim yönetimi taktiklerinin kullanımının yaşa göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek için yapılan Kruskal Wallis H Testi sonuçları Tablo 13’te gösterilmiştir.

Tablo 13: Yaşa Göre Kendini Tanıtmaya Yönelik İzlenim Yönetimi Taktiklerinin Kullanımına İlişkin Kruskal Wallis H Testi Sonuçları

Taktikler	Yaş	<i>n</i>	Sıra Ortalaması	<i>sd</i>	χ^2	<i>p</i> -değeri
Niteliklerini Tanıtma ve Vurgulama Taktiği	24-29 yaş	2	48,00	5	3,825	0,575
	30-35 yaş	17	42,88			
	36-41 yaş	15	45,33			
	42-47 yaş	18	50,17			
	48-53 yaş	24	57,08			
	54 ve üzeri	26	56,73			
	Övgü Taktiği	24-29 yaş	2			
30-35 yaş	17	43,00				
36-41 yaş	15	58,80				
42-47 yaş	18	50,39				
48-53 yaş	24	56,58				
54 ve üzeri	26	48,27				
Yardım İsteme Taktiği	24-29 yaş	2	43,50	5	2,550	0,769
	30-35 yaş	17	50,12			
	36-41 yaş	15	55,33			
	42-47 yaş	18	47,61			
	48-53 yaş	24	46,79			
	54 ve üzeri	26	57,85			
	Yıldırma Taktiği	24-29 yaş	2			
30-35 yaş		17	62,94			
36-41 yaş		15	36,00			
42-47 yaş		18	60,78			
48-53 yaş		24	53,21			
54 ve üzeri		26	47,96			

Tablo 13'te görüldüğü üzere, kendini tanıtmaya yönelik izlenim yönetimi taktikleri bakımından niteliklerini tanıtmaya ve vurgulama ($\chi^2=3,825$; *p*-değeri=0,575; *p*-değeri>0,05), övgü ($\chi^2=3,525$; *p*-değeri=0,620; *p*-değeri>0,05) ile yardım isteme ($\chi^2=2,550$; *p*-değeri=0,769; *p*-değeri>0,05) taktiklerinin kullanımı *p*-değeri>0,05 olduğundan yaşa göre anlamlı bir farklılık göstermemektedir. Diğer bir ifadeyle, muhasebe meslek mensuplarının kendini tanıtmaya yönelik izlenim yönetimi taktiklerinden niteliklerini tanıtmaya ve vurgulama, övgü ile yardım isteme taktiklerinin kullanımı yaşa göre anlamlı bir farklılık göstermemekte veya muhasebe meslek mensuplarının niteliklerini tanıtmaya ve vurgulama, övgü ile yardım isteme taktiklerini açıklamada muhasebe meslek mensuplarının yaşı önemli bir değişken değildir. Yıldırma ($\chi^2=12,354$; *p*-değeri=0,030; *p*-değeri<0,05) taktiğinin kullanımı ise *p*-değeri<0,05 olduğundan yaşa göre anlamlı

bir farklılık göstermektedir. Bu farklılığın hangi yaş değişkenleri arasında anlamlı sonuçlar ortaya koyduğunun tespiti yararlı bilgiler sağlayabilir. Muhasebe meslek mensuplarında yıldırma taktiğinin kullanımının hangi yaş grupları arasında anlamlı farklılık oluşturduğunu belirlemek için ikili karşılaştırmalı Mann Whitney U Testi yapılmıştır. Yıldırma taktiğinin kullanımının ikili karşılaştırmalarında anlamlı farklılık oluşturan yaş gruplarının yer aldığı Mann Whitney U Testi sonuçları aşağıda Tablo 14’te gösterilmiştir.

Tablo 14: Yaşa Göre Yıldırma Taktiğinin Kullanımında Anlamlı Farklılığa İlişkin Mann Whitney U Testi Sonuçları

Yıldırma Taktiği	Yaş	<i>n</i>	Sıra Ortalaması	Sıra Toplamı	<i>U</i>	<i>p</i> -değeri
	Yıldırma Taktiği	24-29 yaş 42-47 yaş	2 18	2,50 11,39	5,00 205,00	2,000
30-35 yaş 36-41 yaş		17 15	20,00 12,53	340,00 188,00	68,000	0,025
36-41 yaş 42-47 yaş		15 18	12,67 20,61	190,00 371,00	70,000	0,019

Tablo 14’te görüldüğü üzere, yapılan Mann Whitney U Testi sonucuna göre 24-29 yaş ile 42-47 yaş, 30-35 yaş ile 36-41 yaş ve 36-41 yaş ile 42-47 yaş arasında p -değeri $<0,05$ olduğundan anlamlı farklılıklar belirlenmiştir. Farklılığın yorumlanmasına yönelik sıra ortalamaları incelendiğinde 24-29 yaş ile 42-47 yaş arasında 42-47 yaş, 30-35 yaş ile 36-41 yaş arasında 30-35 yaş ve 36-41 yaş ile 42-47 yaş arasında 42-47 yaş grubunda yer alan muhasebe meslek mensuplarının yıldırma taktiğini kullanımının daha yüksek olduğu görülmektedir. Buna göre, muhasebe meslek mensuplarının kendini tanıtmaya yönelik izlenim yönetimi taktiklerinden yıldırma taktiğinin kullanımı yaşa göre anlamlı bir farklılık göstermekte veya muhasebe meslek mensuplarının yıldırma taktiğini açıklamada muhasebe meslek mensuplarının yaşı önemli bir değişkendir. “Muhasebe meslek mensuplarının kendini tanıtmaya yönelik izlenim yönetimi taktiklerinin kullanımı yaşa göre farklılık göstermektedir” biçimindeki araştırma hipotezini (H_7) destekleyecek yeterli düzeyde kanıt tespit edilmiştir.

Muhasebe meslek mensuplarının kendini savunmaya yönelik izlenim yönetimi taktiklerinin kullanımının yaşa göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek için yapılan Kruskal Wallis H Testi sonuçları aşağıda Tablo 15’te gösterilmiştir.

Tablo 15: Yaşa Göre Kendini Savunmaya Yönelik İzlenim Yönetimi Taktiklerinin Kullanımına İlişkin Kruskal Wallis H Testi Sonuçları

Taktikler	Yaş	<i>n</i>	Sıra Ortalaması	<i>sd</i>	χ^2	<i>p</i> -değeri
Yadsıma Taktiği	24-29 yaş	2	45,50	5	2,045	0,843
	30-35 yaş	17	58,41			
	36-41 yaş	15	53,20			
	42-47 yaş	18	46,39			
	48-53 yaş	24	47,92			
	54 ve üzeri	26	53,31			
Özür Dileme Taktiği	24-29 yaş	2	28,50	5	8,937	0,112
	30-35 yaş	17	58,94			
	36-41 yaş	15	45,27			
	42-47 yaş	18	49,83			
	48-53 yaş	24	41,79			
	54 ve üzeri	26	62,12			
Mazeret Bildirme Taktiği	24-29 yaş	2	61,50	5	1,084	0,955
	30-35 yaş	17	51,53			
	36-41 yaş	15	57,53			
	42-47 yaş	18	50,67			
	48-53 yaş	24	49,96			
	54 ve üzeri	26	49,23			
Engel Koyma Taktiği	24-29 yaş	2	41,50	5	0,563	0,990
	30-35 yaş	17	49,35			
	36-41 yaş	15	49,93			
	42-47 yaş	18	52,61			
	48-53 yaş	24	54,04			
	54 ve üzeri	26	51,46			
Meşrulaştırma Taktiği	24-29 yaş	2	20,00	5	9,793	0,081
	30-35 yaş	17	38,18			
	36-41 yaş	15	46,47			
	42-47 yaş	18	62,11			
	48-53 yaş	24	51,50			
	54 ve üzeri	26	58,19			

Tablo 15’te görüldüğü üzere, kendini savunmaya yönelik izlenim yönetimi taktikleri bakımından yadsıma ($\chi^2=2,045$; *p*-değeri=0,843; *p*-değeri>0,05), özür dileme ($\chi^2=8,937$; *p*-değeri=0,112; *p*-değeri>0,05), mazeret bildirme ($\chi^2=1,084$; *p*-değeri=0,955; *p*-değeri>0,05), engel koyma ($\chi^2=0,563$; *p*-değeri=0,990; *p*-değeri>0,05) ve meşrulaştırma ($\chi^2=9,793$; *p*-değeri=0,081; *p*-değeri>0,05)

taktiklerinin kullanımı p -değeri $>0,05$ olduğundan yaşa göre anlamlı bir farklılık göstermemektedir. Diğer bir ifadeyle, muhasebe meslek mensuplarının kendini savunmaya yönelik izlenim yönetimi taktiklerinin kullanımı yaşa göre anlamlı bir farklılık göstermemekte veya muhasebe meslek mensuplarının kendini savunmaya yönelik izlenim yönetimi taktiklerini açıklamada muhasebe meslek mensuplarının yaşı önemli bir değişken değildir. “Muhasebe meslek mensuplarının kendini savunmaya yönelik izlenim yönetimi taktiklerinin kullanımı yaşa göre farklılık göstermektedir” biçimindeki araştırma hipotezini (H_8) desteklememektedir.

3.8.4.5. Mesleki Deneyime Göre İzlenim Yönetimi Taktiklerinin Kullanımına İlişkin Bulgular ve Yorum

Muhasebe meslek mensuplarının kendini tanıtmaya yönelik izlenim yönetimi taktiklerinin kullanımının mesleki deneyime göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek için yapılan Kruskal Wallis H Testi sonuçları Tablo 16’da gösterilmiştir.

Tablo 16: Mesleki Deneyime Göre Kendini Tanıtmaya Yönelik İzlenim Yönetimi Taktiklerinin Kullanımına İlişkin Kruskal Wallis H Testi Sonuçları

Taktikler	Mesleki Deneyim	<i>n</i>	Sıra Ortalaması	<i>sd</i>	χ^2	<i>p</i> -değeri
Niteliklerini Tanıtma ve Vurgulama Taktiği	1-5 yıl	4	59,00	5	5,429	0,366
	6-10 yıl	11	46,36			
	11-15 yıl	10	51,30			
	16-20 yıl	25	43,20			
	21-25 yıl	12	46,42			
	25 ve üzeri	40	58,93			
	Övgü Taktiği	1-5 yıl	4			
6-10 yıl	11	38,27				
11-15 yıl	10	45,50				
16-20 yıl	25	59,04				
21-25 yıl	12	45,00				
25 ve üzeri	40	54,68				
Yardım İsteme Taktiği	1-5 yıl	4	60,75	5	3,036	0,694
	6-10 yıl	11	53,00			
	11-15 yıl	10	58,70			
	16-20 yıl	25	43,44			
	21-25 yıl	12	51,42			
	25 ve üzeri	40	53,43			
	Yıldırma Taktiği	1-5 yıl	4			
6-10 yıl		11	53,73			
11-15 yıl		10	56,70			
16-20 yıl		25	49,44			
21-25 yıl		12	57,25			
25 ve üzeri		40	50,60			

Tablo 16’da görüldüğü üzere, kendini tanıtmaya yönelik izlenim yönetimi taktikleri bakımından niteliklerini tanıtma ve vurgulama ($\chi^2=5,429$; *p*-değeri=0,366; *p*-değeri>0,05), övgü ($\chi^2=5,565$; *p*-değeri=0,351; *p*-değeri>0,05), yardım isteme ($\chi^2=3,036$; *p*-değeri=0,694; *p*-değeri>0,05) ile yıldırma ($\chi^2=1,943$; *p*-değeri=0,857; *p*-değeri>0,05) taktiklerinin kullanımında *p*-değeri>0,05 olduğundan mesleki deneyime göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır. Diğer bir ifadeyle, muhasebe meslek mensuplarının kendini tanıtmaya yönelik izlenim yönetimi taktiklerinin kullanımı mesleki deneyime göre anlamlı bir farklılık göstermemekte veya muhasebe meslek mensuplarının kendini tanıtmaya yönelik izlenim yönetimi taktiklerini açıklamada muhasebe meslek mensuplarının mesleki deneyimi önemli bir değişken değildir. “Muhasebe meslek mensuplarının kendini tanıtmaya yönelik izlenim yönetimi taktiklerinin kullanımı

mesleki deneyime göre farklılık göstermektedir” biçimindeki araştırma hipotezini (H_0) destekleyecek yeterli düzeyde kanıt elde edilememiştir.

Muhasebe meslek mensuplarının kendini savunmaya yönelik izlenim yönetimi taktiklerinin kullanımının mesleki deneyime göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek için yapılan Kruskal Wallis H Testi sonuçları aşağıda Tablo 17’de gösterilmiştir.

Tablo 17: Mesleki Deneyime Göre Kendini Savunmaya Yönelik İzlenim Yönetimi Taktiklerinin Kullanımına İlişkin Kruskal Wallis H Testi Sonuçları

Taktikler	Mesleki Deneyim	<i>n</i>	Sıra Ortalaması	<i>sd</i>	χ^2	<i>p</i> -değeri
Yadsıma Taktiği	1-5 yıl	4	66,75	5	3,728	0,589
	6-10 yıl	11	44,27			
	11-15 yıl	10	52,40			
	16-20 yıl	25	48,08			
	21-25 yıl	12	44,25			
	25 ve üzeri	40	56,05			
Özür Dileme Taktiği	1-5 yıl	4	25,00	5	12,717	0,026
	6-10 yıl	11	59,91			
	11-15 yıl	10	46,50			
	16-20 yıl	25	54,84			
	21-25 yıl	12	29,92			
	25 ve üzeri	40	57,48			
Mazeret Bildirme Taktiği	1-5 yıl	4	38,75	5	3,849	0,571
	6-10 yıl	11	45,09			
	11-15 yıl	10	66,00			
	16-20 yıl	25	52,96			
	21-25 yıl	12	52,00			
	25 ve üzeri	40	49,85			
Engel Koyma Taktiği	1-5 yıl	4	26,25	5	5,566	0,351
	6-10 yıl	11	55,27			
	11-15 yıl	10	49,90			
	16-20 yıl	25	45,04			
	21-25 yıl	12	55,00			
	25 ve üzeri	40	56,38			
Meşrulaştırma Taktiği	1-5 yıl	4	47,00	5	7,768	0,169
	6-10 yıl	11	44,09			
	11-15 yıl	10	31,20			
	16-20 yıl	25	54,60			
	21-25 yıl	12	48,75			
	25 ve üzeri	40	57,95			

Tablo 17’de görüldüğü üzere, kendini savunmaya yönelik izlenim yönetimi taktikleri bakımından yadsıma ($\chi^2=3,728$; *p*-değeri=0,589; *p*-

değeri>0,05), mazeret bildirme ($\chi^2=3,849$; p -değeri=0,571; p -değeri>0,05), engel koyma ($\chi^2=5,566$; p -değeri=0,351; p -değeri>0,05) ve meşrulaştırma ($\chi^2=7,768$; p -değeri=0,169; p -değeri>0,05) taktiklerinin kullanımında p -değeri>0,05 olduğundan mesleki deneyime göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır. Diğer bir ifadeyle, muhasebe meslek mensuplarının kendini savunmaya yönelik izlenim yönetimi taktiklerinden yadsıma, mazeret bildirme, engel koyma ve meşrulaştırma taktiklerinin kullanımı mesleki deneyime göre anlamlı bir farklılık göstermemekte veya muhasebe meslek mensuplarının yadsıma, mazeret bildirme, engel koyma ve meşrulaştırma taktiklerini açıklamada muhasebe meslek mensuplarının mesleki deneyimi önemli bir değişken değildir. Özür dileme ($\chi^2=12,717$; p -değeri=0,026; p -değeri<0,05) taktiğinin kullanımında ise p -değeri<0,05 olduğundan mesleki deneyime göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır. Muhasebe meslek mensuplarında özür dileme taktiğinin kullanımının hangi mesleki deneyim grupları arasında anlamlı farklılık oluşturduğunu belirlemek için ikili karşılaştırmalı Mann Whitney U Testi yapılmıştır. Özür dileme taktiğinin kullanımının ikili karşılaştırmalarında anlamlı farklılık oluşturan mesleki deneyim gruplarının yer aldığı Mann Whitney U Testi sonuçları aşağıda Tablo 18’de gösterilmiştir.

Tablo 18: Mesleki Deneyime Göre Özür Dileme Taktiğinin Kullanımında Anlamlı Farklılığa İlişkin Mann Whitney U Testi Sonuçları

Özür Dileme Taktiği	Mesleki Deneyim	n	Sıra Ortalaması	Sıra Toplamı	U	p -değeri
	Özür Dileme Taktiği	1-5 yıl 25 ve üzeri	4 40	8,75 23,88	35,00 955,00	25,000
6-10 yıl 21-25 yıl		11 12	15,00 9,25	165,00 111,00	33,000	0,042
16-20 yıl 21-25 yıl		25 12	21,72 13,33	543,00 160,00	82,000	0,027
21-25 yıl 25 ve üzeri		12 40	15,17 29,90	182,00 1196,00	104,000	0,003

Tablo 18’de görüldüğü üzere, yapılan Mann Whitney U Testi sonucuna göre 1-5 yıl ile 25 ve üzeri yıl, 6-10 yıl ile 21-25 yıl, 16-20 yıl ile 21-25 yıl ve 21-25 yıl ile 25 ve üzeri yıl arasında p -değeri<0,05 olduğundan anlamlı farklılıklar

belirlenmiştir. Farklılığın yorumlanmasına yönelik sıra ortalamaları incelendiğinde 1-5 yıl ile 25 ve üzeri yıl arasında 25 ve üzeri yıl, 6-10 yıl ile 21-25 yıl arasında 6-10 yıl, 16-20 yıl ile 21-25 yıl arasında 16-20 yıl ve 21-25 yıl ile 25 ve üzeri yıl arasında 25 ve üzeri yıl grubunda muhasebe meslek mensuplarının özür dileme taktiğini kullanımının daha yüksek olduğu görülmektedir. Söz konusu farklılığın muhasebe meslek mensuplarının mesleki tecrübeleri arttıkça kendilerini daha doğru nasıl ifade edeceklerini ve karşısındakilerle daha iyi nasıl anlaşılacaklarını bilmelerinden kaynaklandığı ifade edilebilir. Buna göre, muhasebe meslek mensuplarının kendini savunmaya yönelik izlenim yönetimi taktiklerinden özür dileme taktiğinin kullanımı mesleki deneyime göre anlamlı bir farklılık göstermekte veya muhasebe meslek mensuplarının özür dileme taktiğini açıklamada muhasebe meslek mensuplarının mesleki deneyimi önemli bir değişkendir. “Muhasebe meslek mensuplarının kendini savunmaya yönelik izlenim yönetimi taktiklerinin kullanımı mesleki deneyime göre farklılık göstermektedir” biçimindeki araştırma hipotezini (H_{10}) destekleyecek yeterli düzeyde kanıt bulunmuştur.

3.8.4.6. Öğrenim Düzeyine Göre İzlenim Yönetimi Taktiklerinin Kullanımına İlişkin Bulgular ve Yorum

Muhasebe meslek mensuplarının kendini tanıtmaya yönelik izlenim yönetimi taktiklerinin kullanımının öğrenim düzeyine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek için yapılan Kruskal Wallis H Testi sonuçları Tablo 19’da gösterilmiştir.

Tablo 19: Öğrenim Düzeyine Göre Kendini Tanıtmaya Yönelik İzlenim Yönetimi Taktiklerinin Kullanımına İlişkin Kruskal Wallis H Testi Sonuçları

Taktikler	Öğrenim Düzeyi	<i>n</i>	Sıra Ortalaması	<i>sd</i>	χ^2	<i>p</i> -değeri
Niteliklerini Tanıtma ve Vurgulama Taktiği				3	1,423	0,700
	Lise	21	54,95			
	Önlisans	6	59,17			
	Lisans	72	49,42			
	Yüksek Lisans	3	62,00			
Övgü Taktiği				3	5,137	0,162
	Lise	21	57,62			
	Önlisans	6	72,83			
	Lisans	72	48,32			
	Yüksek Lisans	3	42,33			
Yardım İsteme Taktiği				3	0,392	0,942
	Lise	21	52,67			
	Önlisans	6	57,83			
	Lisans	72	50,56			
	Yüksek Lisans	3	53,33			
Yıldırma Taktiği				3	1,511	0,680
	Lise	21	52,95			
	Önlisans	6	64,83			
	Lisans	72	49,86			
	Yüksek Lisans	3	54,00			

Tablo 19’da görüldüğü üzere, kendini tanıtmaya yönelik izlenim yönetimi taktikleri bakımından niteliklerini tanıtmaya ve vurgulama ($\chi^2=1,423$; *p*-değeri=0,700; *p*-değeri>0,05), övgü ($\chi^2=5,137$; *p*-değeri=0,162; *p*-değeri>0,05), yardım isteme ($\chi^2=0,392$; *p*-değeri=0,942; *p*-değeri>0,05) ile yıldırma ($\chi^2=1,511$; *p*-değeri=0,680; *p*-değeri>0,05) taktiklerinin kullanımı *p*-değeri>0,05 olduğundan öğrenim düzeyine göre anlamlı bir farklılık göstermemektedir. Diğer bir ifadeyle, muhasebe meslek mensuplarının kendini tanıtmaya yönelik izlenim yönetimi taktiklerinin kullanımı öğrenim düzeyine göre anlamlı bir farklılık göstermemekte veya muhasebe meslek mensuplarının kendini tanıtmaya yönelik izlenim yönetimi taktiklerini açıklamada muhasebe meslek mensuplarının öğrenim düzeyi önemli bir değişken değildir. “Muhasebe meslek mensuplarının kendini tanıtmaya yönelik izlenim yönetimi taktiklerinin kullanımı öğrenim düzeyine göre farklılık göstermektedir” biçimindeki araştırma hipotezini (H_{11}) desteklememektedir.

Muhasebe meslek mensuplarının kendini savunmaya yönelik izlenim yönetimi taktiklerinin kullanımının öğrenim düzeyine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek için yapılan Kruskal Wallis H Testi sonuçları aşağıda Tablo 20’de gösterilmiştir.

Tablo 20: Öğrenim Düzeyine Göre Kendini Savunmaya Yönelik İzlenim Yönetimi Taktiklerinin Kullanımına İlişkin Kruskal Wallis H Testi Sonuçları

Taktikler	Öğrenim Düzeyi	<i>n</i>	Sıra Ortalaması	<i>sd</i>	χ^2	<i>p</i> -değeri
Yadsıma Taktiği	Lise	21	52,43	3	2,096	0,553
	Önlisans	6	65,67			
	Lisans	72	49,60			
	Yüksek Lisans	3	62,33			
Özür Dileme Taktiği	Lise	21	42,95	3	2,596	0,458
	Önlisans	6	50,50			
	Lisans	72	53,58			
	Yüksek Lisans	3	63,33			
Mazeret Bildirme Taktiği	Lise	21	49,86	3	1,037	0,792
	Önlisans	6	61,33			
	Lisans	72	51,56			
	Yüksek Lisans	3	42,00			
Engel Koyma Taktiği	Lise	21	60,43	3	4,399	0,222
	Önlisans	6	62,50			
	Lisans	72	48,69			
	Yüksek Lisans	3	34,33			
Meşrulaştırma Taktiği	Lise	21	54,10	3	0,447	0,930
	Önlisans	6	55,67			
	Lisans	72	50,63			
	Yüksek Lisans	3	46,00			

Tablo 20’de görüldüğü üzere, kendini savunmaya yönelik izlenim yönetimi taktikleri bakımından yadsıma ($\chi^2=2,096$; *p*-değeri=0,553; *p*-değeri>0,05), özür dileme ($\chi^2=2,596$; *p*-değeri=0,458; *p*-değeri>0,05), mazeret bildirme ($\chi^2=1,037$; *p*-değeri=0,792; *p*-değeri>0,05), engel koyma ($\chi^2=4,399$; *p*-değeri=0,222; *p*-değeri>0,05) ve meşrulaştırma ($\chi^2=0,447$; *p*-değeri=0,930; *p*-değeri>0,05) taktiklerinin kullanımı *p*-değeri>0,05 olduğundan öğrenim düzeyine göre anlamlı bir farklılık göstermemektedir. Diğer bir ifadeyle, muhasebe meslek

mensuplarının kendini savunmaya yönelik izlenim yönetimi taktiklerinin kullanımı öğrenim düzeyine göre anlamlı bir farklılık göstermemekte veya muhasebe meslek mensuplarının kendini savunmaya yönelik izlenim yönetimi taktiklerini açıklamada muhasebe meslek mensuplarının öğrenim düzeyi önemli bir değişken değildir. “Muhasebe meslek mensuplarının kendini savunmaya yönelik izlenim yönetimi taktiklerinin kullanımı öğrenim düzeyine göre farklılık göstermektedir” biçimindeki araştırma hipotezini (H_{12}) destekleyecek yeterli düzeyde kanıt tespit edilememiştir.

3.8.4.7. İzlenimleri Önemseme Durumuna Göre İzlenim Yönetimi Taktiklerinin Kullanımına İlişkin Bulgular ve Yorum

Muhasebe meslek mensuplarının kendini tanıtmaya yönelik izlenim yönetimi taktiklerinin kullanımının izlenimleri önemseme durumuna göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek için yapılan Mann Whitney U Testi sonuçları aşağıda Tablo 21’de gösterilmiştir.

Tablo 21: İzlenimleri Önemseme Durumuna Göre Kendini Tanıtmaya Yönelik İzlenim Yönetimi Taktiklerinin Kullanımına İlişkin Mann Whitney U Testi Sonuçları

Taktikler	İzlenimleri Önemseme Durumu	<i>n</i>	Sıra Ortalaması	Sıra Toplamı	<i>U</i>	<i>p</i> -değeri
Niteliklerini Tanıtma ve Vurgulama Taktiği	Evet	93	51,62	4801,00	407,000	0,892
	Hayır	9	50,22	452,00		
Övgü Taktiği	Evet	93	53,26	4953,00	255,000	0,054
	Hayır	9	33,33	300,00		
Yardım İsteme Taktiği	Evet	93	51,68	4806,00	402,000	0,846
	Hayır	9	49,67	447,00		
Yıldırma Taktiği	Evet	93	52,39	4872,00	336,000	0,330
	Hayır	9	42,33	381,00		

Tablo 21’de görüldüğü üzere, kendini tanıtmaya yönelik izlenim yönetimi taktikleri bakımından niteliklerini tanıtma ve vurgulama ($U=407,000$; p -değeri=0,892; p -değeri>0,05), övgü ($U=255,000$; p -değeri=0,054; p -değeri>0,05), yardım isteme ($U=402,000$; p -değeri=0,846; p -değeri>0,05) ile yıldırma

($U=336,000$; p -değeri= $0,330$; p -değeri $>0,05$) taktiklerinin kullanımında p -değeri $>0,05$ olduğundan izlenimleri önemseme durumuna göre anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır. Diğer bir ifadeyle, muhasebe meslek mensuplarının kendini tanıtmaya yönelik izlenim yönetimi taktiklerinin kullanımı izlenimleri önemseme durumuna göre anlamlı bir farklılık göstermemekte veya muhasebe meslek mensuplarının kendini tanıtmaya yönelik izlenim yönetimi taktiklerini açıklamada muhasebe meslek mensuplarının izlenimleri önemseme durumu önemli bir değişken değildir. “Muhasebe meslek mensuplarının kendini tanıtmaya yönelik izlenim yönetimi taktiklerinin kullanımı izlenimleri önemseme durumuna göre farklılık göstermektedir” biçimindeki araştırma hipotezini (H_{13}) destekleyecek yeterli düzeyde kanıt elde edilememiştir.

Muhasebe meslek mensuplarının kendini savunmaya yönelik izlenim yönetimi taktiklerinin kullanımının izlenimleri önemseme durumuna göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek için yapılan Mann Whitney U Testi sonuçları aşağıda Tablo 22’de gösterilmiştir.

Tablo 22: İzlenimleri Önemseme Durumuna Göre Kendini Savunmaya Yönelik İzlenim Yönetimi Taktiklerinin Kullanımına İlişkin Mann Whitney U Testi Sonuçları

Taktikler	İzlenimleri Önemseme Durumu	n	Sıra Ortalaması	Sıra Toplamı	U	p -değeri
Yadsıma Taktiği	Evet	93	49,74	4626,00	255,000	0,054
	Hayır	9	69,67	627,00		
Özür Dileme Taktiği	Evet	93	50,01	4651,00	280,000	0,102
	Hayır	9	66,89	602,00		
Mazeret Bildirme Taktiği	Evet	93	51,98	4834,00	374,000	0,600
	Hayır	9	46,56	419,00		
Engel Koyma Taktiği	Evet	93	49,95	4645,00	274,000	0,088
	Hayır	9	67,56	608,00		
Meşrulaştırma Taktiği	Evet	93	51,84	4821,00	387,000	0,710
	Hayır	9	48,00	432,00		

Tablo 22’de görüldüğü üzere, kendini savunmaya yönelik izlenim yönetimi taktikleri bakımından yadsıma ($U=255,000$; p -değeri= $0,054$; p -

değeri>0,05), özür dileme ($U=280,000$; p -değeri=0,102; p -değeri>0,05), mazeret bildirme ($U=374,000$; p -değeri=0,600; p -değeri>0,05), engel koyma ($U=274,000$; p -değeri=0,088; p -değeri>0,05) ve meşrulaştırma ($U=387,000$; p -değeri=0,710; p -değeri>0,05) taktiklerinin kullanımında p -değeri>0,05 olduğundan izlenimleri önemseme durumuna göre anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır. Diğer bir ifadeyle, muhasebe meslek mensuplarının kendini savunmaya yönelik izlenim yönetimi taktiklerinin kullanımı izlenimleri önemseme durumuna göre anlamlı bir farklılık göstermemekte veya muhasebe meslek mensuplarının kendini savunmaya yönelik izlenim yönetimi taktiklerini açıklamada muhasebe meslek mensuplarının izlenimleri önemseme durumu önemli bir değişken değildir. “Muhasebe meslek mensuplarının kendini savunmaya yönelik izlenim yönetimi taktiklerinin kullanımı izlenimleri önemseme durumuna göre farklılık göstermektedir” biçimindeki araştırma hipotezini (H_{14}) destekleyecek yeterli düzeyde kanıt bulunamamıştır.

Mann Whitney U ve Kruskal Wallis H testlerinin sonuçları muhasebe meslek mensuplarınca kendini tanıtmaya ve kendini savunmaya yönelik izlenim yönetimi taktiklerinin kullanımının çeşitli değişkenler açısından farklılık gösterip göstermediğinin belirlemek amacıyla oluşturulan hipotezler açısından değerlendirildiğinde H_6 , H_7 ve H_{10} hipotezlerinin kabul; H_1 , H_2 , H_3 , H_4 , H_5 , H_8 , H_9 , H_{11} , H_{12} , H_{13} ve H_{14} hipotezlerinin ise reddedildiği ifade edilebilir.

SONUÇ

Günümüze kadar yaşanan gelişmeler hem bireylerde hem de işletmelerde farklı ihtiyaçların oluşmasına neden olmuştur. Yaşanan değişimler çeşitli mesleklerin oluşmasına ve gelişmesine neden olmuştur. Bu bağlamda muhasebe mesleğinin de gelişmesini birçok unsur etkilemiştir. Muhasebe mesleğinin gelişimini işletme faaliyetlerinin artması, çeşitli ihtiyaçların ortaya çıkması, yasal düzenlemeler, yönetmelikler, çeşitli kuruluşların oluşması gibi faktörler etkilemiştir.

Ülkemizde muhasebe mesleği 1989 yılında kabul edilen 3568 sayılı Serbest Muhasebecilik, Serbest Muhasebeci Mali Müşavirlik ve Yeminli Mali Müşavirlik Kanunu ile düzenlenmiştir. 3568 sayılı Serbest Muhasebecilik, Serbest Muhasebeci Mali Müşavirlik ve Yeminli Mali Müşavirlik Kanunu'nda muhasebe meslek mensupları Serbest Muhasebeci, Serbest Muhasebeci Mali Müşavir ve Yeminli Mali Müşavir olarak belirlenmiş. Ancak 2008 yılında 5786 sayılı Serbest Muhasebecilik, Serbest Muhasebeci Mali Müşavirlik ve Yeminli Mali Müşavirlik Kanunu'nda Değişiklik Yapılması Hakkında Kanun ile söz konusu yasa bazı değişiklikler yapılmış ve 3568 sayılı Serbest Muhasebecilik, Serbest Muhasebeci Mali Müşavirlik ve Yeminli Mali Müşavirlik Kanunu'nun adı Serbest Muhasebeci Mali Müşavirlik ve Yeminli Mali Müşavirlik Kanunu olarak değiştirilmiştir. İlgili kanunla 3568 sayılı Kanun'da yer alan Serbest Muhasebeci unvanı kaldırılmıştır.

Muhasebe mesleğinin yasal bir biçime kavuşmasıyla ülkemizdeki muhasebe meslek mensuplarının türleri ve faaliyet alanlarının belirlendiği ifade edilebilir. Muhasebe meslek mensupları faaliyetlerini sürdürürken çeşitli taraflarla etkileşimde bulunmaktadır. Bu etkileşimlerinde de karşı tarafta belli bir izlenim oluşturulmasını hedefleyebilmektedir. Esasen bireyler iş ve sosyal hayatlarında arzu ettikleri amaçlara ulaşabilmek için amaçlarına uygun izlenimleri oluşturmak isterler. Bu bağlamda diğer bireylerin algı ve düşüncelerini etkilemeye yönelik çeşitli davranışlar sergilemek durumunda kalabilirler. İzlenim yönetimi taktikleri biçiminde adlandırılacak bu davranış kalıpları muhasebe meslek mensuplarınca da kullanılabilir. Bu davranış kalıpları muhasebe meslek mensuplarınca da kullanılabilir.

İzlenim yönetimi alanındaki yerli ve yabancı yazın incelendiğinde, kullanılabilir izlenim yönetimi taktiklerinin çeşitli açılardan ele alındığı ve sınıflandırıldığı görülmektedir. Bu çalışmada, kendini tanıtmaya ve kendini savunmaya yönelik izlenim yönetimi taktikleri sınıflandırması esas alınarak meslek mensuplarının kullandıkları izlenim yönetimi taktiklerini belirlemek amacıyla Trabzon ve Rize illerinde bağımsız olarak hizmet veren SM, SMMM ve YMM'lere anket uygulanmıştır. Ayrıca, muhasebe meslek mensuplarının unvan, cinsiyet, çalışılan il, yaş, mesleki deneyim, öğrenim düzeyi ve izlenimleri önemseme durumuna göre kullandıkları izlenim yönetimi taktiklerinin farklılık gösterip göstermediği de incelenmiştir. Çalışmanın örneklemini 102 kişiden oluşmaktadır. Anketten elde edilen veriler çeşitli istatistiksel teknikler kullanılarak analiz edilmiştir. Analiz sonucunda anılan konuya ilişkin çeşitli sonuçlar elde edilmiştir.

Çalışmanın uygulama bölümünde öncelikle ankete katılan muhasebe meslek mensuplarının demografik özelliklerine yönelik açıklamalarda bulunulmuştur. Daha sonra ise muhasebe meslek mensuplarının kullandıkları izlenim yönetimi taktiklerini belirlemek amacıyla faktör analizi uygulanmıştır. Ankette yer alan izlenim yönetimi taktikleri ölçeğine ilişkin 36 değişkenin 9 faktör altında açıklanabileceği ortaya konulmuştur. Çalışmada faktörler ilgili literatürden hareketle niteliklerini tanıtmaya ve vurgulama, övgü, yardım isteme, yıldırma, yadsıma, özür dileme, mazeret bildirme, engel koyma ve meşrulaştırma taktikleri biçiminde isimlendirilmiştir. Literatürde söz konusu ölçeğe ilişkin taktikler görüş birliği, övgü, örnek birey olma, yardım isteme, niteliklerini tanıtmaya, yıldırma, vurgulama, mazeret bildirme, meşrulaştırma, özür dileme, engel koyma ve yadsıma taktikleri biçiminde 12'li bir ayrıma tabi tutulmuştur. Bu çalışmada ise niteliklerini tanıtmaya ve vurgulama taktikleri faktör analizi sonucunda tek bir faktör biçiminde ele alınmıştır. Ayrıca, görüş birliği ve örnek birey olma taktikleri ise analiz sonucunda elde edilmemiştir. Bunun nedeni örneklemin özelliğine ve muhasebe meslek mensuplarının bakış açısına bağlanabilir.

Kendini tanıtmaya yönelik ve kendini savunmaya yönelik izlenim yönetimi taktiklerinin kullanımının demografik özelliklere ait değişkenlere göre

anlamli farklilik gosterip gostermediğini incelemek amacıyla Mann Whitney U ve Kruskal Wallis H Testleri uygulanmış ve belirli ilişkiler tespit edilmiştir. Buna göre;

- Kendini tanıtmaya yönelik izlenim yönetimi taktikleri bakımından niteliklerini tanıtmaya ve vurgulama, övgü, yardım isteme ile yıldırma taktiklerinin kullanımı unvana göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermemektedir. Kendini savunmaya yönelik izlenim yönetimi taktikleri bakımından ise yadsıma, özür dileme, mazeret bildirme, engel koyma ve meşrulaştırma taktiklerinin kullanımının unvana göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermediği tespit edilmiştir.
- Kendini tanıtmaya yönelik izlenim yönetimi taktikleri bakımından niteliklerini tanıtmaya ve vurgulama, övgü, yardım isteme ile yıldırma taktiklerinin kullanımında cinsiyete göre anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır. Kendini savunmaya yönelik izlenim yönetimi taktikleri bakımından ise yadsıma, özür dileme, mazeret bildirme, engel koyma ve meşrulaştırma taktiklerinin kullanımı cinsiyete göre anlamlı bir farklılık göstermemektedir.
- Kendini tanıtmaya yönelik izlenim yönetimi taktikleri bakımından niteliklerini tanıtmaya ve vurgulama, övgü, yardım isteme ile yıldırma taktiklerinin kullanımında çalışılan ile göre anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır. Kendini savunmaya yönelik izlenim yönetimi taktikleri bakımından ise yadsıma, özür dileme, mazeret bildirme ve engel koyma taktiklerinin kullanımı çalışılan ile göre anlamlı bir farklılık göstermemektedir. Meşrulaştırma taktiğinin kullanımında çalışılan ile göre anlamlı bir farklılık bulunmaktadır. Söz konusu farklılık incelendiğinde, Rize ilinde çalışan muhasebe meslek mensuplarında Trabzon ilinde çalışan muhasebe meslek mensuplarına göre meşrulaştırma taktiğinin kullanımının daha yüksek olduğu görülmektedir. Bu farklılığın nedeni Trabzon'un Rize'ye göre daha gelişmiş olmasıyla ilişkilendirilebilir.
- Kendini tanıtmaya yönelik izlenim yönetimi taktikleri bakımından niteliklerini tanıtmaya ve vurgulama, övgü ile yardım isteme taktiklerinin

kullanımının yaşa göre anlamlı bir farklılık göstermediği tespit edilmiştir. Yıldırma taktiğinin kullanımı ise yaşa göre anlamlı bir farklılık göstermektedir. Kendini savunmaya yönelik izlenim yönetimi taktikleri bakımından ise yadsıma, özür dileme, mazeret bildirme, engel koyma ve meşrulaştırma taktiklerinin kullanımında yaşa göre anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır.

- Kendini tanıtmaya yönelik izlenim yönetimi taktikleri bakımından niteliklerini tanıtmaya ve vurgulama, övgü, yardım isteme ile yıldırma taktiklerinin kullanımı mesleki deneyime göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermemektedir. Kendini savunmaya yönelik izlenim yönetimi taktikleri bakımından ise yadsıma, mazeret bildirme, engel koyma ve meşrulaştırma taktiklerinin kullanımında mesleki deneyime göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık tespit edilememiştir. Özür dileme taktiğinin kullanımında mesleki deneyime göre anlamlı bir farklılık bulunmaktadır. Bu farklılığın muhasebe meslek mensuplarının mesleki tecrübeleri arttıkça kendilerini daha doğru nasıl ifade edeceklerini ve karşısındakilerle daha iyi nasıl anlaşılacaklarını bilmelerinden kaynaklandığı ifade edilebilir.
- Kendini tanıtmaya yönelik izlenim yönetimi taktikleri bakımından niteliklerini tanıtmaya ve vurgulama, övgü, yardım isteme ile yıldırma taktiklerinin kullanımı öğrenim düzeyine göre anlamlı bir farklılık göstermemektedir. Kendini savunmaya yönelik izlenim yönetimi taktikleri bakımından ise yadsıma, özür dileme, mazeret bildirme, engel koyma ve meşrulaştırma taktiklerinin kullanımının öğrenim düzeyine göre anlamlı bir farklılık göstermediği tespit edilmiştir.
- Kendini tanıtmaya yönelik izlenim yönetimi taktikleri bakımından niteliklerini tanıtmaya ve vurgulama, övgü, yardım isteme ile yıldırma taktiklerinin kullanımında izlenimleri önemseme durumuna göre anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır. Kendini savunmaya yönelik izlenim yönetimi taktikleri bakımından ise yadsıma, özür dileme, mazeret

bildirme, engel koyma ve meşrulaştırma taktiklerinin kullanımı izlenimleri önemseme durumuna göre anlamlı bir farklılık göstermemektedir.

Sonuç olarak muhasebe meslek mensuplarının kullandıkları izlenim yönetimi taktikleri unvan, cinsiyet, öğrenim düzeyi ve izlenimleri önemseme durumuna değişkenlerine göre 0,05 anlamlılık düzeyinde anlamlı bir farklılık göstermemektedir. Fakat muhasebe meslek mensuplarınca kullanılan izlenim yönetimi taktikleri yaş, çalışılan il ve mesleki deneyim değişkenlerine göre 0,05 anlamlılık düzeyinde anlamlı bir farklılık göstermektedir.

Yerli literatür incelendiğinde, izlenim yönetimi taktiklerine ilişkin öğretmenler, akademisyenler, emniyet örgütü yöneticileri gibi çeşitli meslek gruplarına yönelik çalışmalar yapıldığı görülmektedir. Söz konusu meslek gruplarının çeşitli demografik özelliklerine göre kullandıkları izlenim yönetimi taktiklerine ilişkin bulgular ile muhasebe meslek mensuplarının benzer demografik özelliklerine göre kullandıkları izlenim yönetimi taktiklerine ilişkin sonuçlara aşağıda karşılaştırmalı olarak yer verilmiştir.

Demir (2002) tarafından lise öğretmenlerinin izlenim yönetimine ilişkin çalışma yapılmıştır. Çalışma sonucunda öğretmenlerin cinsiyetine, çalıştıkları okul türüne ve mesleki deneyimine göre izlenim yönetimi taktiklerini kullanma sıklıklarında bazı taktiklerde anlamlı farklılıklar bulunmaktadır. Elde edilen bu sonuçlardan mesleki deneyime göre; görüş birliği, övgü, niteliklerini tanıtmaya, örnek olma, yardım isteme ve özür dileme taktiğinde anlamlı farklılık bulunmaktadır. Muhasebe meslek mensuplarının mesleki deneyimine göre özür dileme taktiğinin kullanımında anlamlı bir farklılık bulunması bakımından söz konusu çalışma ile benzerlik gösterdiği ifade edilebilir.

Emniyet örgütü yöneticilerinin izlenim yönetimine ilişkin bir çalışma Ünalı (2005) tarafından yapılmıştır. Bu çalışmanın sonucunda emniyet örgütü yöneticilerinin kullandıkları bazı izlenim yönetimi taktiklerinde rütbe, cinsiyet, hizmet yılları ve mezun olunan okul türü değişkenlerine göre anlamlı farklılıklar bulunmaktadır. Bu sonuçlar, muhasebe meslek mensuplarının benzer demografik özelliklerine göre kullandıkları izlenim yönetimi taktikleri ile karşılaştırıldığında elde edilen sonuçlar ile benzerlik göstermemektedir.

Akdoğan ve Aykan'ın (2008) akademisyenlerin izlenim yönetimi taktiklerini belirlemeye yönelik yapılan çalışmasında akademisyenlerin cinsiyet ve mesleki deneyim değişkenlerine göre izlenim yönetimi taktiklerinin kullanımının anlamlı bir farklılık göstermediği; yaş ve izlenimleri önemseme durumu değişkenlerine göre niteliklerini tanıtmaya taktiklerinin kullanımında anlamlı bir farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Elde edilen bu sonuçlar, muhasebe meslek mensuplarının demografik özelliklerine yönelik elde edilen sonuçlarla karşılaştırıldığında cinsiyete göre anlamlı bir farklılık göstermemesi açısından benzerlik gösterdiği belirtilebilir.

Akademisyenler özelinde benzer bir çalışma, Nartgün ve diğerleri (2013) tarafından yapılmıştır. Çalışmanın sonucunda öğretim elemanlarının kullandıkları izlenim yönetimi taktiklerinin unvan ve mesleki deneyim değişkenlerine göre anlamlı farklılık göstermediği; cinsiyet, görev yaptığı fakülte, çalıştıkları bölüm ve öğrenim düzeyi değişkenlerine göre anlamlı bir farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Elde edilen bu sonuçlar, muhasebe meslek mensuplarının demografik özelliklerine yönelik elde edilen sonuçlarla karşılaştırıldığında unvana göre anlamlı bir farklılık göstermemesi açısından benzerlik gösterdiği ifade edilebilir.

Bu çalışmada bağımsız olarak hizmet veren muhasebe meslek mensuplarının kullandıkları izlenim yönetimi taktiklerinin belirlenmesine yönelik bir araştırma yapılmıştır. Ayrıca çalışma Trabzon ve Rize illeriyle sınırlandırılmıştır. Benzer bir araştırmanın bağımlı ve bağımsız olarak hizmet veren muhasebe meslek mensupları üzerinde daha geniş bir coğrafyada uygulanmasının yararlı olacağı ifade edilebilir.

KAYNAKÇA

- Akdoğan, A. ve Aykan, E. (2008). "İzlenim Yönetimi Taktikleri: Erciyes Üniversitesinde Görev Yapan Akademisyenlerin İzlenim Yönetimi Taktiklerini Belirlemeye Yönelik Bir Uygulama". *İstanbul Üniversitesi İşletme İktisadi Enstitüsü- Yönetim Dergisi* , Yıl:19, sy. 60, ss. 6-21.
- Akgün, T. (2009). *İzlenim Yönetimi Taktikleri ile İş Performansı Değerleme Puanları Arasındaki İlişki: Bir Uygulama* (Yüksek Lisans Tezi), Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Albayrak, A. S. (2006). *Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri*, Ankara: Asil Yayın Dağıtım .
- Andrews, M. C. (1999). *Impression Management by Association: Construction and Validation of a Scale* (PhD Dissertation), The Florida State University Collage of Business. Available from ProQuest Dissertations & Theses Global database. (UMI No. 9919685)
- Andrews, M. C. ve Kacmar, K. M. (2001). "Impression Management by Association: Construction and Validation of a Scale". *Journal of Vocational Behavior* , Vol. 58, No. 1, ss. 142-161. DOI:10.1006/jvbe.2000.1756
- Appelbaum, S. H. ve Hughes, B. (1998). "Ingratiation as a Political Tactic: Effects Within the Organization". *Management Decision* , Vol. 36, No. 2, pp. 85-95.
- Arıkan, Y. (2008). *3568 Sayılı Kanun ve Yönetmelikler Meslek Mevzuatı*, İstanbul: İSMMMOMevzuat Yayınları.
- Arıkan, Y. (2010). "Dünya ile Türkiye Ekonomisinin Değerlendirmesi ve Muhasebe Mesleğindeki Gelişmeler". *Mali Çözüm Dergisi* , sy. 98, ss. 11-21.
- Arıkan, Y. (2005). *Meslek Hukuku Uygulamaları*, İstanbul: İSMMMOMevzuat Yayınları, No:33.
- Arıkan, Y. (2009). "Muhasebe Mesleğinde Uzmanlaşma ve Kurumsallaşma Süreci". *Mali Çözüm Dergisi* sy. 91, ss. 9-17.
- Ataman, Ü. (1999). *Muhasebede Dönem Sonu İşlemleri Genel Muhasebe*, İstanbul: Türkmen Kitabevi.
- Avder, E. (2007). *Geçmişten Günümüze Muhasebe Mesleği*, <http://www.muhasabetr.com/yazarlarimiz/erdogan/008/>. [12.04.2014]
- Ayboğa, H. (2003). "Globalleşme Sürecinde Ülkemizde Muhasebe Mesleği ve Meslek Mensuplarının Eğitimi". *T.C. Marmara Üniversitesi İ.İ.B.F Dergisi* ,c. XVIII, sy. 1, ss. 327-359.
- Aysan, M. A. (1996). "Türkiye'de Muhasebe Mesleğinin Gelişimi". *Mali Çözüm Dergisi*, sy. 37.

- Bahadır, M. (2007). *Resmi ve Özel İlköğretim Yöneticilerinin İzlenim Yönetimi Taktiklerini Kullanma Düzeyleri (Sakarya İli Örneği)* (Yüksek Lisans Tezi), Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Barsness, Z. I., Diekmann, K. A. ve Seidel, M. D. (2005). "Motivation and Opportunity: The Role of Remote Work, Demographic Dissimilarity, and Social Network Centrality in Impression Management". *Academy of Management Journal*, Vol. 48, No.3 , pp. 401-419.
- Basım, H. ve Tatar, İ. (2006). "Kamuda İzlenim Yönetimi: Karşılaştırmalı Bir Çalışma". *Amme İdaresi Dergisi* , c. 39, sy. 4, ss. 225-244.
- Basım, H., Tatar, İ. ve Şirin, N. H. (2006). "İzlenim Yönetiminde Kendillik Algısı, Kontrol Odağı, Mesleki Hedeflere Ulaşma Düzeyi ve Stres: Bir Kamu Sektörü Örneği". *Türk Psikoloji Dergisi* , c.21 sy. 58, ss. 1-14.
- Başer, M. (1999). "Muhasebe Mesleğinin Örgütlenmesinde Türkiye". *Mali Çözüm Dergisi*, sy. 47.
- Başpınar, A. (2005). "Türkiye’de ve Dünyada Denetim Standartlarının Oluşumuna Genel Bir Bakış". *Maliye Dergisi*, sy.148, ss.35-62.
- Bayrakçı, M. (2007). "Sosyal Öğrenme Kuramı ve Eğitimde Uygulanması". *SAÜ Eğitim Fakültesi Dergisi*, sy. 14, ss. 198-210.
- Bayraktutar, A. (2009). *The Role of Impression Management and Political Skill on Supervisor Rated Performance* (Master Thesis), Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Bolino, M. C. ve Turnley, W. H. (2003). "Counternormative Impression Management, Likeability, and Performance Ratings: The Use of Intimidation in an Organizational Setting". *Journal of Organizational Behavior*, Vol. 24, No. 2, pp. 237-250. DOI: 10.1002/job.185
- Bolino, M. C. ve Turnley, W. H. (2001). "Gender and the Use of Supplication and Intimidation in Organizations". *Academy of Management Proceedings* , pp. A1-A6. DOI: 10.5465/APBPP.2001.6132955
- Bolino, M. C. ve Turnley, W. H. (1999). "Measuring Impression Management in Organizations: A Scale Development Based on the Jones and Pittman Taxonomy". *Organizational Research Methods* , Vol. 2, No. 2, pp. 187-206.
- Bolino, M. C., Kacmar, K. M., Turnley, W. H. ve Gilstrap, J. B. (2008). "A Multi-Level Review of Impression Management Motives and Behaviors". *Journal of Management* , Vol. 34, No. 6, pp. 1080-1109. DOI: 10.1177/0149206308324325
- Bozeman, D. P. ve Kacmar, K. M. (1997)." A Cybernetic Model of Impression Management Processes in Organizations". *Organizational Behaviour and human Decision Processes* , Vol. 69, No. 1, pp. 9-30.
- Büyüköztürk, Ş. (2007). *Sosyal Bilimler için Veri Analizi El Kitabı: İstatistik, Araştırma Deseni SPSS Uygulamaları ve Yorum*, Ankara: Pegem A Yayıncılık.

- Cantekin, A. (2003). *Etkileme Yönetimi: Karşılaştırmalı Bir Analiz* (Yüksek Lisans Tezi), Kara Harp Okulu Savunma Bilimleri Enstitüsü.
- Chen, Y.-Y. ve Fang, W. (2008). "The Moderating Effect of Impression Management on the Organizational Politics–Performance Relationship". *Journal of Business Ethics*, Vol. 79, No. 3, pp. 263-277. DOI:10.1007/s10551-007-9379-3
- Chin, W. R. (2006). *The Role of Impression Management in Goal Setting* (Master Thesis), University of Waterloo.
<https://uwspace.uwaterloo.ca/bitstream/handle/10012/951/wrchin2006.pdf?sequence=1> [12.05.2014]
- Crane, E. ve Crane, F. G. (2002). "Usage and Effectiveness of Impression Management Strategies in Organizational Settings". *Journal of Group Psychotherapy Psychodrama and Sociometry* , Vol. 55, No. 1, pp. 25-34.
- Çaldağ, Y.ve Ayanoğlu, Y. (2006). *Genel Muhasebe: Yeni Yasal Düzenlemelerle Uyumlu: Açıklamalı, Çözümlü Örnekler ve Çalışma Problemleri Destekli: Üniversitelerin, Fakülte ve Meslek Yüksekokulları için*, Ankara: Gazi Kitabevi.
- Çetin, F. ve Basım, H. (2010). "İzlenim Yönetimi Taktiklerinde Öz Yeterlilik Algısının Rolü". *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, sy. 35, ss. 255-269.
- Delery, J. E. ve Kacmar, K. M. (1998). "The Influence of Applicant and Interviewer Characteristics on the Use of Impression Management". *Journal of Applied Social Psychology* , Vol. 28, No. 18, pp. 1649-1669.
- Demir, B. (2012). "Muhasebeye Yön Veren Gelişmeler ve Meslek Yüksek Okullarında Verilen Muhasebe Eğitimine Yansımaları". *Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi* , c.1, sy. 4, ss. 109-120.
- Demir, K. (2002). *Türkiye'deki Resmi ve Özel Lise Öğretmenlerinin İzlenim Yönetimi* (Doktora Tezi), Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
- Demiral, Ö. (2013). *İzlenim Yönetimi Taktiklerinin Örgütsel Sonuçlara Etkisi Üzerine Bir Araştırma* (Doktora Tezi), T.C. Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Demirbaş, M. ve Yağbasan, R. (2005). "Sosyal Öğrenme Teorisine Dayalı Öğretim Etkinliklerinin, Öğrencilerin Bilimsel Tutumlarının Kalıcılığına Olan Etkisinin İncelenmesi". *Uludağ Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi* , c.18 sy. 2, ss. 363-382.
- Doğan, S. ve Kılıç, S. (2009). "Örgütlerde "İzlenim Yönetimi Davranışı" Üzerine Kavramsal Bir İnceleme". *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi* , c.23, sy. 3, ss. 53-83.
- Elitaş, C., Güvemli, O., Aydemir, O., Erkan, M., Özcan, U. ve Oğuz, M. (2008). *Osmanlı İmparatorluğu'nda 500 Yıl Boyunca Kullanılan Muhasebe Yöntemi: Merdiven Yöntemi*. Ankara: T.C. Maliye Bakanlığı Strateji Geliştirme Başkanlığı, Yayın No: 377.

- Ellis, A. P., West, B. J., Ryan, A. M. ve DeShon, R. P. (2002). "The Use of Impression Management Tactics in Structured Interviews: A Function of Question Type?". *Journal of Applied Psychology* , Vol. 87, No. 6, pp. 1200-1208. DOI: 10.1037//0021-9010.87.6.1200
- Erdem, F. S. (2008). *Organizasyonlarda Lider-Üye Etkileşiminin Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Üzerindeki Etkilerinde İzlenim Yönetimi Davranışının Rolü: Kayseri'de Hizmet Sektöründe Bir Araştırma* (Yüksek Lisans Tezi), Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Gardner, W. L. ve Avolio, B. J. (1998). "The Charismatic Relationship: A Dramaturgical Perspective". *Academy of Management Review* , Vol. 23, No. 1, pp. 32-58.
- Gardner, W. L. ve Martinko, M. J. (1988b). "Impression Management in Organizations". *Journal of Management* , Vol. 14, No. 2, pp. 321-338.
- Gardner, W. L. ve Martinko, M. J. (1988a)." Impression Management: An Observational Study Linking Audience Characteristics with Verbal Self-Presentations". *Academy of Management Journal* , Vol. 31, No. 1, pp. 42-65.
- Goffman, E. (1967). *Interaction Ritual: Essays on Face-to-Face Behavior*, New York: Anchor Books, Doubleday & Company, Inc.
- Goffman, E. (1959). *The Presentation of Self in Everyday Life*, Garden City, New York: Doubleday Anchor Books.
- Gökçen, G. (2007). *Genel Muhasebe İlkeler ve Tekdüzen Hesap Planı Uygulamaları*, İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım.
- Grolier International Americana Encyclopedia. (1993). c. 12 . Danbury,Connecticut- İstanbul: Grolier Incorporated-Sabah.
- Gundersen, D. E., B.Tinsley, D. ve Terpstra, D. E. (1996). "Empirical Assessment of Impression Management Biases: The Potential for Performance Appraisal Error". *Journal of Social Behavior and Personality* , Vol. 11, No. 5, pp. 57-76.
- Güvemli, O. ve Güvemli, B. (2006). "Osmanlı'dan Cumhuriyet'e Muhasebe Düşüncesinin Gelişmesi". *Mali Çözüm Dergisi- 17. Dünya Muhasebe Kongresi* , sy. 76, ss. 275-289.
- Güvemli, O., Aytulun, A. ve Şişman, B. (2013). "Türkiye'de Muhasebe Mesleğinin Gelişmesi ve İlk Meslek Örgütlenmesi: Türkiye Muhasebe Uzmanları Derneği - 1942". *MUFİTAD Dergisi*, sy. 4, ss. 19-49.
- Higgins, C. A., Judge, T. A. ve Ferris, G. R. (2003). "Influence Tactics and Work Outcomes: A Meta-Analysis". *Journal of Organizational Behavior* , Vol. 24, No. 1, pp. 89-106. DOI: 10.1002/job.181
- İbiş, C. (2011). "TÜRMOB ve TMUD'un Uluslararası Meslek Örgütleri ile Olan İlişkileri". *IX. Türkiye Muhasebe Denetimi Sempozyumu, III. Uluslararası Türkiye Muhasebe Denetimi Sempozyumu*, ss. 113-128. <http://archive.ismmmo.org.tr/docs/sempozyum/09Sempozyum/5%20genel%20oturum%203/2%20cemal%20ibis.pdf> [16.04.2014]

- İskender, H. (2011). *Türkiye'de Muhasebe Meslek Mensuplarının Mesleki Yetkinlik Sorunları ve Bu sorunların Çözümünde Sürekli Eğitimin Rolü* (Doktora Tezi), Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Jain, A. K. (2012). "Does Emotional Intelligence Predict Impression Management?". *Journal of Organizational Culture, Communications and Conflict* , Vol. 16, No. 2, pp. 11-24.
- Jaja, S. A. (2003). "Impression Management Metaphors: An Agenda for the 21st Century African Industrial Managers". *Management Research News* ,Vol. 26, No. 12, pp. 73-94.
- Jones, E. E. ve Pittman, T. S. (1982). "Toward A General Theory of Strategic Self- Presentation", *Psychological Perspectives on the Self*, ed. Jerry Suls, Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum, ss. 231-262.
- Kacmar, K. M. ve Carlson, D. S. (1999). "Effectiveness of Impression Management Tactics Across Human Resource Situations". *Journal of Applied Social Psychology* , Vol. 29, No. 6, pp. 1293-1315.
- Kalaycı, Ş. (2006). "Faktör Analizi", *SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri*, ed. Şeref Kalaycı, Ankara: Asil Yayın Dağıtım .
- Kan, N. (2011). *İzlenim Yönetiminin Performans Değerlendirme Üzerindeki Etkisi: Akdeniz Bölgesi'nde Faaliyet Gösteren 4-5 Yıldızlı Otel İşletmelerine Yönelik Bir Araştırma* (Yüksek Lisans Tezi), Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Üniversitesi.
- Kasar, A. (2013). *Patronunuzu Nasıl İkna Edersiniz? Çalışan- Yönetici İletişiminde İkna Teknikleri ve İzlenim Yönetimi*, İstanbul: Babıali Kültür Yayıncılığı.
- Kavak, Ş. (2005). *Genel Muhasebe*, Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Kipnis, D., Schmidt, S. M. ve Wilkinson, I. (1980). "Intraorganizational Influence Tactics: Explorations in Getting One's Way". *Journal of Applied Psychology* , Vol.65, No. 4, pp. 440-452.
- Kurtcebe, E. (2008). *21. Yüzyılda Muhasebe Mesleği'nin Vizyonu* (Yüksek Lisans Tezi), Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Küçükşavaş, N. (2001). *Genel Muhasebe İlkeler ve Uygulaması Tekdüzen Muhasebe Sistemi Uygulamaları*, İstanbul: Beta Basım Yayın Dağıtım.
- Leary, M. R. (1996). *Self-Presentation Impression Management and Interpersonal Behaviour*, Oxford: Westview Press.
- Leary, M. R. ve Kowalski, R. M. (1990). "Impression Management: A Literature Review and Two-Component Model". *Psychological Bulletin* , Vol. 107, No. 1, pp. 34-47.
- Marşap, B. (1995). *Muhasebe Mesleğinde İş Tatmininin Türkiye Açısından İncelenmesi* (Doktora Tezi), Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Martinko, M. J. (1991). "Impression Management: Looking to the Future", *Applied Impression Management: How Image-Making Affects Managerial*

Decisions, ed. Robert A. Giacalone and Paul Rosenfeld, London: Sage Publications, ss. 257-277.

- Nagy, B., Kacmar, M. ve Harris, K. (2011). "Dispositional and Situational Factors as Predictors of Impression Management Behaviors". *Institute of Behavioral and Applied Management* , pp.229-245, <http://www.ibam.com/pubs/jbam/articles/vol12/no3/6%20-%20Dispositional%20and%20Situational%20Factors%20as%20Predictors%20of%20Impression%20Management%20Behaviors.pdf> [22.05.2014]
- Nalbantoğlu, R. Muhasebe Uygulamaları Konusunda Meslek Mensuplarının Bakış Açıları. <http://archive.ismmmo.org.tr/docs/sempozyum/06Sempozyum/5Oturum/RifatNalbantoglu.pdf> [10.04.2014]
- Nartgün, Ş. S., Güneş, D. Z., Kepekcioglu, E. S. ve Selvi, Ç. (2013). "Öğretim Elemanlarının İzlenim Yönetimi Taktiklerini Kullanma Düzeyi: Abant İzzet Baysal Üniversitesi-Sakarya Üniversitesi Örneği". *The Journal of Academic Social Science Studies* ,c. 6, sy. 1, ss. 1065-1090.
- O'Callaghan, F. ve Doyle, J. (2001). "What is the Role of Impression Management in Adolescent Cigarette Smoking?". *Journal of Substance Abuse* , Vol. 13, pp. 459-470.
- Orhunbilge, N. (2000). *Örnekleme Yöntemleri ve Hipotez Testleri*, İstanbul: Avcıol Basım Yayın.
- Özdemir, N. Gümrükçü (2006). *Sanal Topluluklarda İzlenimi Yönetme* (Yüksek Lisans Tezi), Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Rosenfeld, P.(1997)." Impression Management, Fairness, and the Employment Interview". *Journal of Business Ethics*, Vol. 16, pp. 801-808.
- Rosenfeld, P., Giacalone, R. A. ve Riordan, C. A. (1995). *Impression Management in Organizations*, London and New York: Routledge.
- Schütz, A. (1998). "Assertive, Offensive, Protective and Defensive Styles of Self-Presentation: A Taxonomy". *The Journal of Psychology* , Vol. 132, No. 6, pp. 611-628.
- Soylu, Y. (2010). *Muhasebe Meslek Mensuplarının Eğitim Düzeylerinin Meslek Etiğinin Algılanması Üzerindeki Etkisi* (Yüksek Lisans Tezi), Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Stapleton, K. ve Hargie, O. (2011). "Double-Bind Accountability Dilemmas: Impression Management and Accountability Strategies Used by Senior Banking Executives". *Journal of Language and Social Psychology* , Vol. 30, No. 3, pp. 266-289. DOI: 10.1177/0261927X11407165
- Subaşı, Ş. (2006). *Muhasebe Meslek Mensuplarının Sürekli Eğitimi ve Türkiye'deki Uygulamanın Değerlendirilmesi* (Doktora Tezi), Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Sürmen, Y. (2013). *Muhasebe-1*, Trabzon: Celepler Matbaacılık.

- Şengel, S. (2010). "Sürekli Muhasebe Meslek Eğitiminin Önemi ve Bir Değerlendirme". *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, sy. 47, ss. 81-94.
- Tabak, A., Basım, H. N., Tatar, İ. ve Çetin, F. (2010). "İzlenim Yönetimi Taktiklerinde Beş Faktör Kişilik Özelliklerinin Rolü: Savunma Sanayiinde Bir Araştırma". *Ege Akademik Bakış*, c. 10, sy. 2, ss. 539-557.
- Taşçı, D. ve Eroğlu, E. (2007). "Yöneticilerin Kişilik Özellikleri İle Kullandıkları İkna ve Etkileme Taktiklerinin Kullanım Sıklığı Arasındaki İlişkinin Değerlendirilmesi". *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* sy. 17, ss. 533-546.
- Tatar, İ. (2006). *İzlenim Yönetiminde Kendilik Algısı Ve Stres: Kara Kuvvetlerinde Bir Uygulama* (Yüksek Lisans Tezi), Kara Harp Okulu Savunma Bilimleri Enstitüsü.
- Turnley, W. H. ve Bolino, M. C. (2001). "Achieving Desired Images While Avoiding Undesired Images: Exploring the Role of Self-Monitoring in Impression Management". *Journal of Applied Psychology*, Vol. 86, No. 2, pp. 351-360. DOI: 10.1037//0021-9010.86.2.351
- Türköz, T. (2010). *Çalışanların Öz Liderlik Algısının İzlenim Yönetimi Taktiklerini Kullanımlarına Olan Etkileri: Savunma Sanayinde Uygulamalı Bir Araştırma* (Yüksek Lisans Tezi), Kara Harp Okulu Savunma Bilimleri Enstitüsü.
- Uzay, Ş., Tanç, A. ve Erciyes, M. (2009). "Türkiye'de Muhasebe Denetimi: Geçmişten Geleceğe-1". *Mali Çözüm Dergisi*, sy. 95, ss. 125-140.
- Ülbeği, İ. D., Özgen, H. M. ve Özgen, H. (2013). "Örgütsel Ortamda İstismarcı Yönetim ve İzlenim Yönetimi Üzerine Bir Araştırma". *Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, c. 22, sy. 2, ss. 1-14.
- Ünalı, S. (2005). *Emniyet Örgütü Yöneticilerinin İzlenim Yönetimi* (Yüksek Lisans Tezi), Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
- Wayne, S. J. ve Liden, R. C. (1995). "Effects of Impression Management on Performance Ratings: A Longitudinal Study". *The Academy of Management Journal*, Vol. 38, No.1, pp. 232-260.
- Yalçın, N. (2008). *Muhasebe Meslek Mensubu Kadınların Cinsiyete Dayalı Ayrımcılık Nedeni ile Yaşadığı Mesleki Sorunlar ve İstanbul İli Saha Araştırması* (Yüksek Lisans Tezi), Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Yalkın, Y. K. (2008). *Genel Muhasebe İlkeler ve Uygulamalar Tekdüzen Muhasebe Sistemi Uygulamaları*, İstanbul: Nobel Yayın Dağıtım.
- Yalkın, Y. K., Demir, V. ve Demir, D. (2006). "Uluslararası Finansal Raporlama Standartları ve Türkiye'de Finansal Raporlama Standartlarının Gelişimi". *Mali Çözüm Dergisi- 17.Dünya Muhasebe Kongresi*, sy. 76, ss. 291-307.
- Yardımcıoğlu, M. (2013). *Finansal Muhasebe*, Kahramanmaraş: Fatih Basımevi.

- Yaylacı, G. Özdemir. (2006). "Organizasyonlarda Kişilerarası İlişkilerde Etki Taktikleri ve Kullanımına İlişkin Literatür Çalışması". *Türk Dünyası Sosyal Bilimler Dergisi-Bilig*, sy. 36, ss. 93-112.
- Yazıcıoğlu, Z. (2011). *The Effect of Impression Management Tactics on the Perception of The Interviewer in Terms of the Applicants' Desirability* (Master Thesis), Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Yıldırım, K. ve Bozdoğan, A. E. (2009). "Öğretmen Adaylarının Kendini Ayarlama Psikolojilerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Durum Çalışması". *Ahi Evran Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, c. 10, sy. 3, ss. 129-134.
- Yılmaz, Ö. D. (2012). *Örgütlerde Güç, Politik Davranış ve İzlenim Yönetimi: Turizm İşletmelerinden Örnek Olaylar*, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Yücel, İ. (2013). "Örgütlerde İzlenim Yönetimi ve Taktikleri Üzerine Kavramsal bir İnceleme". *Akademik Bakış Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler E-Dergisi*, sy. 35, ss. 1-20, <http://www.akademikbakis.org/eskisite/35/40.pdf> [08.05.2014]
- Zaidman, N. ve Drory, A. (2001). "Upward Impression Management in the Work Place Cross-Cultural Analysis". *International Journal of Intercultural Relations*, Vol. 25, pp. 671-690.
- Zaif, F. ve Ayanoğlu, Y. (2007). "Muhasebe Eğitiminde Kalitenin Arttırılmasında Ders Programlarının Önemi: Türkiye'de Bir İnceleme". *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, c. 9, sy. 1, ss. 115-136.
- Zeytin, M. (2007). *Bağımsız Muhasebe Meslek Mensuplarını Hata ve Etik Davranışlara Yönlendiren Faktörler* (Yüksek Lisans Tezi), Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Zivnuska, S., Kacmar, K. M., Witt, L. A., Carlson, D. S. ve Bratton, V. K. (2004). "Interactive Effects of Impression Management and Organizational Politics on Job Performance". *Journal of Organizational Behavior*, Vol. 25, pp. 627-640. DOI: 10.1002/job.262
- Serbest Muhasebeci Mali Müşavirlik ve Yeminli Mali Müşavirlik Kanunu. (1989). T.C. Resmi Gazete, 3568, 01.06.1989
- Serbest Muhasebecilik, Serbest Muhasebeci Mali Müşavirlik ve Yeminli Mali Müşavirlik Kanununda Değişiklik Yapılması Hakkında Kanun. (2008). T.C. Resmi Gazete, 5786, 10.07.2008
- Serbest Muhasebeci, Serbest Muhasebeci Mali Müşavir ve Yeminli Mali Müşavirlerin Çalışma Usul ve Esasları Hakkında Yönetmelik. (1990). T.C. Resmi Gazete, 20391, 03.01.1990
- Türk Ticaret Kanunu. (2011). T.C. Resmi Gazete, 6102, 13.01.2011
- <http://www.ifac.org/about-ifac> [15.04.2014]
- <http://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.6102.pdf> [17.04.2014]
- http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_bts&arama=kelime&guid=TDK.GTS.544e83d97c8c80.40222935 [08.04.2014]

<http://www.turmob.org.tr/MBS/> [20.04.2014]

http://www.turmob.org.tr/Arsiv/FCKEditor/userfiles/image/FEE/FEE_UYELIGI.pdf [25.04.2014]

http://tr.wikipedia.org/wiki/Dramaturjik_model [10.05.2014]

EKLER

EK-1

Değerli Meslek Mensubu,

Bu araştırma muhasebe meslek mensuplarının kullandıkları izlenim (intiba) yönetimi taktiklerini belirlemek amacıyla yapılmaktadır. İzlenim yönetimi, örgütsel ortamda sosyal güç kazanma ve bireylerarası etkileşimi kolaylaştırma amacı ile bireyin kendisine ilişkin izlenimleri kontrol ve yönlendirme davranışlarını anlatan bir kavramdır. Bu amaçla hazırlanan anket iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde kişisel bilgiler, ikinci bölümde izlenim yönetimine ilişkin ifadeler bulunmaktadır.

Bu araştırmadan elde edilecek veriler bilimsel amaçlarla kullanılacaktır. Yanıtlarınızın içten ve doğru olması büyük önem taşımaktadır. Anket formunu doldurarak araştırmaya yapacağınız katkı için teşekkür eder, saygılarımı sunarım.

Merve TOPTAN
Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü
Yüksek Lisans Öğrencisi

BÖLÜM I KİŞİSEL BİLGİLER

- | | |
|-------------------------------------|--|
| 1. Unvanınız | 2. Cinsiyetiniz |
| () Serbest Muhasebeci | () Kadın |
| () Serbest Muhasebeci Mali Müşavir | () Erkek |
| () Yeminli Mali Müşavir | |
| 3. Çalıştığınız İl | |
| () Rize | |
| () Trabzon | |
| 4. Yaşınız (Yıl olarak belirtiniz) | 5. Mesleki Deneyiminiz (Yıl olarak belirtiniz) |
| () 24-29 yaş | () 1-5 yıl |
| () 30-35 yaş | () 6-10 yıl |
| () 36-41 yaş | () 11-15 yıl |
| () 42-47 yaş | () 16-20 yıl |
| () 48-53 yaş | () 21-25 yıl |
| () 54 ve üzeri | () 25 ve üzeri |
| 6. Öğrenim Düzeyiniz | |
| () Lise | |
| () Önlisans | |
| () Lisans | |
| () Yüksek Lisans | |
| () Doktora | |

7. Etkileşim halinde olduğunuz müşterilerin ve diğer meslek mensuplarının size ilişkin izlenimlerini önemser misiniz? (Lütfen nedenini belirtiniz.)

- () Evet.....
() Hayır.....

BÖLÜM II

Açıklama: Aşağıda **hizmet vermekte olduğunuz müşterilere ve birlikte çalıştığınız meslek mensuplarına yönelik davranışlarınızla** ilgili bazı ifadeler bulunmaktadır. Lütfen bu ifadeleri dikkatle okuyunuz ve her bir davranışı **ne sıklıkla sergilediğinizi** belirtiniz. Lütfen boş ifade bırakmayınız.

İZLENİM YÖNETİMİ TAKTİKLERİ ÖLÇEĞİ	Sıklık Derecesi				
	Her zaman	Çok sık	Ara sıra	Çok nadir	Hiçbir zaman
1 Kendimi kabul ettirebilmek için aynı tutumu benimserim.					
2 Karşımdaki insanlarla aynı kanıda olmasam bile, onların düşünce ve davranışlarını benimsemiş gibi davrandığım olur.					
3 Hoşlarına gidebileceğini düşündüğüm fikirlerimi söylerim.					
4 Mesleki başarılarını överim.					
5 Giyim ve görünüşlerini överim.					
6 Önemli bir fikir öne sürdüklerinde överim.					
7 Çevremdekilere işlerinde yardımcı olmayı öneririm.					
8 İş dışındaki etkinliklerde de görev alır, gerekirse eve de iş götürürüm.					
9 İşyerindeki davranışlarımla çevremdekilere örnek olmaya çalışırım.					
10 İnsanlara yardımları olmaksızın başarılı olamayacağımı söylerim.					
11 Destek ve yardımlarını kazanabilmek için, insanlara yardıma ihtiyacım olduğu mesajını veririm.					
12 Yardım istediğim kişilere deneyimlerinden faydalanmak istediğimi söylerim.					
13 Mesleğimdeki başarılarımdan konuşmalarında bahsederim.					
14 Eğitimim ile gurur duyduğumu belirtirim.					
15 Mesleki deneyimlerimin önemini konuşmalarında vurgularım.					
16 Güç görevler için gönüllü olurum.					
17 İşlerime karışanlarla ya da işimi yapmamı engelleyenlerle tartışırım.					
18 Davranışlarımla benden çekinilmesi gerektiği mesajını veririm.					
19 Bana karşı uygun bir şekilde davranılmadığını düşündüğümde uyarırım.					
20 Başarıyla tamamladığım bir görevin ne kadar önemli olduğunu konuşmalarında vurgularım.					
21 Başarılarımın önemini anlatmak için abartılı ifadeler kullandığım olur.					
22 Grupla yapılan çalışmalarda, önemli bir payım olduğu bilinsin isterim.					
23 Olumsuz bir durum ile suçlandığımda, bu duruma ilişkin sorumluluğun yalnızca bana ait olmadığını belirtirim.					

24	İşler kötü gittiğinde suçlanmamak için kötü bir niyetim olmadığını, olayların böyle sonuçlanacağını bilmediğimi anlatırım.					
25	Bir şeyler yanlış gittiğinde neden sorumlu olmadığımı açıklarım.					
26	Durum olumsuz görünse de kimsenin bundan zarar görmeyeceğini, hatta uzun dönemde yarar göreceklerine inandığımı belirtirim.					
27	Ne kadar kötü görünürse görünsün davranışlarımın iyi bir nedeni olduğunu belirtirim.					
28	Davranışlarım olumsuz karşılandığında, onları, benim yerimde olsalardı aynı şekilde davranacaklarına ikna etmeye çalışırım.					
29	Olumsuz değerlendirilen eylemlerimi, daha olumsuz eylemlerle karşılaştırır ve onlar kadar kötü olmadığını ileri sürerim.					
30	Hatalarımı ya da olumsuz davranışlarımı telafi etmeye çalışırım.					
31	Yalnız özür dilemekle yetinmez, kötü ya da hatalı davranışlarımın bir daha tekrarlanmayacağını söylerim.					
32	Hata yaptığım ya da insanları incittiğim zaman özür dilemekten çekinmem.					
33	İşyerindekilere özel yaşamımdaki sorumluluklarımın, beni işim için hazırlanmaya yeterince zaman ayırmaktan alıkoyduğundan yakınırım.					
34	Konuşmalarımda kaygının, işteki performansımı engellediğinden bahsederim.					
35	Bir işteki başarıma ilişkin kaygılarım varsa, başarısızlık durumunda bunu mazur gösterecek bir engel öne sürerim.					
36	Düşüncelerim sıra dışı olarak değerlendirilmesin diye, onların ne kadar makul ve akılcı olduklarını anlatırım.					
37	Kuraldışı olarak değerlendirilebilecek bir eylemim olacaksa bunun istisna bir durum olduğunu anlatırım.					
38	Gelecekteki davranışlarıma ilişkin konuşmalarımda, farklı davranabilme ihtimaline karşı açık bir kapı bırakırım.					
39	Bir konuda yorum yaptığımda tarafsız bir değerlendirme yaptığımı vurgularım.					

ÖZET

Araştırma Rize ve Trabzon illerinde hizmet veren muhasebe meslek mensuplarının kullandıkları izlenim yönetimi taktiklerini belirlemek amacıyla yapılmıştır. Muhasebe meslek mensuplarının kullandıkları izlenim yönetimi taktiklerinin unvan, cinsiyet, çalışılan il, yaş, mesleki deneyim, öğrenim düzeyi ve izlenimleri önemseme durumu değişkenleri açısından farklılık gösterip göstermediğinin saptanması amaçlanmıştır. Araştırmanın örnekleminde 13 Serbest Muhasebeci, 86 Serbest Muhasebeci Mali Müşavir ve 3 Yeminli Mali Müşavir olmak üzere toplam 102 kişi yer almaktadır.

Araştırmada veri toplama aracı olarak anket tercih edilmiştir. Elde edilen veriler SPSS programında çözümlenmiştir. Muhasebe meslek mensuplarının kullandıkları izlenim yönetimi taktiklerini belirlemek amacıyla faktör analizi uygulanmıştır. İzlenim yönetimi taktiklerinin kullanımının cinsiyet, çalışılan il ve izlenimleri önemseme durumu değişkenleri açısından farklılık gösterip göstermediği Mann Whitney U Testi; unvan, yaş, mesleki deneyim ve öğrenim düzeyi değişkenleri açısından farklılık gösterip göstermediği Kruskal Wallis H Testi ile saptanmaya çalışılmıştır.

Elde edilen bulgulara göre muhasebe meslek mensuplarının kendini tanıtmaya yönelik izlenim yönetimi taktiklerinin kullanımı unvan, cinsiyet, çalışılan il, mesleki deneyim, öğrenim düzeyi ve izlenimleri önemseme durumu değişkenlerine göre anlamlı bir farklılık göstermezken, yaşa göre anlamlı bir farklılık göstermektedir. Muhasebe meslek mensuplarının kendini savunmaya yönelik izlenim yönetimi taktiklerinin kullanımı ise unvan, cinsiyet, yaş, öğrenim düzeyi ve izlenimleri önemseme durumu değişkenlerine göre anlamlı bir farklılık göstermezken, çalışılan il ve mesleki deneyime göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

Anahtar Kelimeler: Muhasebe Meslek Mensupları, İzlenim Yönetimi, Muhasebe Mesleği, İzlenim Yönetimi Taktikleri

ABSTRACT

The study was conducted in order to define impression management tactics used by members of the accounting profession operating in Rize and Trabzon. The study aims to identify whether the used impression management tactics change in terms of the variables, such as title, gender, city of profession, age, professional experience, level of education and importance given to impressions, or not. The sample of the study covers 102 accountants in total and includes 13 independent accountants, 86 independent accountant and financial advisers and 3 sworn financial officers.

A questionnaire was used in order to collect data for the study. The collected data was analysed through SPSS programme. Factor analysis was conducted in order to determine the impression tactics used by the members of the accounting profession. The variables of gender, city and importance given to impressions were tested through Mann Whitney U Test and other variables, namely title, age, professional experience and level of education were tested through Kruskal Wallis H Test in order to see whether these variables are affecting the used impression management tactics or not.

The two important findings of the study are as follow: Firstly, while the variables of title, gender, city of profession, professional experience, level of education and importance given to impressions don't create a significant difference in terms of the assertive impression management tactics by the members of the accounting profession, age variable creates a significant difference. Secondly, while the variables of title, gender, age, level of education, importance given to impressions don't create a significant difference in terms of the defensive impression management tactics by the members of the accounting profession, the variables of city of profession and professional experience create a significant difference.

Key Words: Members of Accounting Profession, Impression Management, Profession of Accounting, Impression Management Tactics

ÖZGEÇMİŞ

Merve TOPTAN, 25.11.1989 tarihinde Rize’de doğdu. İlköğretimini ve lise öğrenimini Rize’de tamamladı.

2008–2009 Eğitim – Öğretim yılında, Marmara Üniversitesi – İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü’nde lisans öğrenimine başladı. 2011 – 2012 Eğitim – Öğretim yılında anılan Bölümden mezun oldu. Daha sonra 2012 – 2013 Eğitim – Öğretim yılında Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi – Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı’nda yüksek lisans öğrenimine başladı.