

MEDYA YÖNETİCİLERİNİN İŞ TATMİN DÜZEYLERİNİN İŞTEN AYRILMA NİYETLERİ ÜZERİNDEKİ ETKİSİ: MALATYA ÖRNEĞİ

Mustafa Karaca¹
Durdu Mehmet Biçkes²
Caner Çakı³
Gülşen Karaduman⁴

Özet

Son yıllarda, ülkemizden gerek kamu gerekse özel sektörde işten ayrılma sayılarının arttığı gözlemlenmiştir. Yapılan araştırmalarda, çalışanları işten ayrılmaya iten sayısız konunun olduğu bulunmuştur. Özellikle bu konular içinde çalışanın işini sevmesi, işine olan bağlılığı işten ayrılma kararı üzerinde önemli bir belirleyici olarak düşünülmektedir. Bu çalışmanın temel amacı, medya yöneticilerinin iş tatmin düzeylerinin işten ayrılma niyetleri üzerindeki etkisini belirlemektir. Medya sektörü yapı itibarıyla iş gören devir oranının yüksek olduğu bir sektördür. Özellikle yetişmiş iş gücünün bir takım nedenlerden ötürü işlerinden ayrılmaları, hem maddi hem de manevi unsurlar açısından örgütler tarafından istenmeyen bir durumdur. Bu çalışma ile hedeflenen medya yöneticilerinin işten ayrılma niyeti üzerinde etkisi bulunduğu düşünülen iş tatminsizliğinin etki düzeyinin ve şiddetinin belirlenmesidir. Araştırmanın örneklemini, Malatya ilinde faaliyet gösteren yerel medya kuruluşlarında görev yapan 45 yönetici oluşturmaktadır. Uygulanan anket çalışması sonucunda 39 adet geçerli anket formu elde edilmiştir. Yapılan analizler neticesinde, medya yöneticilerinin sahip oldukları içsel iş tatmin ve dışsal iş tatmin düzeylerinin işten ayrılma niyetleri üzerinde negatif etkiye sahip olduğu bulgusuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: İş Tatmini, İşten Ayrılma Niyeti, Medya İşletmeleri

THE EFFECT OF WORK SATISFACTION OF MEDIA EMPLOYEES' ON TURNOVER INTENTION: MALATYA EXAMPLE

Abstract

In recent years, it has been observed that the number of people separating from his/her work in public sector and private sector has increased. The studies have found that there are innumerable issues that encourage employees to leave work. Particularly in this respect, the employee's liking to work, his loyalty to the work is considered as an important determinant on the decision to separate from job. The main purpose of this study is to determine the effect of media managers' job satisfaction levels on the intention to leave work. The media sector is structurally a sector with a high occupancy turnover rate. Particularly, the fact that the trained worker is separated from his/her work due to a number of reasons is an undesirable situation in terms of both material and spiritual elements. The aim of this study is to determine the level and severity of job dissatisfaction, which is thought to have

¹Yrd. Doç. Dr., İnönü Üniversitesi İletişim Fakültesi (mkaraca@inonu.edu.tr).

²Yrd. Doç. Dr., Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Meslek Yüksek Okulu (dmbickes@nevsehir.edu.tr)

³Arş. Gör., İnönü Üniversitesi İletişim Fakültesi (caner.caki@inonu.edu.tr)

⁴ İnönü Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İletişim Bilimleri ABD. Yüksek Lisans Öğrencisi (gulsenkaraduman@hotmail.com)

an effect on the intention of the media managers to leave the job. The sample of there search is composed of 45 managers working in local media organizations operating in Malatya. As a result of the questionnaire survey, 39 valid questionnaire forms were obtained. As a result of the analyzes made, it was found that the media managers' job satisfaction level shave a negative effect on the irintention to leave the work.

Keywords: Job Satisfaction, Intention to Leave, Media Organization

Giriş

Medya örgütleri yapılan faaliyetler gereği kronik mesleki stresin yoğun olarak yaşandığı örgütlerdir. Sektör yapısı itibariyle incelendiğinde çalışanların düşük ücret politikaları, basın sigortasındaki prim uygulamaları nedeniyle kayıt dışı çalışmalar, ideolojik yayın ve işletme anlayışları nedeniyle sarsılan iş güvencesi ve personel devir oranı yükseklikleri gibi nedenlerle iş tatminsizliklerinin yüksek olduğu işletmeler olarak belirtilmektedir (Pollard, 1995: 683; Ryan, 2009: 651). Başka sektörlerle kıyasla medya çalışanlarının işlerinden duydukları tatminsizlik düzeyinin yüksek olmasının onların işten ayrılma niyetlerini yükseltici yönde etkileyebileceği düşünülmektedir. Bu çalışmanın temel amacı, bireylerin işlerinden duydukları memnuniyetsizliğin uygun bir fırsat bulduğunda kurumunu terketmesi ile sonuçlanan işten ayrılma niyetine ne derecede etki ettiğini belirlemektir. Bu kapsamda oluşturulan temel hipotez “medya çalışanlarının iş tatmin düzeyleri işten ayrılma niyetleri üzerinde negatif yönlü etkiye sahiptir” şeklindedir. Hipotezin testi için oluşturulan soru formu yardımıyla Malatya’da faaliyet gösteren medya örgütlerinin yöneticilerinden veriler toplanmış ve istatistik paket programı yardımıyla analize tabi tutulmuştur.

Medya sektörü bağlamında, iş tatmin düzeyi ile işten ayrılma niyeti arasındaki ilişki birkaç açıdan önem arz etmektedir. Özellikle medya sektöründe tatminsiz bireylerin tatminsizlik nedenleri, tatminsizlik nedeniyle sürekli iş değiştirmek için fırsat kollamaları, işlerindeki motivasyon kaybının sonucu olarak ortaya çıkan performans düşüklüğü ve sürekli iş değiştirmelerin yaşanması nedeniyle personel devir oranının yüksekliği sektörün gelişmesini ve tercih edilmesini olumsuz yönde etkilemektedir. Çalışanların iş tatmin düzeyleri üzerinde etkili olan faktörleri ortaya koyması, bireysel ve örgütsel performans üzerinde doğrudan yansımaları bulunan işten ayrılma niyetine dikkat çekmesi ve iş tatmininin işten ayrılma niyetini nasıl etkilediğini göstermesi nedeniyle bu çalışmanın uygulayıcılar açısından önemli ipuçları barındırdığı söylenebilir. Bu çalışma, yönetim ve organizasyon düşünürlerinin

dikkatini basın-medya işletmeleri ve bu sektör çalışanları üzerine çekmesi açısından da önem taşımaktadır. Çalışanların iş tatminsizlikleri, işten ayrılma niyetini etkilerken, işten ayrılma niyetinin motivasyona ve sektörün insan kaynakları sermayesine ne derece etki ettiğinin de merak konusu olduğu unutulmamalıdır. Özellikle beşeri sermayenin elde tutulması, kazanılmasından daha önemlidir. Bu perspektiften bakıldığında medya örgütlerinin beşeri sermaye yatırımlarının sağlığı açısından çalışanların iş tatminleri, işletmelerine olan bağlılıkları ve örgütlerini benimsemeleri büyük öneme sahiptir. Medya sektörünün içinde bulunduğu nitelikli personel sorunu bu ve benzeri yeni uygulamalı çalışmaların yapılması ile aşılabacaktır. Bu noktada, medya sektörü yöneticileri iletişim temelli çalışmalara ilgi gösterdikleri kadar örgüt ve yönetim temelli çalışmalara da büyük ilgi göstermelidirler.

1. Kavramsal Çerçeve

Bu başlık altında iş tatmini ve işten ayrılma niyeti kavramlarının tanımı, iş tatmini ve işten ayrılma niyeti arasındaki ilişki, konu ile ilgili yapılan bazı çalışmalara ve medya işletmeleri kavramına değinilecektir.

1.1. Medya İşletmeleri

1.1.1. Medya İşletmeleri Kavramı ve Tanımlanması

İşletme kavramı; belirlemiş olduğu hedefleri gerçekleştirmek üzere bireylerin ve bireyler tarafından oluşturulmuş yapılanmaların gereksinimlerini karşılamaya yönelik (Tengilimoğlu vd., 2013: 28) ve bu amaçla üretim faktörlerini örgütsel yapı ve yönetim gücüyle bir araya getiren ekonomik, teknik, hukuki ve sosyal birimlerdir. Tanımda da vurgulandığı gibi işletmelerin, i- üretim faktörlerini bir araya toplamak ve ii- ticari değeri olan ürünler üretmek ve/veya pazarlamak amacıyla işletilmek şeklinde özetlenen iki temel özelliği söz konusudur (Özkan, 1989: 2). Dolayısıyla, mal ve hizmet üretiminin ve pazarlamasının gerçekleştiği bütün alanlarda işletmecilik faaliyetlerinden bahsedilebilir.

İşletme faaliyet alanları içerisinde yer alan ve çalışma alanını oluşturan medya kavramını tanımlamadan önce medyanın içinde bulunduğu basın kavramını tanımlamak yerinde olacaktır. Basın; insanı doğrudan ya da dolaylı olarak etkileyen güncel gelişmeleri izleme, değerlendirme, işleme, yorumlama ve bunları topluma

aktararak kamuoyu oluşturma faaliyetini mümkün kılan yazılı haberleşme araçlarına verilen addır(Yıldırım, 2008: 5).

Basın işletmelerinin diğer işletmelere göre farklı özellikler taşıması basın işletmesi kavramına açıklık getirmeyi zorlaştırmaktadır. Basın işletmelerinin diğer işletmelere nazaran bazı farklar göstermekle birlikte, temel noktalarda diğer işletmelerle ortak paydalara sahip oldukları görülmektedir (Atılğan, 1989: 16). Kamuoyu oluşturma ve yönlendirmede önemli rol oynayan basın işletmeleri, bu işlevlerinden dolayı sosyal bir kuruluş olarak kabul edilebilir (Berberoğlu, 1991: 24).

Kendine has özellikler taşıması nedeniyle medya ve medya işletmesi kavramlarının çeşitli şekillerde tanımlandığı görülmektedir. En geniş anlamıyla medya; “belirli zaman aralıklarında basılarak, insanı ve toplumu ilgilendiren her çeşit haberi, gelişmeyi ve fikri topluma ulaştırmayı hedef edinen tüm yayın ürünleri” şeklinde tanımlanmaktadır (İnuğur, 1993: 19). Bu tanımlamadan hareketle medya işletmeleri kavramı öz bir ifadeyle; “haber ve fikir üreten kuruluşlar” şeklinde ele alınabilir. Açıklamalar çerçevesinde medya işletmelerini; düşünce üretmesi ve kamu hizmeti görmesi nedeniyle sosyal yönü ön planda olan, aynı zamanda kar amacı gütmesi hasebiyle de ekonomik ve ticari yönü bulunan kuruluşlar olarak değerlendirmek mümkündür(Özkan, 1989: 1).

1.1.2. Türkiye’de Medya İşletmelerinin Oluşumu ve Gelişimi

Dünya tarihinin en eski mecrası olarak geçen yazılı basının Türkiye’de gelişim sürecinde yabancı hükümetlerin ve azınlıkların etkili olduğu görülmektedir (Topçuoğlu, 2016: 4). Türkiye’de basının gelişiminde yabancı sermaye sahipleri veya yabancı hükümetlerin etkin olduğu görülmektedir. 1720’li yıllarda Osmanlı İmparatorluğu’ndaki ilk Türk matbaası İbrahim Müteferrika tarafından kurulmuştur. İbrahim Müteferrika’nın basımevi açmak için başvuru yaptığı yıl 1727’dir (Kabacalı, 1998: 16-21). Türk basın tarihini incelerken, belirli siyasi ve hukuki açıdan farklılık gösteren dönemlere ayırarak incelemek daha doğru olacaktır. Bu dönemler şu şekilde sıralanabilir (İnuğur, 1993: 24):

1. Tanzimat Dönemi Basını (1831 - 1876)

2. Birinci Meşrutiyet ve İstibdat Dönemi Basını (1876 - 1908)

3. İkinci Meşrutiyet Dönemi Basını (1908 - 1918)
4. Mütareke ve Kurtuluş Savaşı Dönemi Basını (1919 - 1923)
5. Cumhuriyet Dönemi Basını (1923 ve sonrası)

Osmanlı döneminden günümüze medya ve medya işletmeleri, önceliği devletin yaptıklarını duyurmak amacıyla kurulmuş ve günümüz küreselleşen dünyasında teknolojik değişimlerle beraber toplumu her açıdan önemli ölçüde etkileyen bir sektöre dönüşmüştür. Teknolojik değişimler ve ekonomik etkisiyle basın gücünü çok arttırmış ve basın işletmeleri çok büyük işletmelere dönüşmüştür. Küreselleşme sürecinde hem ulusal hem de uluslararası konjonktürde yaşanan değişimler toplumsal hayatı ve ekonomik yapıyı etkilediği gibi medya sektöründe de büyük değişim ve gelişmelere neden olmuştur (Topçuoğlu, 2016: 7).

Türkiye’de, medya sektörü 1980’li yıllara kadar, ağırlıklı olarak gazetecilik mesleğinden gelen ailelerin yer aldığı bir yapı sergilemiştir. Ancak süreç içerisinde yaşanan yönetsel sorunlar ve teknolojik gelişmeler, medya kuruluşlarının yönetimlerinin sektör dışında faaliyet gösteren büyük sermaye gruplarının kontrolüne geçmesine neden olmuştur. Yapılan yasal düzenlemeler, 1990 yılında ilk özel TV istasyonunun kurulması ve görsel yayıncılıkta devlet tekelinin sona ermesine yol açmıştır. Bu dönemle birlikte, farklı sektörlerde faaliyet göstermekte olan sermaye grupları ve yabancı yatırımcılar medya sektörüne yönelmişlerdir. Dolayısıyla, bu yıllar medya sektörünün plansız ve kontrolsüz bir büyüme sergilediği dönem olmuştur (Akbulutgiller ve Erkan, 2016: 108-109). Medyanın toplum üzerindeki etkisi ve bu etkinin ticari hayata olan yansımaları nedeniyle, Türkiye’nin önde gelen sermaye gruplarından birçoğu sektörde faaliyet göstermeye başlamışlardır.

1.1.3. Medya İşletmelerinin Türleri

Yaşanan teknolojik gelişmelerinde etkisiyle kitle iletişim araçlarının sınıflandırılmasında farklılıklar göze çarpmaktadır. Genel olarak gazete ve dergiler için yazılı basın, radyo ve televizyonlar için görsel, işitsel ve elektronik basın terimleri kullanılırken, internetle birlikte dijital medya kavramı da kullanılmaya başlamıştır (Topçuoğlu, 2016: 4).

Yazılı Medya İşletmeleri: Yazılı basın işletmelerinin ürünleri gazete ve dergi olmak üzere iki gruba ayrılmaktadır (Bülbül, 1996: 36). Yazılı medya işletmeleri topladıkları haber ve bilgileri çeşitli yollarla işleyerek topluma verirler. Bu haber ve bilgileri işleme sürecinde, gazete ve dergiler en kısa ömürlü basın ürünleri olmaları sebebiyle yazılı basın işletmeleri için üretim süreci çok önemlidir. Diğer taraftan yazılı basın işletmelerinde ürünün fiziki değeri yoktur. Önemli olan ürünün kamuoyunda yarattığı etkidir (Topçuoğlu, 2016: 15).

Görsel-Sözlü Medya İşletmeleri: Günümüzde kitle iletişim araçlarının en yaygın kullanımlarının televizyon ve gazete olduğu belirtilmektedir. Radyo kullanımı kolay ve çok geniş kitlelere ulaşma yeteneği olmasına rağmen, katılımı en düşük olan araçtır (Berberoğlu, 1991: 22). Kitle haberleşmesinin önem kazanması, bilimsel bir çalışma alanı ve bir öğreti dalı durumuna gelmesi, radyo ve televizyonun iletişim aracı olarak toplum yararına kullanılmaya başlaması ile birlikte söz konusu olmuştur (Aziz, 2013: 6).

Dijital Medya İşletmeleri: İnternet, haberleşme araçları içerisinde en hızlı yaygınlaşan bir açık ağ sistemidir (Demir, 2013: 255). İnternet gazeteciliği; temelde gazetecilik yöntemlerinin kullanıldığı ve bireylerin internet üzerinden bilgilendirildiği teknolojik yönü ağır basan bir yapı olarak düşünülebilir. İnternet ortamında yer alan haber servisi ve sayfaları internet gazeteciliği, internet haberciliği, sanal gazetecilik ve online habercilik gibi adlarla anılmaktadır (Alankuş, 2003: 139). Sahip olduğu teknolojik üstünlükler nedeniyle, internet sadece mevcut enformasyonun topluma yayılmasına olanak veren bir araç olmakla kalmamış, buna ek olarak enformasyonun yeniden üretildiği ve yeni biçimlerde sunulduğu bir ortam haline gelmiştir. Van Leuven ve diğerleri (2014: 553) bu gerçeği, ‘internet gazeteciliği haberlerin toplanması, yorumlanması ve dağıtımı aşamalarında sınırlı sayıda katılımcının yetkili olduğu ‘kapalı’ bir sistem yerine, ağ erişimi olan herkesin sürece dâhil olabileceği ‘açık’ bir bilgi alışveriş alanı yaratmıştır’ diyerek dile getirmişlerdir.

1.2. İş Tatmini Kavramı

Günümüzde işletmeler hayatlarını devam ettirmek ve gelişimlerini sağlayabilmek için önemli bir işgücü kaynağı olan insan ve buna bağlı olarak da iş

tatmini kavramı giderek önem kazanmıştır. Bu kişiden kişiye değişen bir kavramdır. İş tatmini ölçütünü, çalışan kişilerin işten ne anladığı, beklentileri, değerleri, inançları ve davranışları sınırlar. İşin topluluktaki prestiji hususunda, bireyler birbirlerinden farklı önem ya da değer verirler. İş tatmini konusunda dikkat çeken önemli bir husus ise, kavramın ortaya atıldığından bu yana farklı yaklaşımlarla ele alınmış olmasıdır. Kavram üzerinde her ne kadar farklı yaklaşımlar dile getirilmiş olsa da, bu farklı yaklaşımların üzerinde görüş birlikteliği sağladıkları nokta, iş tatminin çalışanın yaşantı ve duyguları ile onun işi ve iş çevresi arasındaki ilişkiyi ifade ediyor olmasıdır. İş tatmini; çalışanın sahip olduğu işi ve işinden dolayı yaşamış olduğu deneyimleri ve elde ettiği kazanımları değerlendirmesi sonucu ulaştığı pozitif duygulanım olarak tanımlanabilir (Yousef, 2017:78). Şimşek ve diğerleri (2007: 54) ise iş tatminini, işten sağlanan maddi menfaat ve çalışanın çalışmaktan memnun olduğu iş arkadaşları ile yapıt oluşturmalarının temin ettiği mutluluk şeklinde tanımlamaktadırlar.

İş tatmininin, işin niteliği ve özelliklerinin yanı sıra, bireyin beklentileri, ihtiyaçları ve değerleri ile yorumlanması ve farklı bireylerin aynı beklenti, ihtiyaç ve değerlere sahip olmalarına rağmen kendilerini doyuma ulaştıran iş özellikleri ile ilgili algılarının farklılığı, iş tatmininin ölçülmesini güçleştiren başlıca faktörler olarak değerlendirilmektedir (Pınar vd., 2008: 153). İş tatmininin ölçülmesini güçleştiren faktörler olmasına rağmen iş tatmininin oluşumunu etkileyen başlıca faktörlerde bulunmaktadır. İş tatmininin oluşumunu etkileyen işe ilişkin özellikler gösteren beş boyut altında ele alınmaktadır (Çekmecelioğlu, 2005: 28):

1-İşin kendisi: İşin çekicilik düzeyi, öğrenme fırsatı sunması, sorumluluk üstlenme şansı vermesi,

2-Ücret: Alınan ücretin sektör ve sektör dışındaki işletmelerle karşılaştırıldığında çalışanı tatmin etmesi,

3-Kariyer imkânları: Kariyer edinme imkanlarının varlığı,

4-Yönetim: Yönetimin çalışanlara ihtiyaç duydukları teknik ve davranışsal konularda destek sağlaması,

5-İş arkadaşları: Çalışma arkadaşlarının işe ilişkin uzmanlık dereceleri ile sosyal anlamda destek olma dereceleri.

Çalışanın işine dönük algılamalarının bir yansıması olarak değerlendirilebilecek olan iş tatmini çok sayıda davranışsal ve yönetsel çıktılarına yol açmaktadır. Örgütsel işleyişte aksamaların olması çalışanların sahip oldukları iş tatmin düzeyinin düşmüş olmasının bir göstergesidir. Düşen iş tatmin düzeyi, örgütün direncini zayıflatarak iç ve dış tehditlere karşı verilen tepkiyi azaltır hatta yok edebilir (Özmen ve Kahraman, 2017: 87). Çalışanın iş tatmin düzeyinin kayda değer bir süre düşük seyretmesi bir takım psikolojik ve fizyolojik sorunlara neden olabilmektedir. İş tatminsizliği sinirsel ve duygusal bozukluklara yol açmakta; uykusuzluk, iştahsızlık, duygusal çöküntü ve hayal kırıklığı gibi rahatsızlıklara neden olmaktadır (Kök, 2006: 296). Sonuç olarak, iş tatminsizliği çalışanların iş ve özel yaşamlarında derin etkiler doğurmakta ve bireysel performansı düşürmektedir.

İş tatminsizliğinin çalışan üzerinde doğurduğu negatif etkiler, birey açısından çeşitli zihinsel ve bedensel sorunlara, örgüt açısından düşük verimliliğe ve bir bütün olarak düşünüldüğünde toplum açısından toplumsal yapı ve dokunun bozulmasına neden olabilmektedir. Ancak iş tatmini ve sonuçları üzerine odaklanan araştırmalar çoğunlukla örgütsel etkiler üzerine yoğunlaşmakta ve aşağıdaki olumsuz yansımalara dikkat çekmektedir (Kök, 2006: 297):

- İşe devamsızlık,
- İşten ayrılma niyeti,
- İşten uzaklaşma isteği,
- İşbirliği sağlayamama,
- Öz yetkinlik duygusunda azalma,
- Karar alma ve
- İş performansı.

İş tatminsizliğinin neden olduğu sıralanan bu ve benzeri sonuçlar, iş tatmininin örgütler açısından ivedilikle ele alınması gereken öncelikli konular içerisinde olduğunu göstermektedir. Çünkü sürdürülebilir rekabet üstünlüğünün elde edilmesi ve sürdürülmesi, taklit edilemeyen yegâne kaynak olması nedeniyle insan kaynaklarının sergilemiş olduğu performans düzeyine bağlıdır. Bir anlamda, çalışanların sahip

olduğu yüksek iş tatmin düzeyi, örgütsel başarıda sürekliliğin ön koşulu olarak değerlendirilebilir.

1.3. İşten Ayrılma Niyeti Kavramı

Psikolojik, bilişsel ve davranışsal aşamaları olan bir süreç şeklinde yaşanan işten ayrılma niyeti, çalışanın örgütten ayrılma konusundaki bilinçli kararı veya gönüllüğü şeklinde ifade edilmektedir (Lagerlund vd., 2015: 630). Kısaca, işten ayrılma niyeti, iş görenin örgütten ayrılma konusundaki düşünceleridir. March ve Simon'un(1958'den aktaran Gürbüz ve Bekmezci, 2012: 193) klasik işten ayrılma modeline göre bu düşünceler, algılanan ayrılma arzusu ile örgütten ayrılma kolaylığının bir fonksiyonudur. İşten ayrılma niyetinin, ayrılma kararı üzerinde iki yönlü etkisi bulunmaktadır. Etkilerden birincisi, başka iş olanakları olmamasına rağmen işten ayrılma niyetinin işi bırakmaya doğrudan neden olmasıdır. İkincisi ise bireyi yeni iş arayışına yönlendirerek işi bırakmaya dolaylı olarak etki etmesidir. Yukarıda da dile getirildiği gibi, işten ayrılma niyeti psikolojik, bilişsel ve davranışsal bir olgudur. Bu süreçte iş gören çeşitli tetikleyici nedenlerle işinden psikolojik olarak uzaklaşma yaşayabilir, işten ayrılmayı düşünebilir ve bu düşüncüyü gerçekleştirmek için gereken davranışları sergileyebilir (Yıldırım vd., 2014: 28). İş görenin örgütten ayrılmasına ilişkin nihai kararı, işten ayrılma niyetini doğuran nedenlere, alternatif iş fırsatlarının varlığına ve bireyin içinde bulunduğu koşullara bağlı olarak gelişecektir.

İş görenlerin işten ayrılma davranışı sergilemeleri üzerinde bireysel, örgütsel ve ekonomik olmak üzere çeşitli faktörler belirleyici olmaktadır (Gürbüz ve Bekmezci, 2012:189). Örgütsel işleyişten kaynaklanan ve bir şekilde iş görenlere yansıyan çalışma koşulları, yönetsel uygulamalar, ücret politikaları ve insan kaynakları yönetimi (İKY) uygulamaları gibi unsurlar iş görenlerin beklentilerini karşılayabilecek düzeyde değilse çalışanların, işten ayrılma niyeti de o denli yüksek olacaktır. Ancak, işsizlik oranının yüksek olduğu bir istihdam ortamı ve ekonomik krizlerin yoğun olduğu dönemler, iş görenlerin alternatif iş olanaklarını negatif yönde etkileyeceğinden, işten ayrılma niyetini azaltıcı bir etki yaratacaktır. Yüksek performanslı ve üstün nitelikli iş görenlerin işten ayrılması sonucu doğacak kayıpları telafi etmek, örgütler açısından büyük harcamalara neden olacaktır.

Bu açıklamalar çerçevesinde işten ayrılma niyetini etkileyen faktörler üç başlık altında değerlendirilmektedir. Bu faktörler aşağıda kısaca açıklanmıştır (Aslan ve Etyemez, 2015: 485-486):

i. Genel Ekonomik Faktörler: Genel ekonomik durum, işsizlik oranı, kişi başına düşen milli gelir, refah düzeyi, mekanikleşme ve otomasyon nedeniyle başka işlere kolayca uyum sağlama ve başka işlere geçme imkânlarının artması, özellikle tarım kesiminde mevsimlik çalışma alanlarının etkisi.

ii. İşletme İçi Faktörler: İşletmelerin kuruluş yeri, ulaşım imkanları, işin türü ve güçlük derecesi, örgütsel koşullar, ücretlendirme ve ödüllendirme/cezalandırma sistemi, çalışma koşulları, iş görenlerin psikolojik, fizyolojik ve mesleki bilgi ve beceri açısından zorlanma düzeyleri, insan kaynakları yönetim uygulamaları, üretim süreci.

iii. Kişisel Yaşam Şartlarına İlişkin Faktörler: Yaşam şartları, başka bir işe duyulan sempati, aile ilişkileri, yaşla ilgili zorunluluklar, eğitim ve öğrenim ihtiyaçları, çeşitli psikolojik ve fiziksel nedenler, işle ilgili olarak beklenti ve idealler.

1.4. İş Tatmini ile İşten Ayrılma Niyeti Arasındaki İlişki

Öz bir ifadeyle iş tatmini, çalışanın işinden duyduğu memnuniyetin bir göstergesidir. Sahip olunan iş, bireye çeşitli imkânlar sağlama yanında zamanın büyük bir bölümünün geçirildiği bir ortamdır. Dolayısıyla, iş birey yaşamında önemli bir etkiye sahiptir (Sökmen ve Mete, 2016: 276). İş tatmininin, bireysel, örgütsel ve toplumsal düzeyde pozitif yansımalarının bulunduğu bir gerçektir. Buna karşın, iş tatminsizliğinin stres, yabancılaşma, çeşitli ruhsal ve fiziksel rahatsızlıklar gibi bireysel (Fairbrother ve Warn, 2003: 8; Jarinto, 2015: 1; Yoon ve Kim, 2015:1) ve işe devamsızlık, düşük performans, işe ve örgüte yabancılaşma, işten ayrılma niyeti ve iş gören devir hızı gibi örgütsel düzeyde negatif yansımaları da bulunmaktadır (Macintosh ve Doherty, 2010: 106; Menguc vd., 2016: 65; Sökmen ve Mete, 2016:179). İş tatminsizliğinin sıralanan negatif yansımalarından kurtulmak isteyen bireylerin kendilerine tatmin olacakları alternatif bir iş aramaları yani işten ayrılma niyeti içerisinde bulunmaları beklenen bir sonuçtur.

Yukarıdaki açıklamalardan iş tatmini ile işten ayrılma niyeti arasında negatif bir ilişki olduğu anlaşılmaktadır. İş tatminsizliğine bağlı olarak gelişen işten ayrılma niyetinde, çalışan öncelikle işini değerlendirmekte yani iş tatminini sorgulamaktadır. Sonucun negatif olması durumunda, işe karşı isteksizlikle birlikte üretkenlik karşıtı iş davranışları görülmekte, nihayetinde ise işten ayrılmayı düşünmektir (Daloğlu, 2002: 22).

İş tatmini ile işten ayrılma niyeti arasındaki ilişki bireyin sahip olduğu özelliklerden, içinde bulunduğu koşullardan ve çevresel faktörlerden de etkilenmektedir. Nitelikli olmayan bireyler iş bulmada zorlanacaklarından dolayı işten ayrılma niyetleri kolay kolay ortaya çıkmayacaktır. İşten ayrılma niyeti meslekle de ilişkilidir. Örneğin, bir tıp doktoru, işgücü piyasası açısından sahip olduğu avantaj nedeniyle minimum bir çaba ile yeni bir kurumda çalışmaya başlayabilir. İş tatmini yaşamakta olan bir çalışanın daha cazip koşullarda yeni bir iş fırsatı yakalaması durumunda işten ayrılma niyeti sergilemesi olası bir durumdur. Bunun yanında, işinden memnun olmayan bir çalışan, yeni bir iş bulmada sıkıntı yaşayacağını düşünüyorsa, örgüte karşı devam bağlılık hissedecek ve işten ayrılma niyeti beslemeyecektir (Yücel ve Demirel, 2013: 28).

2. Literatür Taraması

İş tatmini ile işten ayrılma niyeti arasında teorik zeminde dile getirilen ilişki, uygulamalı çalışma bulgularıyla da ortaya konmuştur.

Karakoç (2016), iş tatmini ve işten ayrılma niyeti arasındaki ilişkiyi kamu ve özel sektör karşılaştırması yaparak incelemiştir. Çalışmada, iş tatmininin üç alt boyutunun ayrı ayrı işten ayrılma niyetiyle ilişkisi araştırılmıştır. Özellikle yönetsel beceriler kazanma alt boyutu ile işe devam ilişkisi arasında kamuda özel sektöre nazaran daha zayıf bir ilişki saptanmıştır. Benzer şekilde iş tatmini bir bütün olarak işten ayrılma niyeti ile ilişkilendirildiğinde bu ilişkinin özelde kamuya göre daha güçlü olduğu bulgusuna ulaşılmıştır.

Yazıcıoğlu (2009:30), örgütsel güven, iş tatmini ve işten ayrılma niyeti arasındaki ilişkileri irdelediği çalışmasında, verileri Ankara ilinde faaliyet gösteren 4 ve 5 yıldızlı 9 konaklama işletmelerinde görev yapmakta olan 332 iş görenden

toplamıştır. Analiz sonuçları,örgüte duyulan güven, iş tatmini ve işten ayrılma niyeti arasında anlamlı bir ilişkinin var olduğu göstermiştir. Ayrıca, araştırma bulguları örgütsel güven duygusu, iş tatmin düzeyi ve işten ayrılma niyetinin cinsiyet açısından anlamlı olarak farklılaşmadığını, fakat eğitim, yaş, kıdem yılı açısından anlamlı olarak farklılaştığını ortaya koymuştur.

Zhang ve diğerleri (2014:128), tükenmişlik, iş tatmini ve işten ayrılma niyeti arasındaki ilişkileri Çin’de faaliyette bulunan 181 hastanede görev yapmakta olan hemşireler üzerinde analiz etmişlerdir. Araştırma bulguları, iş tatminsizliğine neden olan çalışma ortamlarında görev yapan hemşirelerin, iş tatmini yaratan koşulların olduğu kurumlarda görev yapan hemşirelere nazaran daha fazla işten ayrılma niyeti beslediklerini ortaya koymuştur.

Ramoo, Abdullah ve Piaw (2013: 3141), iş tatmini ve işten ayrılma niyeti arasındaki ilişkiyi Malezya’daki üniversite hastanelerinde görev yapan sağlık çalışanları üzerinde test etmişlerdir. Araştırma sonuçları, sağlık çalışanlarının sahip oldukları iş tatmin düzeyinin işten ayrılma niyetlerinin önemli ve bağımsız bir belirleyicisi olduğunu göstermiştir.

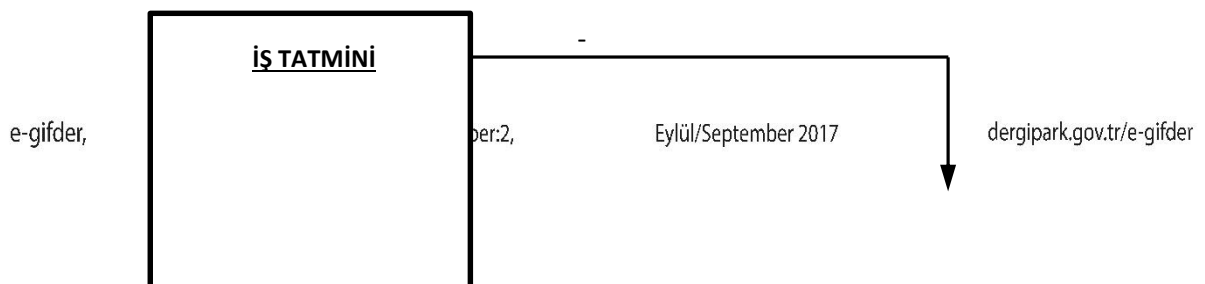
3. Araştırmanın Metodolojisi ve Araştırma Bulguları

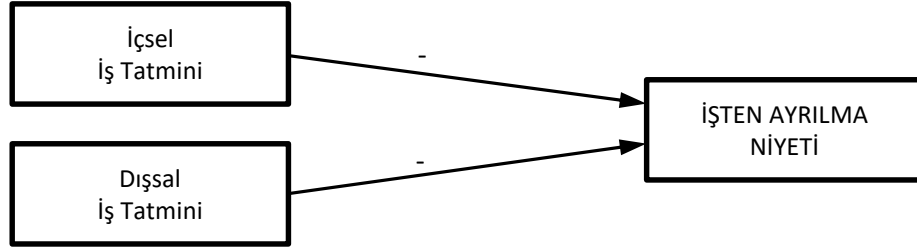
3.1. Araştırmanın Metodolojisi

Bu araştırma, değişkenler arasında neden-sonuç ilişkisi kurmayı ve olguları açıklamayı amaçlayan açıklayıcı araştırma modeline uygun olarak gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın hipotezlerini test etmek amacıyla, Malatya ilinde faaliyet gösteren medya kuruluşları yöneticilerinden anket tekniğiyle veriler toplanmıştır.

3.1.1. Araştırma Modeli ve Hipotezler

Araştırma modeli Şekil 1’de görülmektedir. Araştırma modelinde bağımsız değişken olarak iş tatmini ve alt boyutları, bağımlı değişken olarak işten ayrılma niyeti yer almaktadır. Model kapsamında geliştirilen hipotezler aşağıda sıralanmıştır.





Şekil 1. Araştırma Modeli

H1: İş tatmini ile işten ayrılma niyeti arasında anlamlı ve negatif yönlü bir ilişki vardır.

H2: İçsel iş tatmini ile işten ayrılma niyeti arasında anlamlı ve negatif yönlü bir ilişki vardır.

H3: Dışsal iş tatmini ile işten ayrılma niyeti arasında anlamlı ve negatif yönlü bir ilişki vardır.

3.1.2. Örneklem

Araştırmanın evrenini Malatya’da bulunan medya örgütleri yöneticileri oluşturmaktadır. Malatya ilinde yaklaşık 45 medya örgütü bulunmaktadır. Bunlara tam sayım yöntemi ile veri formu ulaştırılmış ancak 39 adet form geri dönmüştür. Anketin geri dönüş oranı % 87’dir.

3.1.3. Ölçekler

İş Tatmini: Çalışanların iş tatmin düzeylerini ölçmek için Minnesota İş Tatmin Ölçeğinin (Weiss vd., 1967: 31) kısa formu kullanılmıştır. Ölçeğin uzun formundaki iç ve dış tutum faktörleriyle ilgili 100 madde birleştirilerek 20 maddelik bir ölçek elde edilmiştir (Fesharaki vd., 2012: 242). Ölçek, işin niteliği ile ilgili bireysel duyguları yansıtan “içsel iş tatmini” ile çalışma koşulları ve ücret gibi işin çevresine ait öğeleri ifade eden “dışsal iş tatmini” olmak üzere iki alt boyuttan oluşmaktadır (Zopiatis vd., 2014: 134). İş tatminini etkileyen içsel faktörler 12 maddeden, dışsal faktörler ise 8 maddeden oluşmaktadır. Ölçek 5’li likert tipinde tasarlanmıştır.

İşten Ayrılma Niyeti: Çalışanların işten ayrılma niyetlerinin ölçülmesinde Scott vd. (1999:400). tarafından geliştirilen ölçek kullanılmıştır. Ölçek 4 ifadeden oluşmaktadır. Araştırmanın uygulanması 2016 yılı Kasım ve Aralık aylarında yapılmıştır. Uygulama öncesinde ilgili medya örgütleri ile iletişime geçilerek araştırma hakkında bilgi verilmiştir. Anket formları için araştırmacı tarafından çalışanlara bireysel açıklama yapılmış ve ankete katılmak isteyenlerin sözlü onayları alınmıştır. Çalışma esnasında ulaşılamayan kişilere farklı zamanlarda gidilerek anket çalışması tamamlanmıştır.

3.2. Bulgular ve Tartışma

3.2.1. Çalışmanın Sınırlılıkları

Malatya ilinde faaliyet gösteren medya kuruluşlarının yöneticileri üzerinde gerçekleştirilen ve iş tatmin düzeylerinin işten ayrılma niyeti üzerindeki etkisini belirlemeyi amaçlayan bu çalışmada bir takım sınırlılıklar bulunmaktadır. Sınırlılıklardan biri, ortak yöntem varyans sorununun olup olmadığının anlaşılması için değişkenlerin faktör analizine tabi tutulmamış olmasıdır. Sınırlılıklardan bir diğeri, örneklem çerçevesinin Malatya’da faaliyet gösteren medya kuruluşları yöneticileri ile sınırlı olmasıdır. Bir başka sınırlılık, verilerin katılımcıların kişisel beyanlarına dayalı olarak derlenmesidir. Sosyal beğenirlik düşüncesiyle katılımcılar gerçeği değil arzuladıkları durumu yansıtmış olabilirler.

3.2.2. Katılımcıların Özelliklerine İlişkin Bulgular

Katılımcılara ait özelliklere ilişkin bilgiler Tablo 1’de aktarılmıştır. Tablo 1’deki değerler, katılımcıların çoğunluğunun erkeklerden (%66,7) ve bekâr bireylerden (%71,8) oluştuğunu göstermektedir. Anketi cevaplayan medya çalışanlarının büyük çoğunluğu (%77,0) genç olarak kabul edilebilecek 35 ve altında bir yaşa sahiptirler. Cevaplayıcıların yaş ortalamalarının 30,4 olduğu araştırma verilerinden anlaşılmaktadır. Katılımcıların eğitim düzeylerindeki dağılımda en yüksek paydayı %53,8 ile önlisans-lisans mezunlarının ve mesleki deneyim sürelerindeki dağılımda ise en yüksek paydayı %61,6 ile 5 yıl ve daha az deneyeime sahip olanların oluşturduğu Tablo 1’de görülmektedir.

Tablo 1: Katılımcılara Ait Özellikler

ÖZELLİKLER	f	%	ÖZELLİKLER	f	%
Cinsiyet			Deneyim		
Erkek	26	66,7	5 yıl ve daha az	24	61,6
Kadın	13	33,3	6-10 yıl arası	5	12,8
Medeni Durum			11-15 yıl arası	4	10,2
Bekâr	28	71,8	16-20 yıl arası	1	2,6
Evli	11	28,2	21 yıl ve daha fazla	1	2,6
Eğitim Düzeyi			Kayıp değer	4	10,2
İlköğretim	1	2,6	Yaş Aralığı		
Lise	10	25,6	25 yaş ve altı	15	38,5
Önlisans-Lisans	21	53,8	26-35 yaş arası	15	38,5
Lisansüstü	6	15,4	36-45 yaş arası	5	12,8
Kayıp değer	1	2,6	46 yaş ve üzeri	4	10,2

3.2.3. Değişkenler Arasındaki İlişkiler

Araştırmanın değişkenler arasındaki ilişkileri gösteren korelasyon matrisi ve değişkenlerin ortalama, standart sapma ve güvenilirlik düzeylerine ilişkin bulgular Tablo 2’de aktarılmıştır. Değişkenler arasında korelasyon değerleri incelendiğinde, içsel tatmin ile işten ayrılma niyeti ($r=-0,577$, $p<0,01$) ve dışsal tatmin ile işten ayrılma niyeti ($r=-0,682$, $p<0,01$) arasında istatistiksel olarak anlamlı ve negatif yönlü ilişkilerin var olduğu görülmektedir. Benzer şekilde araştırma bulguları, bir bütün olarak iş tatmini ile işten ayrılma niyeti ($r=-0,655$, $p<0,01$) arasında istatistiksel olarak anlamlı ve negatif yönlü bir ilişkinin varlığını da ortaya koymaktadır. Bu bulgular ışığında, H1, H2 ve H3 hipotezleri kabul edilmiştir.

Tablo 2: Ortalama, Standart Sapma, Güvenirlik ve Korelasyon Katsayıları

Değişkenler	Ort.	S.S.	1	2	3	4
1. İş tatmini	4.01	0.54	(92.9)			
2. İçsel Tatmin	4.06	0.56	0.963**	(90.1)		
3. Dışsal Tatmin	3.92	0.60	0.923**	0.786**	(85.4)	
4. İşten Ayrılma Niyeti	1.88	0.90	-0.655**	-0.577**	-0.682**	(86.8)

Not: ** $p<0.01$ (çift-yönlü)

Korelasyon analizi ile ortaya konan ilişkilerin niteliğinin belirlenmesi amacıyla basit regresyon analizinden yararlanılmıştır. İçsel ve dışsal iş tatmin düzeylerinin işten ayrılma niyeti üzerindeki etkisinin belirlenmesine yönelik olarak gerçekleştirilen basit regresyon analizi bulguları Tablo 3’te özet halinde sunulmuştur.

Tablo 3: Regresyon Analizi Sonuçları

Model	Bağımsız Değişkenler	BağımlıDeğişken	R ²	Beta	Anlamlılık
-------	----------------------	-----------------	----------------	------	------------

1	İçsel tatmin	İşten ayrılma niyeti	,439	-,102	,614
	Dışsal tatmin			-,602	,005
ANOVA Testi: F = 15,482 p < 0,01					

Tablo 3'teki verilere bakıldığında, modelin bir bütün olarak anlamlı ($F=15,482$ $p<0,01$) olduğu anlaşılmaktadır. Regresyon analizi bulguları, örneklem kapsamındaki medya çalışanlarının işten ayrılma niyetleri üzerinde içsel tatmin ($\beta = -0,102$) ve dışsal tatmin ($\beta = -0,602$) düzeylerinin negatif yönlü etkiye sahip olduğunu göstermektedir. Ancak, içsel tatmin düzeyini işten ayrılma niyeti üzerinde negatif yönlü etkiye sahip olmakla birlikte bu etki istatistiksel olarak anlamlı değildir ($p=0,614$). Regresyon analizi sonuçları, işten ayrılma niyetindeki 1 birimlik değişimin %43,9'unun içsel ve dışsal tatmin düzeyleri tarafından açıklandığını ortaya koymaktadır.

Sonuç

Genelde bütün sektörlerde özelde medya sektörünün de içinde bulunduğu hizmet sektöründe, müşteri memnuniyeti artan oranda çalışan performansına bağlı hale gelmeye başlamıştır. Çalışan performansının yükseltilmesi noktasına çok sayıda değişken etkili olmakla birlikte, bu değişkenler desteklenmesi gereken değişkenler ve engellenmesi gereken değişkenler şeklinde iki başlık altında sınıflandırılabilir. Desteklenmesi gereken değişkenlere örnek olarak, yönetsel destek, katılımcı yönetim, kariyer fırsatları, etkili bir ücret ve ödüllendirme sistemi, uygun çalışma ortamı ve koşulları gibi faktörler verilebilir. Engellenmesi gereken değişkenlere ise örgütsel yabancılaşma, tükenmişlik, sinizm, baskıcı yönetim anlayışı gibi faktörler örnek olarak verilebilir. Dikkatle incelendiğinde; desteklenmesi gereken değişkenlerin iş tatmin düzeyini ve engellenmesi gereken değişkenlerin ise işten ayrılma niyetini artırıcı yönde etkileyecekleri görülecektir. Dolayısıyla konu özelinde, müşteri memnuniyetinin sağlanması noktasında çalışanların iş tatmin düzeylerinin ve işten ayrılma niyetlerinin birlikte ele alınması gereken değişkenler olduğu söylenebilir.

Bu çalışmada, içsel tatmin ve dışsal tatmin olarak adlandırılan iş tatmini boyutları ile işten ayrılma niyeti arasındaki ilişki Malatya ilinde faaliyet gösteren yerel medya kuruluşlarında görev yapmakta olan yöneticilerden oluşan bir örneklem üzerinde test edilmiştir. Yapılan korelasyon analizi neticesinde, içsel tatmin, dışsal tatmin ve bir bütün olarak iş tatmini ile işten ayrılma niyeti arasında negatif yönlü

ilişkiler olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Korelasyon analizi ile ortaya konan ilişkilerin niteliğinin belirlenmesi amacıyla uygulanan regresyon analizi sonuçları, dışsal tatmin boyutunun işten ayrılma niyeti üzerinde negatif yönlü ve anlamlı bir etkiye sahip olduğunu, ancak içsel tatmin boyutunun işten ayrılma niyeti üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkiye sahip olmadığını göstermiştir. Çalışanların sahip oldukları işe yönelik olarak geliştirmiş oldukları olumlu tutum olarak ifade edilen iş tatmininin, işten ayrılma niyeti üzerinde negatif etkiye sahip olduğu literatür tarafından da desteklenmektedir (Blaauw vd., 2013:127; Zhang vd., 2014: 128; Keser ve Yılmaz, 2016: 569).

Yapılan açıklamalardan, çalışanlarda gelişecek olan işten ayrılma niyetinin örgütsel amaçların gerçekleştirilmesi noktasında ciddi olumsuz yansımalarının olacağı anlaşılmaktadır. Bu noktada, işten ayrılma niyetinin oluşmasını engelleyebilecek ya da oluşmuşsa azalmasına neden olabilecek iş tatmini gibi değişkenlerin varlığı önem kazanmaktadır. Bu çerçevede, uygulayıcılara yönelik olarak şu öneriler dile getirilebilir:

- Personel seçim sürecinde, işe uygun personel istihdamına gereken önem gösterilmelidir. Bu sayede çalışanlar içsel motivasyonla görevlerini yerine getirecekler, işe bağlılık duygusu hissedecekler ve dolayısıyla işten ayrılmak istemeyeceklerdir.
- İşten ayrılma niyeti üzerinde katalizör görevi görebilecek iş tatmini, örgütsel adalet, örgütsel güven, örgütsel özdeşleşme gibi tutumların çalışanlarda gelişmesi için gerekli olan yönetsel karar ve uygulamalar hayata geçirilmelidir.
- Birey-örgüt uyumunu destekleyecek tarzda çalışma ortamı, kültürel atmosfer, kariyer sistemi, iletişim ortamı, ödüllendirme sistemi ve benzerleri geliştirilmelidir. Birey-örgüt uyumu yoluyla çalışanlar örgütsel hedefleri destekleme davranışı içerisine girecekler ve işten ayrılma niyeti gibi negatif davranışlardan uzaklaşacaklardır.
- Çalışanlarla örgüt arasında duygusal bir bağ oluşturmak için personel güçlendirme, kariyer danışmanlığı, yönetsel destek, yönetsel esneklik, sosyal destek, işgörenlerin özel günlerini kutlama gibi örgütsel ve sosyal uygulamalar hayata

geçirilmelidir. Oluşan duygusal bağ, çalışanların örgütü sahiplenmelerine ve amaçlar için daha fazla gayret sarf etmelerine neden olacaktır.

Konu odağında gelecekte yürütülecek çalışmalarda, değişkenler arasındaki ilişki farklı örneklem ve farklı bölgelerde gerçekleştirilebilir. Böylelikle konu hakkında genel bir bakış açısı ortaya konulmasına katkı sağlanmış olur. İşten ayrılma niyetinin oluşmaması ya da oluşmuşsa ortadan kaldırılması için yapılabilecekler üzerine araştırmalar gerçekleştirilebilir. İşten ayrılma niyeti üzerinde katalizör görevi görebilecek değişkenler üzerine, aynı örneklemden belirlenmiş zaman aralıklarında en az iki defa veri toplayarak gerçekleştirilen boylamsal çalışmalar yapılabilir.

KAYNAKÇA

- AKBULUTGİLLER, Betül ve ERKAN, Gülsüm (2016). "Türkiye’de Medya Sistemler: 1980’lerden Günümüze Yaşanan Dönüşümler", Journal of Strategic Research in SocialScience, 2(2), 98-114.
- ALANKUŞ, Sevda (2003). Yeni İletişim Teknolojileri ve Medya, İstanbul: IPS İletişim Vakfı Yayınları, s.139.
- ASLAN, Zeynep ve ETYEMEZ, Senem (2015). "İşgörenlerin Tükenmişlik Düzeylerinin İşten Ayrılma Niyeti Üzerine Etkisi: Hatay’daki Otel İşletmelerinde Bir Araştırma", Journal of Business ResearchTurk, 7(3), 482-507.
- ATILGAN, Semra (1999). Basın İşletmeciliği, İstanbul: Beta Yayınları, s.16
- AZİZ, Aysel (2013). Radyo ve Televizyon Yayıncılığı, İstanbul: Hiperlink İletişim Dizisi, s.6
- BERBEROĞLU, Güneş N. (1991). Basın İşletmeciliği, İstanbul, Gazeteciler Cemiyeti Yayınları, s.24
- BLAAUW, Duane; DITLOPO, Prudence; MASEKO, Fresier; CHIRWA, Maureen; MWISONO, Aziza; BIDWELL, Possy; THOMAS, Steve; NORMAND, Charles (2013). "Comparing The Job Satisfaction and Intention to Leave of Different Categories of HealthWorkers in Tanzania, Malawi and South Africa". GlobHealth Action, 6, 127-137.

- BÜLBÜL, Ali Rıdvan (1999). Genel Gazetecilik Bilgileri, Ankara: Nobel Yayın Dağıtım, s.36.
- ÇEKMECELİOĞLU, Hülya Gündüz (2005). "Örgüt İkliminin İş Tatmini ve İşten Ayrılma Niyeti Üzerindeki Etkisi: Bir Araştırma", Cumhuriyet Üniversitesi İdari İktisadi Bilimler Dergisi, S.28
- DALOĞLU, Mehmet (2002). Türk Silahlı Kuvvetlerinde İş Gücü Devri: İş Tatmini, Örgütsel Bağlılık ve Ayrılma İsteği Çerçevesinde Bir İnceleme, Ankara: Başkent Üniversitesi SBE.
- DEMİR, Müge (2013). Yeni Medya Üzerine, İstanbul: LiteratürkAcademia, s.255.
- FAIRBROTHER, Kerry ve WARN, James (2003). "Workplace Dimensions, Stressand Job Satisfaction", Journal of ManagerialPsychology, 18(1), 8-21.
- FESHARAKI, MohammadGholami; TALEBIYAN, D.; AGHAMIRI, Z.; MOHAMMADIAN, M. (2012). Reliabilityandvalidity of "JobSatisfactionSurvey" QuestionnaireinMilitaryHealthCareWorker, Journal Mil Med, 13(4), 241-246.
- GÜRBÜZ, Sait ve BEKMEZCİ, Mustafa (2012). "İnsan Kaynakları Yönetimi Uygulamalarının Bilgi İşçilerinin İşten Ayrılma Niyetine Etkisinde Duygusal Bağlılığın Aracılık ve Düzenleyicilik Rolü", İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi, 41(2), 189-213.
- ÖZKAN, Işık (1989). Basım ve Basın İşletmeciliği, İzmir, Bilgehan Basımevi, s.1.
- İNUĞUR, Mehmet Nuri (1993). Basın Yayın Tarihi, İstanbul: Der Yayınları, s.19.
- JARINTO, Krit (2015). "Personality Traits Effect on Job Satisfaction and Illness Comparing Japan and American Multinational Corporation". Rmutt Global Business and Economics Review, 10(1), 1-18.
- KABACALI, Alpay (1998). "Cumhuriyet Öncesi ve Sonrası Matbaa ve Basın Sanayii", İstanbul: Cem Ofset Yayınevi, s.16-21.
- KARAKOÇ, Muharrem (2016). "Hemşirelerde İş Doyumu Ve İşten Ayrılma Niyetinin Özel ve Kamu Sektöründe Karşılaştırılması: Kadıköy İlçesindeki

Sağlık Kurumlarında Bir Araştırma", T.C. Nişantaşı Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi.

KESER, Aşk ve YILMAZ, Gözde (2016). "Impact of JobSatisfaction (Js) Facets on Intent to Leave (Itl) For Human Resources Experts (Hre): A Study From Turkey". Economic and Social Development: Book of Proceedings, 569-574.

KÖK, Bayrak Sabahat (2006). "İş Tatmini ve Örgütsel Bağlılığın İncelenmesine Yönelik Bir Araştırma", Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 20(1), 291-317.

LAGERLUND, Magdalena; SHARP,Lena; LINDQVIST,Rikard; RUNESDOTTER, Sara;TISHELMAN,Carol(2015).Intention to Leave the Workplace Among Nurses Working with Cancer Patients in AcuteCareHospitals in Sweden", European Journal of OncologyNursing, 19, 629-637.

MACINTOSH, Eric W. ve DOHERTY, Alison (2010). "The Influence of Organizational Culture on Job Satisfaction and Intention to Leave", Sport Management Review, 13(2), 106-117.

MENGUC, Bulent; AUH, Seigyoung; KATSIKEAS, Constantine S.; JUNG, YeonSung (2016). When Does (Mis) Fit in Customer Orientation Matter for Front line Employees' Job Satisfaction and Performance?", Journal of Marketing, 80(1), 65-83.

ÖZMEN, Mehmet ve KAHRAMAN, ÜmmüGülsüm (2017). "Aile İşletmelerinde Çalışanların İş Tatmini ve Örgütsel Bağlılık Düzeyleri Arasındaki İlişkiye Yönelik Bir Araştırma", Süleyman Demirel Üniversitesi İİBF Dergisi, 22(1), 85-93.

PINAR, İbrahim; KAMAŞAK, Rıfat; BULUTLAR, Fusun (2008). "İş Tatmini Oluşturan Boyutların Toplam Tatmin Üzerindeki Etkilerinin Doğrulayıcı Faktör Analizi ile İncelenmesi Üzerine Türk İşletmelerinde Bir Araştırma", İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi, 37(2), 151-166.

- POLLARD, George (1995). "Job Satisfaction Among News Workers: The Influence of Professionalism, Perceptions of Organizational Structure and Social Attributes", *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 72(3), 682-697.
- RAMOO, Vimala; ABDULLAH, Khatijah L.; PIAW, Chua Yan (2013). "The Relationship between Job Satisfaction and Intention to Leave Current Employment among Registered Nurses in a Teaching Hospital", *Journal of Clinical Nursing*, 22(21-22), 3141-3152.
- RYAN, Kathleen M. (2009). "The Performative Journalist: Job Satisfaction, Temporary Workers and American Television News". *Journalism*, 10(5), 647-664.
- SCOTT, Craig R.; CONNAUGHTON, Stacey L.; MAGUIRE, Katheryn (1999). "The Impacts of Communication and Multiple Identifications on Intent to Leave", *Management Communication Quarterly*, 12(3): 400-435.
- SÖKMEN, Alev ve METE, E. Sabahattin (2016). "Bezdirinin İş Performansı, İş Tatmini Ve İşten Ayrılma Niyeti Üzerindeki Etkisi: Ankara'da Bir Araştırma", *Gazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, 17(3), 271-295.
- ŞİMŞEK, Şerif M.; AKGEMCİ, Tahir; ÇELİK, Adnan (2007). *Davranış Bilimlerine Giriş ve Örgütlerde Davranış*, Ankara, s.54.
- TENGİLİMOĞLU, Dilaver; ATILLA, Asuman; BEKTAŞ, Meral (2013). *İşletme Yönetimi*, 4. Baskı, Seçkin Yayıncılık, Ankara, s. 28.
- TOPÇUOĞLU, Doruk (2016). "Medya İşletmelerinde Ücret Politikaları, İş Tatmini Ve Verimlilik: Konuya İlişkin Bir Uygulama", *Yüksek Lisans Tezi*, Marmara Üniversitesi, İstanbul, s:4.
- VAN LEUVEN, Sarah; DEPREZ, Annelore; RAEYMAECKERS, Karin (2014). "Networking or Not Working? A Comparison of Arab Spring Coverage in Belgian Newspapers and TV News". *Journalism Practice*, 8(5), 552-562.
- WEISS, David J.; DAWIS, Rene. V.; ENGLAND, George W.; LOFQUIST, Lloyd H. (1967). "Manual For the Minnesota Satisfaction Questionnaire. In Minnesota

Studies On Vocational Rehabilitation (Vol. 22), Minneapolis, Minnesota": University of Minnesota Industrial Relations Center.

YAZICIOĞLU, İrfan (2009). "Konaklama İşletmelerinde İşgörenlerin Örgütsel Güven Duyguları İle İş Tatmini Ve İşten Ayrılma Niyetleri Üzerine Bir Alan Araştırması", Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, 30(30).

YILDIRIM, Hasan (2008). "Medya İşletmeler ve Yapısal Sorunları, Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi, İstanbul, s:5.

YILDIRIM, Mehmet Halit; ERUL, Emel Eylül; KELEBEK, Pınar (2014). "Tükenmişlik ile İşten Ayrılma Niyeti Arasındaki İlişki Banka Çalışanları Üzerine Bir Araştırma". Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi, 6(1). S.28.

YOON, Kun ve KIM, Chulwoo (2015). "A Study on the Mediating Effect of Post-Merger Integration (PMI) on MergerStress, Leadership, and Performance: Focusing on Merged Public Institutions in Korea", AsianJournal of Political Science, 23(2), 161-183.

YOUSEF, Darwish Abdulrahman (2017). "Organizational Commitment, Job Satisfaction and Attitudes toward Organizational Change: A Study in the Local Government", International Journal of Public Administration, 40(1), 77-88.

YÜCEL, İlhami ve DEMİREL, Yavuz (2013). "Mevcut İş Alternatiflerinin İş Tatmini Ve İşten Ayrılma İlişkisi Üzerine Etkisi: Başka Bir Yol Daha Olmalı!", Atatürk University Journal of Economics & Administrative Sciences, 27(2). S:28.

ZHANG, Li-feng; YOU, Li-ming; LİU, Ke; ZHENG, Jing, FANG, Jin-Bo, LU, Min-min; LV, Ai-li; WEI, Guang-Ma; WANG Jian; WANG, Shu-hong; WU, Xue; ZU, Xiaowen; WU, XiuQing (2014). "The association of Chinese hospital work environment with nurse burnout, job satisfaction, and intention to leave". Nursing outlook, 62(2), 128-137.

ZOPIATIS, Anastasios; CONSTANTİ, Panayiotis; THEOCHAROUS, Anatonis L. (2014). "Job involvement, commitment, satisfaction and turnover: Evidence from hotel employees in Cyprus". Tourism Management, 41, 129-140.