



MUHASEBE MESLEK MENSUPLARININ KULLANDIKLARI İZLENİM YÖNETİMİ TAKTİKLERİNİN BELİRLENMESİNE YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA¹

Davut AYGÜN²
Merve TOPTAN³

ÖZET

Bu çalışmanın amacı, muhasebe meslek mensuplarının kullandıkları izlenim yönetimi taktiklerini belirleyerek ve bu taktiklerinin unvan, cinsiyet, çalışılan il, yaş, mesleki deneyim, öğrenim düzeyi ve izlenimleri önemseme durumu değişkenleri açısından farklılık gösterip göstermediğini ortaya koymaktır. Bu amaca yönelik olarak Trabzon ve Rize’de faaliyet gösteren 102 meslek mensubuna yüz yüze görüşme yöntemiyle anket uygulanmıştır. Çalışmada Kamile Demir (2002) tarafından geliştirilmiş olan izlenim yönetimi taktikleri ölçeği kullanılmıştır. 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 Taktikleri, İzlenim Yönetimi

¹ Bu makale Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi–SBE’nde hazırlanan “Muhasebe Meslek Mensuplarının Kullandıkları İzlenim Yönetimi Taktiklerinin Belirlenmesi: Trabzon ve Rize İllerine Yönelik Bir Uygulama ” adlı yüksek lisans tezinden türetilmiştir.

² Yrd. Doç. Dr., Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, davut.aygun@erdogan.edu.tr.

³ Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi–SBE, Yüksek Lisans öğrencisi, merve.toptan@hotmail.com.

A STUDY TO DETERMINE OF IMPRESSION MANAGEMENT TACTICS USED BY ACCOUNTING PROFESSIONS

ABSTRACT

The aim of this study is to determine impression management tactics used by accounting profession and 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. In accordance with this purpose, a questionnaire was used 102 accountants in order to collect data in Trabzon and Rize. In this study Impression Management Tactics Scale developed by Kamile Demir (2002) was used. 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 do not show 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 do not display 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 show a significant difference.

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

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. Esasen 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. Bir başka ifadeyle, 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 çeşitli değişkenlere göre değişip değişmediğinin belirlenmesinin amaçlandığı bu çalışmada öncelikle muhasebe mesleği ve meslek mensupları üzerinde durulmuştur. Sonra izlenim yönetimi kavramı ve izlenim yönetimi taktikleri açıklanmıştır. Daha sonra ise muhasebe meslek mensuplarının kullandıkları izlenim yönetimi taktiklerindeki farklılıklar birtakım demografik değişkenler bağlamında açıklanmıştır.

I. MUHASEBE MESLEĞİ VE MUHASEBE MESLEK MENSUPLARI

İşletmelerin faaliyetleri ile ilgili olarak ortaklara, potansiyel yatırımcılara, alacaklılara, yöneticilere, kredi kuruluşlarına ve devlete bilgi sağlayan muhasebe, finansal sistemde karar almada ihtiyaç duyulan bilginin önemli bir bölümünü oluşturmaktadır (Arıkan, 2009: 10). Bu bağlamda, muhasebe faaliyetlerini yerine getiren *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 (Arıkan, 2009: 10).

Türkiye’de muhasebe mesleği uzun yıllardır icra edilmesine rağmen 1989 yılına kadar yasalastırılmamıştır. Mesleğin yasal bir statü kazanmasına kadar geçen süreçte meslek mensubu olabilmek için herhangi bir özel şart bulunmamaktaydı (Şengel, 2010: 81-82). Türkiye’de 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 3568 sayılı Kanunun adı “Serbest Muhasebeci Mali Müşavirlik ve Yeminli Mali Müşavirlik Kanunu” olarak değiştirilmiştir. İlgili kanunla 3568 sayılı Kanun’da yer alan Serbest Muhasebeci unvanı kaldırılmıştır.

II. İZLENİM YÖNETİMİ

A. İzlenim Yönetimi Kavramı

Bireyler sosyal ilişkilerinde başkalarının onları nasıl algıladıkları ve değerlendirdikleri ile ilgilenmektedir. Bu doğrultuda evde, işte, okulda veya herhangi bir ortamda başkalarının onlara karşı tepkilerini izler ve arzuladıkları amaçlara ulaşmaya yönelik düşünceleri onlara aktarmaya çalışırlar (Leary ve Kowalski, 1990: 34). Bireyler çevresiyle etkileşimleri sonucunda karşısındaki bireye çeşitli izlenimler bırakabilir ya da çeşitli izlenimler edinebilir. İzlenimler bireye 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. Bu tür çabalar, bireylerin izlenim yönetimi davranışları olarak ifade edilebilir (Basım vd., 2006: 2; Doğan ve Kılıç, 2009: 53-54). 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).

Sosyal bilimlerde kavramları tanımlamanın bu kavramların soyut anlamlar içermesi ve çeşitlilik arz etmesi nedeniyle zorlayıcı bir süreç olduğu belirtilebilir (Akgün, 2009: 10; Ünalı, 2005: 13). Bu bağlamda izlenim yönetimi kavramını tanımlamak da aynı zorlukları barındırmakta olup belirli farklılıklar göstermektedir. Şöyle ki; Leary ve Kowalski (1990) izlenim yönetimini bireyin diğer bireylerin kendisine ilişkin izlenimlerini kontrol etme süreci biçiminde; Yılmaz (2012) bir bireyin başkaları üzerinde oluşturduğu izlenimi etkilemeye ya da değiştirmeye çalışması biçiminde; Bozeman ve Kacmar (1997) bireylerin arzuladığı kimliği oluşturmak ve sürdürmek istemesinden kaynaklanan davranışlar biçiminde; Chen ve Fang (2008) ise bireylerin arzu ettiği sonuçları elde etmesine yönelik izlenmesi gereken sistemli davranışlardır biçiminde tanımlamışlardır. Tüm bu 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.

B. 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.

İzlenim yönetimi alanındaki yazın incelendiğinde, izlenim yönetimi taktiklerine ilişkin farklı sınıflandırmalar yapıldığı görülmektedir. Örneğin Schütz (1998: 611) izlenim yönetimi taktiklerini, kendini tanıtmaya yönelik, saldırgan, korunmaya yönelik ve savunmaya yönelik taktikler biçiminde, Andrews (1999: 22-34) sözkonusu taktikleri, kendini tanıtmaya yönelik, kendini savunmaya yönelik ve çağrışım taktikleri biçiminde sınıflandırmıştır. Bireyin kullandığı izlenim yönetimi taktiklerine ilişkin Tedeschi ve Norman tarafından yapılmış bir diğer çalışmada ise söz konusu taktikler kendini tanıtmaya yönelik ve kendini savunmaya yönelik taktikler biçiminde sınıflandırılmıştır (Demir, 2002: 34). Bu çalışmada kendini tanıtmaya yönelik ve kendini savunmaya yönelik izlenim yönetimi taktikleri sınıflandırması esas alınmıştır.

Kendini tanıtmaya yönelik izlenim yönetimi taktikleri bireyin sosyal kimliğini geliştirmek için oluşturulmuş olup kendini sevdirmek, niteliklerini tanıtmak, yıldırma, örnek birey olma, yardım isteme ve vurgulama biçiminde sıralanabilir (Demir, 2002: 41).

Kendini savunmaya yönelik taktikler ise bireyin imajını korumak için oluşturulmuş olup kötü bir performansa tepki olarak kullanılmaktadır (Gardner ve Martinko, 1988: 334; Zivnuska vd., 2004: 630). Sözkonusu taktikler de, açıklama yapma, engel olma, yadsıma ve özür dileme biçiminde sıralanabilir (Demir, 2002: 52).

III. LİTERATÜR İNCELEMESİ

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” adlı çalışmada çeşitli durumlarda izlenim yönetimi taktiklerinin etkililiğini incelemek amacıyla 178 insan kaynakları uzmanı 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. 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” adlı çalışmada emniyet teşkilatındaki çalışanların örgütlerde

yıldırma ve yardım isteme taktiklerini kullanımı ile cinsiyet arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığı araştırılmıştır. Elde edilen sonuçlardan hareketle erkeklerin kadınlara göre yardım isteme taktiğini daha sık kullandıkları belirlenmiştir.

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. Çalışma sonucunda öğretmenlerin kendini tanıtmaya yönelik izlenim yönetimi taktiklerinden en sık örnek olma taktiğini, kendini savunmaya yönelik taktiklerden en sık özür dileme taktiğini kullandıklarını tespit edilmiştir. Ayrıca kullanılan taktiklerin okul türüne, cinsiyete, mesleki deneyime, kendini ayarlama yeteneğine ve kendine saygı düzeylerine göre farklılaştığı tespit edilmiştir.

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 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 tespit edilmiştir.

Barsness ve diğerleri (2005) tarafından yapılan “Motivation and Opportunity: The Role of Remote Work, Demographic Dissimilarity, and Social Network Centrality in Impression Management” 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. Ayrıca azaltılmış sosyal ağ merkezli yapının iş odaklı izlenim yönetimi taktiklerinin kullanım sıklığını azalttığı tespit edilmiştir.

Ünaldı (2005) tarafından yapılan “Emniyet Örgütü Yöneticilerinin İzlenim Yönetimi” adlı çalışmada Demir (2002) tarafından geliştirilen “izlenim 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.

Basım ve Tatar (2006) tarafından yapılan “Kamuda İzlenim Yönetimi: Karşılaştırmalı Bir Çalışma” adlı araştırmada kamuda görev yapan 113 yönetici ile 172 diğer çalışanın örgütsel ortamda kullandıkları izlenim yönetimi taktiklerinin karşılaştırılması amaçlanmıştır. Çalışmada taktikler; niteliklerini tanıtarak kendini sevdirmeye, kendini örnek personel gibi göstermeye çalışma, yardım isteme, vurgulama ve işine sahip çıkmaya çalışma biçiminde ele alınmıştır. Araştırmanın sonucunda kamu yöneticisi ve çalışanlarının en çok işine sahip çıkmaya çalışma; en az 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” adlı çalışmada örgütsel politika anlayışları ile performans değerlendirme arasındaki ilişki izlenim yönetiminin etkisi incelenerek araştırılmıştır. Veriler Tayvan’da kamu iktisadi kuruluşlarında çalışan 290 kişiden elde edilmiştir. Araştırmada izlenim yönetimi taktikleri iş odaklı ve yönetici odaklı biçiminde sınıflandırılmıştır. Çalışma sonucunda örgütsel politika ve performans değerlendirme arasındaki ilişkide iş odaklı izlenim yönetimi taktiğinin anlamlı olarak kullanıldığı belirlenmiştir.

Demir’in (2002) çalışmasında uyguladığı “izlenim yönetimi taktikleri” ve “izlenim 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. Ayrıca akademisyenlerde yaş ve izlenimleri önemseme durumlarına göre niteliklerini tanıtmaya taktiğinin kullanımının farklılık gösterdiği, cinsiyet ve mesleki deneyime göre izlenim yönetimi taktiklerinin kullanımının farklılık göstermediği bulunmuştur.

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. 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?” adlı çalışmada izlenim yönetimi taktiklerinin 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. Çalışmada öğretim elemanlarının izlenim yönetimi taktiklerini kullanma düzeyinin belirlenmesi ve izlenim yönetimi taktiklerini kullanma düzeylerinin çeşitli değişkenler açısından incelenmesi amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda, 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. Böylelikle öğretim elemanlarının izlenim yönetimi taktiklerini kullanma düzeylerinin 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; çalıştıkları bölüme, fakülteye, öğrenim durumuna ve cinsiyete göre bazı alt taktiklerde anlamlı farklılık gösterdiği bulunmuştur.

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 yeterli 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.

IV. ARAŞTIRMA

A. Araştırmanın Amacı

Çalışma muhasebe meslek mensuplarının kullandıkları izlenim yönetimi taktiklerini belirlemek amacıyla yapılmış olup söz konusu taktiklerin kullanımına yönelik farklılıkların unvan, cinsiyet, yaş, çalışılan il, mesleki deneyim, öğrenim düzeyi ve izlenimleri önemseme durumu değişkenleri açısından incelenmesi hedeflenmiştir

B. Araştırmanın Kapsamı ve Yöntemi

Muhasebe meslek mensuplarının kullandıkları izlenim yönetimi taktiklerinin belirlenmesine yönelik yapılan araştırmanın evrenini Trabzon ilinden 39 Serbest Muhasebeci (SM), 259 Serbest Muhasebeci Mali Müşavir (SMMM) ve 5 Yeminli Mali Müşavir (YMM) ile Rize ilinden 12 SM, 93 SMMM ve 2 YMM olmak üzere toplam 410 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 örneklem olarak belirlenmiştir.

Araştırmada veriler anket ile elde edilmiştir. Verilerin elde edilmesi için muhasebe meslek mensuplarına yüz yüze görüşme yöntemi ile anket uygulanmıştır. Anket formunun birinci bölümünde meslek mensuplarının demografik özelliklerine ilişkin sorulara yer verilmiştir. İkinci bölümde ise izlenim yönetimi taktikleri, “İzlenim Yönetimi Taktikleri Ölçeği” kullanılarak ölçülmüştür. Bu bölümde sorular Beşli Likert ölçeği ile hazırlanmıştır. Ölçek, (1) Hiçbir zaman, (2) Çok nadir, (3) Ara sıra, (4) Çok sık, (5) Her zaman seçeneklerinden oluşmuştur.

C. Araştırmanın Bulguları

Muhasebe meslek mensuplarının kullandıkları izlenim yönetimi taktiklerinin belirlenmesi için anketten elde edilen veriler faktör analizi ile incelenmiştir. Barlett testi sonucuna göre ($\chi^2= 1547,361$; $sd= 630$; $p\text{-değeri}= 0,000$) veri seti faktör analizine uygun olup KMO yeterlilik ölçütü 0,740 olarak hesaplanmıştır. Araştırmaya ilişkin faktör analizi sonuçlarına göre özdeğeri 1'den büyük olan 9 faktör elde edilmiştir. Bu faktörlerin açıkladıkları birikimli varyans % 63,8 olarak bulunmuştur. Söz konusu faktörler ilgili literatürden hareketle niteliklerini tanıtmaya ve vurgulamaya, yadsıma, övgü, özür dileme, mazeret bildirme, engel koyma, yardım isteme, meşrulaştırma ve yıldırma taktikleri olarak adlandırılmıştır. Literatürde 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 elde edilmiştir. Ancak

“görüş birliği ve örnek birey olma taktikleri” faktör analizi sonucunda elde edilmemiştir. Bunun nedeni örneklemin özelliğine ve muhasebe meslek mensuplarının bakış açısına bağlanabilir.

Öte yandan muhasebe meslek mensuplarının kullandıkları izlenim yönetimi taktikleri, ilgili yazından hareketle kendini tanıtmaya yönelik ve kendini savunmaya yönelik izlenim yönetimi taktikleri sınıflandırmasına uygun olarak değerlendirilmiştir. Söz konusu sınıflandırmada kendini tanıtmaya yönelik izlenim yönetimi taktiklerini niteliklerini tanıtmaya 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. Analiz sonucu p -değeri $<0,05$ olması durumunda izlenim yönetimi taktiklerinin kullanımı ilgili değişkene göre anlamlı bir farklılık göstermekte, p -değeri $>0,05$ olması durumunda ise izlenim yönetimi taktiklerinin kullanımı ilgili değişkene göre anlamlı bir farklılık göstermemektedir.

1. Unvana Göre İzlenim Yönetimi Taktiklerinin Kullanımına İlişkin Bulgular

Muhasebe meslek mensuplarının kullandıkları izlenim yönetimi taktiklerinin unvana göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek için yapılan Kruskal Wallis H Testi sonuçları Tablo 1’de gösterilmiştir.

Tablo 1: Unvana Göre İzlenim Yönetimi Taktiklerinin Kullanımına İlişkin Kruskal Wallis H Testi Sonuçları

Taktikler	Unvan	n	Sıra Ortalaması	sd	χ^2	p-değeri	
Kendini Tanıtma	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			
Kendini Savunma	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 1’de görüldüğü üzere, kendini tanıtmaya ve kendini savunmaya yönelik izlenim yönetimi taktiklerinin kullanımının unvana göre anlamlı bir farklılık göstermediği tespit edilmiştir.

2. Cinsiyete Göre İzlenim Yönetimi Taktiklerinin Kullanımına İlişkin Bulgular

Muhasebe meslek mensuplarının kullandıkları izlenim yönetimi taktiklerinin cinsiyete göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek için yapılan Mann Whitney U Testi sonuçları Tablo 2’de gösterilmiştir.

Tablo 2: Cinsiyete Göre İzlenim Yönetimi Taktiklerinin Kullanımına İlişkin Mann Whitney U Testi Sonuçları

Taktikler	Cinsiyet	n	Sıra Ortalaması	Sıra Toplamı	U	p-değeri	
Kendini Tanıtma	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		

Muhasebe Meslek Mensuplarının Kullandıkları İzlenim Yönetimi Taktiklerinin
Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma

Davut Aygün & Merve Toptan

Kendini Savunma	Taktik	Cinsiyet		Ortalama		U	p-değeri
		Kadın	Erkek	Kadın	Erkek		
Kendini Savunma	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 2’de görüldüğü üzere, kendini tanıtmaya ve kendini savunmaya yönelik izlenim yönetimi taktiklerinin kullanımının cinsiyete göre anlamlı bir farklılık göstermediği tespit edilmiştir.

3. Çalışılan İle Göre İzlenim Yönetimi Taktiklerinin Kullanımına İlişkin Bulgular

Muhasebe meslek mensuplarının kullandıkları izlenim yönetimi taktiklerinin çalışılan ile göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek için yapılan Mann Whitney U Testi sonuçları Tablo 3’te gösterilmiştir.

Tablo 3: Çalışılan İle Göre İzlenim Yönetimi Taktiklerinin Kullanımına İlişkin Mann Whitney U Testi Sonuçları

Taktikler	Çalışılan İl	n	Sıra Ortalaması	Sıra Toplamı	U	p-değeri	
Kendini Tanıtma	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			
Kendini Savunma	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 3’te görüldüğü üzere, sadece kendini savunmaya yönelik izlenim yönetimi taktiklerinden meşrulaştırma taktiğinin kullanımında çalışılan il bakımından 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 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.

4. Yaşa Göre İzlenim Yönetimi Taktiklerinin Kullanımına İlişkin Bulgular

Muhasebe meslek mensuplarının kullandıkları izlenim yönetimi taktiklerinin yaşa göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek için yapılan Kruskal Wallis H Testi sonuçları Tablo 4'te gösterilmiştir.

Tablo 4: Yaşa Göre İzlenim Yönetimi Taktiklerinin Kullanımına İlişkin Kruskal Wallis H Testi Sonuçları

Taktikler	Yaş	n	Sıra Ortalaması	sd	χ^2	p-değeri	
Kendini Tanıtma	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	60,00	5	3,525	0,620	
	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	12,50	5	12,354	0,030	
	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					
Kendini Savunma	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					

Muhasebe Meslek Mensuplarının Kullandıkları İzlenim Yönetimi Taktiklerinin
Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma

Davut Aygün & Merve Toptan

	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 4’te görüldüğü üzere, kendini tanıtmaya yönelik izlenim yönetimi taktikleri bakımından sadece yıldırma taktiğinin kullanımı yaşa göre anlamlı bir farklılık göstermektedir. Kendini savunmaya yönelik izlenim yönetimi taktikleri bakımından ise hiçbir taktiğinin kullanımı yaşa göre anlamlı bir farklılık göstermemektedir.

Öte yandan kendini tanıtmaya yönelik izlenim yönetimi taktiklerinden yıldırma taktiğinin kullanımının yaşa göre anlamlı bir farklılık göstermesinde söz konusu farklılığın hangi yaş değişkenleri arasında anlamlı sonuçlar ortaya koyduğunun tespit edilmesi 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 Tablo 5’te gösterilmiştir.

Tablo 5: 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
	24-29 yaş	2	2,50	5,00	2,000	0,044
42-47 yaş	18	11,39	205,00			
30-35 yaş	17	20,00	340,00	68,000	0,025	
36-41 yaş	15	12,53	188,00			
36-41 yaş	15	12,67	190,00	70,000	0,019	
42-47 yaş	18	20,61	371,00			

Tablo 5’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 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.

5. Mesleki Deneyime Göre İzlenim Yönetimi Taktiklerinin Kullanımına İlişkin Bulgular

Muhasebe meslek mensuplarının kullandıkları izlenim yönetimi taktiklerinin mesleki deneyime göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek için yapılan Kruskal Wallis H Testi sonuçları Tablo 6'da gösterilmiştir.

Tablo 6: Mesleki Deneyime Göre İzlenim Yönetimi Taktiklerinin Kullanımına İlişkin Kruskal Wallis H Testi Sonuçları

Taktikler	Mes. Deneyim	n	Sıra Ortalaması	sd	χ^2	p-değeri	
Kendini Tanıtma	Niteliklerini Tanıtma ve Vurgulama Taktiği	1-5 yıl 6-10 yıl 11-15 yıl 16-20 yıl 21-25 yıl 25 ve üzeri	4 11 10 25 12 40	59,00 46,36 51,30 43,20 46,42 58,93	5	5,429	0,366
	Övgü Taktiği	1-5 yıl 6-10 yıl 11-15 yıl 16-20 yıl 21-25 yıl 25 ve üzeri	4 11 10 25 12 40	43,50 38,27 45,50 59,04 45,00 54,68	5	5,565	0,351
	Yardım İsteme Taktiği	1-5 yıl 6-10 yıl 11-15 yıl 16-20 yıl 21-25 yıl 25 ve üzeri	4 11 10 25 12 40	60,75 53,00 58,70 43,44 51,42 53,43	5	3,036	0,694
	Yıldırma Taktiği	1-5 yıl 6-10 yıl 11-15 yıl 16-20 yıl 21-25 yıl 25 ve üzeri	4 11 10 25 12 40	37,00 53,73 56,70 49,44 57,25 50,60	5	1,943	0,857
Kendini Savunma	Yadsıma Taktiği	1-5 yıl 6-10 yıl 11-15 yıl 16-20 yıl 21-25 yıl 25 ve üzeri	4 11 10 25 12 40	66,75 44,27 52,40 48,08 44,25 56,05	5	3,728	0,589
	Özür Dileme Taktiği	1-5 yıl 6-10 yıl 11-15 yıl 16-20 yıl 21-25 yıl 25 ve üzeri	4 11 10 25 12 40	25,00 59,91 46,50 54,84 29,92 57,48	5	12,717	0,026
	Mazeret Bildirme Taktiği	1-5 yıl 6-10 yıl 11-15 yıl 16-20 yıl 21-25 yıl 25 ve üzeri	4 11 10 25 12 40	38,75 45,09 66,00 52,96 52,00 49,85	5	3,849	0,571
	Engel Koyma Taktiği	1-5 yıl 6-10 yıl 11-15 yıl 16-20 yıl 21-25 yıl 25 ve üzeri	4 11 10 25 12 40	26,25 55,27 49,90 45,04 55,00 56,38	5	5,566	0,351

Muhasebe Meslek Mensuplarının Kullandıkları İzlenim Yönetimi Taktiklerinin
Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma

Davut Aygün & Merve Toptan

	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 6’da görüldüğü üzere, kendini tanıtmaya yönelik izlenim yönetimi taktikleri bakımından ilgili taktiklerinin kullanımında mesleki deneyime göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır. Kendini savunmaya yönelik izlenim yönetimi taktikleri bakımından ise sadece özür dileme taktiğinin kullanımında mesleki deneyime göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir. 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 Tablo 7’de gösterilmiştir.

Tablo 7: Mesleki Deneyime Göre Özür Dileme Taktiğinin Kullanımında Anlamlı Farklılığa İlişkin Mann Whitney U Testi Sonuçları

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

Tablo 7’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 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.

6. Öğrenim Düzeyine Göre İzlenim Yönetimi Taktiklerinin Kullanımına İlişkin Bulgular

Muhasebe meslek mensuplarının kullandıkları izlenim yönetimi taktiklerinin öğrenim düzeyine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek için yapılan Kruskal Wallis H Testi sonuçları Tablo 8’de gösterilmiştir.

Tablo 8: Öğrenim Düzeyine Göre İzlenim Yönetimi Taktiklerinin Kullanımına İlişkin Kruskal Wallis H Testi Sonuçları

Taktikler	Öğrenim Düzeyi	n	Sıra Ortalaması	sd	χ^2	p-değeri	
Kendini Tanıtma	Niteliklerini Tanıtma ve Vurgulama Taktiği	Lise Önlisans Lisans Yüksek Lisans	21 6 72 3	54,95 59,17 49,42 62,00	3	1,423	0,700
	Övgü Taktiği	Lise Önlisans Lisans Yüksek Lisans	21 6 72 3	57,62 72,83 48,32 42,33	3	5,137	0,162
	Yardım İsteme Taktiği	Lise Önlisans Lisans Yüksek Lisans	21 6 72 3	52,67 57,83 50,56 53,33	3	0,392	0,942
	Yıldırma Taktiği	Lise Önlisans Lisans Yüksek Lisans	21 6 72 3	52,95 64,83 49,86 54,00	3	1,511	0,680
Kendini Savunma	Yadsıma Taktiği	Lise Önlisans Lisans Yüksek Lisans	21 6 72 3	52,43 65,67 49,60 62,33	3	2,096	0,553
	Özür Dileme Taktiği	Lise Önlisans Lisans Yüksek Lisans	21 6 72 3	42,95 50,50 53,58 63,33	3	2,596	0,458
	Mazeret Bildirme Taktiği	Lise Önlisans Lisans Yüksek Lisans	21 6 72 3	49,86 61,33 51,56 42,00	3	1,037	0,792
	Engel Koyma Taktiği	Lise Önlisans Lisans Yüksek Lisans	21 6 72 3	60,43 62,50 48,69 34,33	3	4,399	0,222
	Meşrulaştırma Taktiği	Lise Önlisans Lisans Yüksek Lisans	21 6 72 3	54,10 55,67 50,63 46,00	3	0,447	0,930

Tablo 8’de görüldüğü üzere, kendini tanıtmaya ve kendini savunmaya yönelik izlenim yönetimi taktiklerinin kullanımının öğrenim düzeyine göre anlamlı bir farklılık göstermediği tespit edilmiştir.

7. İzlenimleri Önemseme Durumuna Göre İzlenim Yönetimi Taktiklerinin Kullanımına İlişkin Bulgular

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

Tablo 9: İzlenimleri Önemseme Durumuna Göre İzlenim Yönetimi Taktiklerinin Kullanımına İlişkin Mann Whitney U Testi Sonuçları

Taktikler		Önemseme Durumu	<i>n</i>	Sıra Ortalaması	Sıra Toplamı	<i>U</i>	<i>p</i> -değeri
Kendini Tanıtma	Niteliklerini Tanıtma ve Vurgulama Taktiği	Evet Hayır	93 9	51,62 50,22	4801,00 452,00	407.000	0,892
	Övgü Taktiği	Evet Hayır	93 9	53,26 33,33	4953,00 300,00	255.000	0,054
	Yardım İsteme Taktiği	Evet Hayır	93 9	51,68 49,67	4806,00 447,00	402.000	0,846
	Yıldırma Taktiği	Evet Hayır	93 9	52,39 42,33	4872,00 381,00	336.000	0,330
Kendini Savunma	Yadsıma Taktiği	Evet Hayır	93 9	49,74 69,67	4626,00 627,00	255.000	0,054
	Özür Dileme Taktiği	Evet Hayır	93 9	50,01 66,89	4651,00 602,00	280.000	0,102
	Mazeret Bildirme Taktiği	Evet Hayır	93 9	51,98 46,56	4834,00 419,00	374.000	0,600
	Engel Koyma Taktiği	Evet Hayır	93 9	49,95 67,56	4645,00 608,00	274.000	0,088
	Meşrulaştırma Taktiği	Evet Hayır	93 9	51,84 48,00	4821,00 432,00	387.000	0,710

Tablo 9’da görüldüğü üzere, kendini tanıtmaya ve kendini savunmaya yönelik izlenim yönetimi taktiklerinin kullanımının izlenimleri önemseme durumuna göre anlamlı bir farklılık göstermediği tespit edilmiştir.

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Muhasebe mesleğinin yasal bir biçime kavuşmasıyla Türkiye’de’ki muhasebe meslek mensuplarının unvan ve faaliyet alanlarının belirlendiği ifade edilebilir. Muhasebe meslek mensupları faaliyetlerini sürdürürken çeşitli taraflarla etkileşimde bulunmaktadır. Bu etkileşimlerinde de karşı tarafta belli bir izlenim oluşturulmasını hedefleyebilmektedirler. 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 mensuplarıncada kullanılabilir.

Bu çalışmada, muhasebe meslek mensuplarının kullandıkları izlenim yönetimi taktikleri, ilgili literatürden hareketle kendini tanıtmaya yönelik ve kendini savunmaya yönelik izlenim yönetimi taktikleri sınıflandırmasına uygun olarak değerlendirilmiştir. Muhasebe meslek mensuplarının kullandıkları izlenim yönetimi taktiklerini belirlemek amacıyla Trabzon

ve Rize illerinde bağımsız olarak hizmet veren SM, SMMM ve YMM'lere anket uygulanmıştır. Anketten elde edilen veriler çeşitli istatistiksel test ve teknikler kullanılarak analiz edilmiştir. Kendini tanıtmaya yönelik ve kendini savunmaya yönelik izlenim yönetimi taktiklerinin kullanımının demografik özelliklere ait değişkenlere göre anlamlı farklılık gösterip göstermediğini incelemek amacıyla Mann Whitney U ve Kruskal Wallis H Testleri uygulanmış ve belirli ilişkiler tespit edilmiştir. Buna göre; muhasebe meslek mensuplarının kullandıkları kendini tanıtmaya yönelik izlenim yönetimi taktiklerinden **yıldırma taktiğinin** kullanımı yaşa göre anlamlı bir farklılık göstermektedir. Yine muhasebe meslek mensuplarının kullandıkları kendini savunmaya yönelik izlenim yönetimi taktiklerinden **meşrulaştırma taktiğinin** kullanımı çalışılan ile göre, özür dileme taktiğinin kullanımı ise mesleki deneyime göre anlamlı bir farklılık göstermektedir. Elde edilen bu sonuçlar Demir (2002), Akdoğan ve Aykan (2008) ile Nartgün ve diğerleri (2013) tarafından yapılmış olan çalışmaların sonuçlarıyla da benzerlik göstermektedir.

Sonuç olarak 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, Asuman ve Ebru AYKAN; (2008), “*İzlenim Yönetimi Taktikleri: Erciyes Üniversitesinde Görev Yapan Akademisyenlerin İzlenim Yönetimi Taktiklerini Belirlemeye Yönelik Bir Uygulama*”, **İ.Ü. İşletme Fakültesi İşletme İktisadı Enstitüsü Yönetim Dergisi**, Yıl:19, (60), ss. 6-21.

AKGÜN, Tuğba (2009), **İzlenim Yönetimi Taktikleri ile İş Performansı Değerleme Puanları Arasındaki İlişki: Bir Uygulama**, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.

-
- ANDREWS, Martha C. (1999), **Impression Management by Association: Construction and Validation of a Scale**, The Florida State University Collage of Business Unpublished PhD Dissertation, USA.
- ARIKAN, Yahya; (2009), “*Muhasebe Mesleğinde Uzmanlaşma ve Kurumsallaşma Süreci*”, **Mali Çözüm Dergisi**, (91), ss. 9-17.
- BARSNESS, Zoe. I.; Kristina A. DIEKMANN ve Marc-David L. SEIDEL; (2005), “*Motivation and Opportunity: The Role of Remote Work, Demographic Dissimilarity, and Social Network Centrality in Impression Management*”, **Academy of Management Journal**, 48(3) , pp.401-419.
- BASIM, H. Nejat ve İlker TATAR; (2006), “*Kamuda İzlenim Yönetimi: Karşılaştırmalı Bir Çalışma*”, **Amme İdaresi Dergisi** , 39(4), ss. 225-244.
- BASIM, H. Nejat; İlker TATAR ve Nesrin H. ŞİRİN; (2006), “*İzlenim Yönetiminde Kendillik Algısı, Kontrol Odağı, Mesleki Hedeflere Ulaşma Düzeyi ve Stres: Bir Kamu Sektörü Örneği*”, **Türk Psikoloji Dergisi** , 21(58), ss. 1-14.
- BOLINO, Mark C. ve William H. TURNLEY; (2001), “*Gender and the Use of Supplication and Intimidation in Organizations*”, **Academy of Management Proceedings**, pp. A1-A6. DOI: 10.5465/APBPP.2001.6132955
- BOZEMAN, Dennis P. ve K. Michele KACMAR; (1997), “*A Cybernetic Model of Impression Management Processes in Organizations*”, **Organizational Behaviour and Human Decision Processes**, 69(1), pp. 9-30.
- CANTEKİN, Aytekin (2003), **Etkileme Yönetimi: Karşılaştırmalı Bir Analiz**, Kara Harp Okulu Savunma Bilimleri Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara.
- CHEN, Yei-Yi ve Wenchang FANG; (2008), “*The Moderating Effect of Impression Management on the Organizational Politics–Performance Relationship*”, **Journal of Business Ethics**, 79(3), pp. 263-277. DOI:10.1007/s10551-007-9379-3
- DEMİR, Kamile (2002), **Türkiye'deki Resmi ve Özel Lise Öğretmenlerinin İzlenim Yönetimi**, Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Yayınlanmamış Doktora Tezi, Ankara.

-
- DOĞAN, Selen ve Selçuk KILIÇ; (2009), “Örgütlerde "İzlenim Yönetimi Davranışı" Üzerine Kavramsal Bir İnceleme”, **Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi**, 23(3), ss. 53-83.
- GARDNER, William L. ve Mark J. MARTINKO; (1988), “*Impression Management in Organizations*”, **Journal of Management**, 14(2), pp. 321-338.
- JAIN, Ajay K.; (2012), “*Does Emotional Intelligence Predict Impression Management?*”, **Journal of Organizational Culture, Communications and Conflict**, 16(2), pp. 11-24.
- KACMAR, K. Michele ve Dawn S. CARLSON; (1999), “*Effectiveness of Impression Management Tactics Across Human Resource Situations*”, **Journal of Applied Social Psychology**, 29(6), pp. 1293-1315.
- KAN, Neslihan (2011), **İzlenim Yönetiminin Performans Değerlendirme Üzerindeki Etkisi: Akdeniz Bölgesi'nde Faaliyet Gösteren 4-5 Yıldızlı Otel İşletmelerine Yönelik Bir Araştırma**, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Üniversitesi Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Çanakkale.
- LEARY, Mark R. ve Robin M. KOWALSKI; (1990), “*Impression Management: A Literature Review and Two-Component Model*”, **Psychological Bulletin**, 107(1), pp. 34-47.
- NARTGÜN, Şenay S.; Demet Z. GÜNEŞ; Emine S. KEPEKÇİOĞLU ve Çiğdem SELVİ; (2013), “*Öğretim Elemanlarının İzlenim Yönetimi Taktiklerini Kullanma Düzeyi: Abant İzzet Baysal Üniversitesi-Sakarya Üniversitesi Örneği*”, **The Journal of Academic Social Science Studies**, 6(1), ss. 1065-1090.
- SCHUTZ, Astrid; (1998), “*Assertive, Offensive, Protective and Defensive Styles of Self-Presentation: A Taxonomy*”, **The Journal of Psychology**, 132(6), pp. 611-628.
- ŞENGEL, Salim; (2010), “*Sürekli Muhasebe Meslek Eğitiminin Önemi ve Bir Değerlendirme*”, **Muhasebe ve Finansman Dergisi**, (47), ss. 81-94.
- ÜNALDI, Serdar (2005), **Emniyet Örgütü Yöneticilerinin İzlenim Yönetimi**, Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara.
- YILMAZ, Ö. Devrim; (2012), **Örgütlerde Güç, Politik Davranış ve İzlenim Yönetimi: Turizm İşletmelerinden Örnek Olaylar**, Birinci Baskı, Detay Yayıncılık, Ankara, 161s.

Muhasebe Meslek Mensuplarının Kullandıkları İzlenim Yönetimi Taktiklerinin
Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma

Davut Aygün & Merve Toptan

ZIVNUSKA, Suzanne; K. Michele KACMAR ; L. A. WITT; Dawn S. CARLSON ve Virginia K. BRATTON; (2004), “*Interactive Effects of Impression Management and Organizational Politics on Job Performance*”, **Journal of Organizational Behavior**, 25, pp. 627-640. DOI: 10.1002/job.262.