



Trakya Üniversitesi
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
e-Dergi

Faculty of Economics and Administrative Sciences
E-Journal

Ocak- Haziran 2018

ISSN 2147-2483

Cilt 7
Sayı 1

TRAKYA ÜNİVERSİTESİ
İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ
E-DERGİ

Cilt:7 Sayı:1 Haziran 2018

TRAKYA UNIVERSITY
ECONOMICS AND ADMINISTRATIVE SCIENCES
FACULTY E-JOURNAL
Volume:7 No:1 June 2018

TRAKYA ÜNİVERSİTESİ
İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ E-DERGİ
Cilt:7 Sayı:1 Aralık 2018

ISSN:2147-2483

<http://dergipark.gov.tr/trakyaiibf>

TRAKYA ÜNİVERSİTESİ
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
E-Dergi
Cilt:7 Sayı:1 Haziran 2017

TRAKYA UNIVERSITY
Economics And Administrative
Sciences Faculty E-Journal
Volume: 7 Number:1 June 2018



SÖBIAD

Dergi Sahibi/Owner

Trakya Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Adına

Prof. Dr. Ayhan GENÇLER

Editör/Editor

Prof. Dr. Ayhan GENÇLER

Editör Yardımcısı /Assoc. Editor

Öğr. Gör. Elvin DİNLER

Dergi Yayın Kurulu /Editorial Board

Başkan/Chairman

Prof. Dr. Ayhan GENÇLER

Üyeler/Members

Prof. Dr. Sibel TURAN

Prof. Dr. Mahmut GÜLER

Prof. Dr. Agah Sinan ÜNSAR

Doç. Dr. Süleyman Gökhan GÜNAY

Doç. Dr. Ayhan UÇAK

Yrd.Doç.Dr. Bilge Hakan AGUN

İletişim Adresi/Address

T.C. Trakya Üniversitesi İktisadi ve Bilimler Fakültesi Balkan Yerleşkesi Edirne/ TÜRKİYE

Tel: 0284 235 71 51 -52

Faks: 0284 235 73 63-18 57

DANIŞMA VE HAKEM KURULU

Prof. Dr. Sudi APAK

Esenyurt Üniversitesi

**Prof. Dr. Süleyman
ÖZDEMİR**

*Bandırma 17 Eylül
Üniversitesi*

**Prof. Dr. Abdülkadir
ŞENKAL**

Kocaeli Üniversitesi

**Prof. Dr. Sadi
UZUNOĞLU**

Trakya Üniversitesi

**Prof. Dr. Cüneyt
AKALIN**

Arel Üniversitesi

**Prof. Dr. Gamze
YÜCESAN
ÖZDEMİR**

Ankara Üniversitesi

**Prof. Dr. Sinan
ÜNSAR**

Trakya Üniversitesi

**Prof. Dr. Nurcan
METİN**

Trakya Üniversitesi

Prof. Dr. Metin ATEŞ

İstanbul Üniversitesi

**Prof. Dr. Canan
ÇETİN**

Marmara Üniversitesi

**Prof. Dr. O. Murat
KOÇTÜRK**

*Celal Bayar
Üniversitesi*

**Prof. Dr. Derman
KÜÇÜKALTAN**

Arel Üniversitesi

**Prof. Dr. Ayşe
AKYOL**

Trakya Üniversitesi

**Prof. Dr. Sibel
TURAN**

Trakya Üniversitesi

**Prof. Dr. Hasan
Berke DİLAN**

Trakya Üniversitesi

**Prof. Dr. Ayhan
GENÇLER**

Trakya Üniversitesi

**Prof. Dr. Levent
ÜRER**

İstanbul Üniversitesi

**Prof. Dr. Bünyamin
BACAĞ**

*Çanakkale Onsekiz
Mart Üniversitesi*

**Prof. Dr. Mümin
ERTÜRK**

Altınbaş Üniversitesi

**Prof. Dr. Mahmut
BİLEN**

Sakarya Üniversitesi

**Doç. Dr.
Abdurrahman
BENLİ**

Sakarya Üniversitesi

**Doç. Dr. Ayhan
UÇAK**

Trakya Üniversitesi

**Doç. Dr. Kasırga
YILDIRAK**

Hacettepe Üniversitesi

**Doç. Dr. Ercan
SARIDOĞAN**

İstanbul Üniversitesi

**Doç. Dr. Selda
ÇAĞLAR**

Trakya Üniversitesi

**Doç. Dr. Ahmet
MENTEŞ**

*Namık Kemal
Üniversitesi*

Doç. Dr. Ersin KAVİ

Yalova Üniversitesi

**Doç. Dr. İlknur
KUMKALE**

Trakya Üniversitesi

**Doç. Dr. Emel
GÖNENÇ GÜLER**

Trakya Üniversitesi

**Dr. Öğr. Üyesi Aytül
ÇOLAK**

Trakya Üniversitesi

**Dr. Öğr. Üyesi Erdinç
DİNÇSOY**

Trakya Üniversitesi

**Dr. Öğr. Üyesi
Yasemin KOLDERE
AKIN**

Trakya Üniversitesi

**Dr. Öğr. Üyesi Aslı
GEYHAN**

Anadolu Üniversitesi

**Dr. Öğr. Üyesi Emre
AYKOÇ**

Trakya Üniversitesi

**Dr. Öğr. Üyesi
Alptekin MOLLA**

Bandırma Üniversitesi

**Dr. Öğr. Üyesi Celal
TAŞÇI**

Trakya Üniversitesi

**Dr. Öğr. Üyesi Gül
Nihan GÜVEN**

Beykent Üniversitesi

**Dr. Öğr. Üyesi Raif
CERGİBOZAN**

Kırklareli Üniversitesi

İÇİNDEKİLER

Serhan KAPLANSEVER, Edip ÖRÜCÜ

İŞE TUTKUNLUĞUN ÖRGÜTSEL VATANDAŞLIĞA ETKİSİ: OTEL ÇALIŞANLARI ÜZERİNE
BİR ARAŞTIRMA 1-19

Ruhet GENÇ

THE IMPACT OF TOURISM IN THE REDUCTION OF GENDER INEQUALITY 20- 35

Ali Can YILMAZ, Seyhan BİLİR GÜLER

ÖRGÜTSEL ADALET VE ÖRGÜTSEL VATANDAŞLIK DAVRANIŞI ARASINDAKİ İLİŞKİNİN
ANLAMLANDIRILMASI: BİR AİLE İŞLETMESİNDE NİTEL ARAŞTIRMA 36-52

Caner ÇAKI, Mehmet Ozan GÜLADA

VICHY FRANSASI'NDA İŞGAL PROPAGANDASI 53-80

Nurullah ALTINTAŞ, Mustafa ÇALIŞIR

FİNANSAL GELİŞMENİN BANKACILIK VE SERMAYE PİYASASI BAĞLAMINDA GELİR
DAĞILIMINA ETKİSİ: ARDL SINIR TESTİ YAKLAŞIMI 81-97

Çiçek DOĞAN, Melda CİNMAN

KURUMSAL SORUNLARIN YÖNETİMİ ve İLETİŞİM 98- 121

Ruhet GENÇ

FUTURE OF THE HOSPITALITY MANAGEMENT: THE EMERGENCE OF NETWORK
HOSPITALITY 122-139

Hüseyin ERDAŞ, F. Dila TAŞDEMİR

DOĞRUDAN YABANCI YATIRIM EKONOMİK BÜYÜME İLİŞKİSİ: TÜRKİYE ÖRNEĞİ 140-
152

Ayhan UÇAK, Gamze SART, Funda SEZGİN

AVRUPA BİRLİĞİ ÜLKELERİNDE İŞSİZLİK ORANLARININ CİNSİYET VE EĞİTİM
DÜZEYİNE GÖRE İSTATİSTİKSEL ANALİZİ. 153-163

İŞE TUTKUNLUĞUN ÖRGÜTSEL VATANDAŞLIĞA ETKİSİ: OTEL ÇALIŞANLARI ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Serhan KAPLANSEREN¹

Edip ÖRÜCÜ²

ÖZ

Bu çalışmanın amacı işletmelerde performans ve verimliliği artırmada etkileri bulunan işe tutkunluk ve örgütsel vatandaşlık davranışları arasındaki ilişkileri sorgulamak ve çalışanlara bu davranışları kazandırabilmek için önerilerde bulunmaktır. Araştırma Balıkesir'in Bandırma ilçesindeki üç yıldız ve üzerindeki otel çalışanları üzerine yapılmıştır. Elde edilen veriler T-testi, Korelasyon ve regresyon analizlerine tabi tutulmuştur. Araştırma sonucunda otel çalışanlarının işe tutkunluk ile örgütsel vatandaşlık davranışları arasında pozitif yönlü anlamlı ilişkiler bulunmuş, işe tutkunluğun örgütsel vatandaşlık davranışının önemli bir kısmını açıkladığı tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: İşe Tutkunluk, Örgütsel Vatandaşlık, Otel

¹ Bandırma 17Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, s.erha.n@hotmail.com

² Bandırma 17 Eylül Üniversitesi Yönetim ve organizasyon Anabilim Dalı, eorucu@bandirma.edu.tr

ABSTRACT

The aim of this study is to question the relationship between enthusiasm and organizational citizenship behaviors, which have effects on increasing performance and productivity in the intended enterprises, and suggestions for employees to gain these behaviors. The research was carried out on three stars and above hotel employees in Bandirma district of Balikesir. The obtained data were subjected to T-test, correlation and regression analyzes. As a result of the research, positive correlations were found between hotel employees' enthusiasm for work and organizational citizenship behaviors, and it was found that enthusiasm explained a significant part of organizational citizenship behaviors.

Key words: Work Engagement, Organizational Citizenship, Hotel

GİRİŞ

Günümüz dünyasında artan rekabet ortamları, teknolojik ilerlemeler, küreselleşme ile birlikte organizasyonlar bu değişen ortama ayak uydurabilmek adına çeşitli stratejiler geliştirmek zorunda kalmıştır. Özellikle post modern dönem sonrası organizasyonlar insan faktörüne daha fazla önem vermesi gerektiğini anlamış, bununla birlikte ilgili yazında insan davranışlarına yönelik olan çalışmalarda giderek artmıştır. Artık insan faktörü organizasyonların en önemli sermayesi olarak görülmektedir. Kurumların bünyesindeki nitelikli personel verimlilik, performans, karlılık, imaj, itibar gibi konularla doğrudan ilişkilidir. Bu bağlamda çalışan davranışlarını anlamak ve bu davranışları örgütün yararına olacak şekilde destekleyip, güçlendirmek kurumların başarısı için hayati önem taşımaktadır. İşe tutkunluk zamanımızın gözde kavramlarından bir tanesidir. Bu kavram çalışanın iş süresi içerisinde enerji dolu olması, işini sevmesi, işten ayrılmaktan zorlanması gibi pozitif ruhsal durumları içeren hem bireye psikolojik anlamda destek veren hem de kurumların çalışan verimliliğini arttıran bir kavramdır. Örgütsel vatandaşlık davranışı ise bireyin örgüt adına gönüllü olarak yararlı faaliyetlerde bulunmasıyla ilişki bir kavramdır. Bu iki olguya dikkat edilmesi, çalışma ortamlarından, iletişime kadar bu kavramları destekleyecek çalışmalarda bulunulması, işletmelerin başarılarıyla doğrudan ilişkilidir. Bu çalışmada işe tutkunluk ile örgütsel vatandaşlık davranışı arasındaki ilişkiler ve etkiler tespit edilip bu iki davranışı arttırıcı öneriler verilmiştir.

1.LİTERATÜR ARAŞTIRMASI

Araştırmanın bu kısmında işe tutkunluk ile örgütsel vatandaşlık davranışları tanımlanarak kurumlar açısından önemine değinilmiş ilgili yazındaki diğer çalışmalara yer verilmiştir.

1.1. İŞE TUTKUNLUK

İngilizcede “Work Engagement” olarak kullanılan kavramın Türkçeye çevirisinde henüz ortak bir karara varılamamıştır. Bu çalışmada work engagement işe tutkunluk olarak ele alınmıştır. İlgili yazın incelendiğinde işe tutkunluk kavramını ilk kez William A. Kahn kullanmıştır. Kahn yaptığı çalışmalarda işe tutkunluk kavramının oluşmasında bireyin iş yerinde üstlendiği roller ile kişisel özellikleri arasında uyumun önemli etkisi olduğuna dikkat çekmiştir. İş rolleri ve kişilik özelliklerinin uyumluluğuyla birlikte çalışma esnasında bireylerin ruhsal anlamdaki tatmini artar. Kahn’ın tanımına göre işe tutkunluk çalışanların iş süresinde duygusal, bilişsel ve fiziksel anlamda tatmin olarak iş yükümlülüklerini

yerine getirmeye çalışması olarak tanımlanmıştır (Kahn, 1990). Kahn'dan sonra Leiter ve Maslach (1997) işe tutkunluk kavramını çalışanların işle ilgili tükenmişlik göstermemesi olarak tanımlamışlardır. Bu tanıma daha sonra Schaufeli (2002) karşı çıkıp çalışanların tükenmişlik sendromuna kapılmalarına rağmen tutkunluklarının yüksek olabileceğini ifade etmiştir. İlgili alanda yapılan diğer çalışmalar sonucunda tükenmişlik ile işe tutkunluk kavramlarının zıt kavramlar olmaya bileceği sonucuna ulaşılmıştır. Schaufeli yaptığı çalışmalarda (2002) işe tutkunluğun dinçlik (vigor), adanma (dedication) ve yoğunlaşma (absorption) boyutlarından oluşan çalışanların iş süresi esnasındaki olumlu ruh halleri olarak tanımlamıştır.

Dinçlik boyutu çalışma esnasında bireyin kolay yorulmaması, yüksek düzeyde enerjiye sahip olması, yorucu iş süreçlerine karşı zihinsel anlamda bitkinlik göstermemesi ile ilgilidir (Bakker, Demerouti, Lieke, 2012). Birey bu boyutta iş ortamlarında zor durumlarla karşılaşsa dahi işini yapmaya devam eder. Bu nedenlerden dolayı dinçlik boyutu güdü temellidir (Salanova ve ark., 2005). Bireylerde bu duygunun yüksek olması başarı hissini arttırıp yaratıcı fikirler sunmasına olanak sağlamaktadır.

Adanmışlık boyutu ise bireyin yaptığı işe olan bağlılığı ile alakalıdır. Bireyin işini anlamlı bulması, işi için coşkulu olması, işinde kendini önemli hissetmesi ve işine yüksek düzeyde katılması olarak tanımlanır (Wilmar ve ark., 2004).

Yoğunlaşma ise bireyin işi yaparken tüm öz nitelikleri ile dikkatini yaptığı işe vermesi, çalışırken geçen zamanı anlamaması, yaptığı işten mutluluk duyması ile ilgilidir (Lin, 2010).

İşe tutkunluğun işten ayrılma niyetini, iş gören devir hızı ve devamsızlığı düşüren, verimlilik, performans, iş doyumunu artıran bir kavramdır (Vivay ve ark., 2012). Örgütsel vatandaşlık davranışı da işe tutkunluğun bu kazanımlarından biridir (Saks, 2006). İşe tutkunluk, örgütsel davranış literatürün de yeni bir kavram olmasına karşın pek çok pozitif örgüt davranışı ile ilişkili olduğu ortaya çıkmıştır.

Rothmann ve Jordaan 2006 yılında Güney Afrika'da 471 akademisyen ile yaptıkları çalışmada iş güvencesi ve kariyer yönetiminin işe tutkunluk üzerinde pozitif etkileri olduğunu belirlemişlerdir. Bu çalışmanın sonucuna göre örgüt çalışanlarına kariyer hizmetleri ve güvenli iş ortamları sunmak çalışanların

tutkunluğunu, dolayısıyla verimliliği arttırdığı görülmüştür (Rothman ve Jordaan, 2006).

Hakanen, Perhomeini ve Topinen-Tamme tarafından Finlandiya’da ki diş hekimleri üzerinde işe tutkunluk, girişimcilik ve yenilikçilik arasındaki ilişkiyi incelemek için 2003-2006 yılları arasında 2555 diş hekimi üzerinde bir araştırma yapılmıştır. Yapılan araştırma sonucunda işe tutkunluk davranışı gösteren diş hekimlerinin, hastalarından sürekli geri bildirim almaya çalıştığı, kendilerini geliştirmek için bu fikirlerden yararlandığı ortaya çıkmıştır (Hakanen, Perhomeini, Topinen-Tamme, 2008).

2013 yılında 176’sı Amerikan, 129’u Hint toplamda 305 katılımcıdan oluşan Amazon. com çalışanlarının işe tutkunluk ve iş- hayat dengesi arasındaki ilişkiyi tespit etmek için yapılan diğer çalışmada işe tutkunluk ile iş hayat dengesi arasında pozitif yönlü bir ilişki tespit edilmiştir (Garczynski, Waldrop, Rupprecht, Grawitch, 2013).

İşe tutkunluk, iş tatmini ve yaşam kalitesi arasındaki ilişkileri incelemek için 2014 yılında 123 cerrah üzerinde UWES ölçeği kullanılarak yapılan bir diğer çalışmada ise işe tutkunluk, iş tatmini ve yaşam kalitesi arasında pozitif yönlü anlamlı ilişkiler bulunmuştur. Buna ek olarak işe tutkunluğun iş tatmini ve yaşam kalitesini arttırmada aracı etkisi olduğu saptanmıştır. Bu çalışma işe tutkunluğun yalnızca örgüt açısından değil birey açısından da olumlu etkileri olduğunu ortaya çıkarmıştır (Stefanie Manche, Karin Vitzthum, Gerhard Danzer, Burghard F. Klapp, 2014). Organizasyonlar başarıya ulaşmak için çalışanlarının yaratıcı fikirlerine ihtiyaç duyarlar (Jonathon,2011). İşe tutkunluk kavramı çalışanların işi ile bütünleşerek iş tatminini yükseltir ve dolayısıyla örgütlerine daha bağlı bireyler haline getirerek yaratıcı fikirler sunmasında yardımcı olur. Bu durum hem çalışan açısından ruhsal tatmin sağlarken hem de örgüt açısından verimlilik ve performans artışı yaratır. İşe tutkunluk çalışanların bireysel ihtiyaçlarını tatmin eden bir kavram olarak da karşımıza çıkmaktadır (May vd, 2004). Bunların yanı sıra işe tutkunluk kavramı çalışanların streslerini azaltıp, motivasyonlarını artırır. Tüm bu sonuçlar müşteri memnuniyetini, karlılığı ve büyümeyi beraberinde getirir. Ayrıca işe tutkunluk çalışan devir hızını düşürerek işten ayrılma niyetini azaltır ve kurumsal bağlılığı artırır (Turgut, 2010). Bu nedenlerden dolayı işe tutkunluk kavramı üzerinde organizasyonların önemle durarak çalışanlarına bu duyguyu kazandırmak için stratejik planlamalar yapması gerekmektedir.

1.2. ÖRGÜTSEL VATANDAŞLIK

Örgütsel vatandaşlık davranışı ilk olarak 1930'lu yıllarda Chester Bernard tarafından biçimsel olmayan örgütlerde gönüllü davranışların örgüte faydalarından bahsedilirken kullanılmıştır. Daha sonra 1966 yılında Katz ve Kahn tarafından çalışanların kurumsal rollerinin dışında geliştirdikleri örgüt yararına olan davranışların verimliliğe etkisini belirlemek için kullanılmıştır. Günümüzde haliyle ilk olarak Dennis Organ tarafından 1980'lerde kullanılmıştır. Organ örgütsel vatandaşlık kavramını resmi olarak ödül sisteminde ve tanımlanmış iş rollerinde olmamasına rağmen bireylerin örgüt yararına olan davranışları gönüllü olarak yapması olarak tanımlamıştır (Organ, 1988). Tanımlardan da anlaşılacağı üzere örgüt içerisinde çalışanların örgüt yararına olan davranışları gönüllü olarak yapması üzerine vurgu yapılmıştır. Örgütsel vatandaşlık formel örgüt tarafından ödüllendirilmeyen isteğe bağlı, örgüt fonksiyonlarını geliştiren davranışlardır (Pond, Nacoste, Mohr, Rodriguez, 1997). Özellikle post modern yönetim teknikleri ile birlikte gelişen bu kavramın altında yatan temel düşünce, günümüz rekabetçi koşullarında işletmelerin ayakta kalabilmesi adına işletme çalışanlarının iş tanımlarındaki rollerinden fazlasını örgüt yararına yapması gerekliliği yatmaktadır. Moorman'ın (1993) yaptığı araştırmaya göre örgütsel vatandaşlık davranışı gösteren çalışanların diğer çalışanlara nazaran daha yüksek seviyede performanslarının olduğu ortaya çıkmıştır. Bu da işletme başarısı için örgütsel vatandaşlığın önemini ortaya koymaktadır.

Örgütsel vatandaşlık davranışı çalışanların olumsuz durumlara rağmen örgüt yararlarını korumak için gönüllü davranışlar sergilemesini sağlar (Naqshbandi ve ark., 2014). Organ örgütsel vatandaşlığın boyutlarını şu şekilde sınıflandırmıştır;

Özgecilik/Yardımseverlik; Bireyin görev tanımlarında olmamasına rağmen gönüllü olarak kurumdaki diğer çalışanlara yardım etme davranışıdır. Bu davranışa işe yeni başlayan bir çalışana kendisinden daha kıdemli olan başka bir çalışanın yardım etmesi örnek verilebilir.

Vicdanlılık/ Görev bilinci; Bireyin asıl görevleri dışında da kurum yararına olabilecek davranışları gönüllü olarak yapması vicdanlılık boyutu ile ilgilidir. Başka bir deyişle bireyin iş rollerinden fazlasıdır.

Sportmenlik/Centilmenlik; Bireyin iş yerinde oluşabilecek çatışma veya haksız durumlara karşı şikâyet etmeden bu durumları hoş görüp gönüllü olarak çalışmasını sürdürmesidir.

Nezakət; Bireylerin başkalarını etkileyebilecek olan kararlar almadan önce diğər çalışanlara haber vermesi, başka bir çalışandan kaynaklanan sorunu çalışanı rencide etmeden çözümləməyə çalışması, diğər çalışanlarla iletışim halinde olması, problemlerin engellenmesinde diğər çalışanlara yardımcı olunması davranışı nezaket boyutunu açıklamaktadır.

Sivil Erdem; Bireyin örgüt çıkarlarına uygun davranarak örgütsel faaliyetlere gönüllü olarak katılmak ve çalışmaya hazır bulunması ile ilgili olan boyuttur.

Fisher örgütsel davranışın çalışarlarda pozitif düşüncəyi geliştirdiği, performansları artarak başarı seviyelerinin yükseldiğini belirtmiştir (Fisher, 1980). Yapılan birçok araştırmada örgütsel vatandaşlığın birçok farklı pozitif davranışlarla ilişkileri tespit edilmiştir.

Dipaola ve Hoy ise ABD'nin Ohio eyaletindeki liselerde yaptığı çalışmalarda örgütsel vatandaşlık ve başarı ilişkisini incelemiştir. Öğretmenlerin yüksek düzeyde örgütsel vatandaşlık göstermesinin öğrenci başarısını, okul etkinliğini artırdığı ve okul yöneticilerinin iş yükünü azalttığı belirlenmiştir (Dipaola vd., 2005). Bu durum örgütlerle de paralel olarak, örgütsel vatandaşlığa sahip olan bireylerin diğər bireylere yardımcı olabileceğini göstermektedir. Böylece kuruma fayda sağlayarak yeni çalışanların eğitimlerinde kullanılan ekonomik kaynakların maliyetlerini düşürecektir.

İsrail'de çeşitli örgütlerde çalışan 215 kişinin katılımıyla gerçekleşen çalışmada duygusal zekâ, görev performansı ve örgütsel vatandaşlık davranışı arasındaki ilişkiyi inceleyen bir başka araştırma sonucunda duygusal zekâ ve çalışanların görev performansı ile örgütsel vatandaşlık davranışı arasında pozitif ilişkiye sahip olduğunu ortaya koymuştur (Carmeli, Josman, 2006).

Bahsedilen bu nedenlerden ve yapılan araştırmaların ortaya koyduğu sonuçlardan dolayı örgütsel vatandaşlık ve işe tutkunluk günümüz rekabetçi koşullarında işletmelerin dikkate alması gereken konular olduğunu ispatlamaktadır. Bunların yanı sıra yapılan çeşitli araştırmalarda örgütsel vatandaşlığın sosyal mübadele teorisi, sosyal temelli örgütsel davranış, örgütsel spontanlık, bağlamsal performans, ekstra-rol davranışı ile ilişkileri oldu tespit edilmiştir (Çankır, 2016).

1.3. İŞE TUTKUNLUK İLE ÖRGÜTSEL VATANDAŞLIK ARASINDAKİ İLİŞKİ

İlgili literatür incelendiğinde işe tutkunluk ile örgütsel vatandaşlık arasında sınırlı sayıda çalışma vardır. Bu alanda sınırlı sayıda çalışma olması araştırmanın önemini vurgulamaktadır. Bu nedenle araştırma kapsamında işe tutkunluk ile örgütsel vatandaşlık arasındaki ilişkilerin tespit edilmesinin sonraki çalışmalara katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Örgütsel vatandaşlık kavramının kurum başarısına pek çok açıdan fayda sağlayacağı yukarıdaki araştırmalarında sonuçlarıyla birlikte tespit edilmiştir. Örgütlere ve bireylere katkı sağlayan bir diğer pozitif örgütsel davranış olan işe tutkunluk ise yalnızca kurumların değil bireylerinde başarısını pozitif yönde desteklemektedir. Bu iki kavram arasındaki ilişkileri incelemeye yönelik diğer çalışmalara bakıldığında;

Kataria, Garg ve Rastogi 2013 yılında 13 farklı organizasyonda 278 çalışan üzerinde yaptığı araştırma sonucunda iş ortamının çalışan ihtiyaçlarını karşılayacak şekilde düzenlenmesinin işe tutkunluğu arttırdığı, işe tutkunluğun ise örgütsel vatandaşlığı arttırdığı tespit edilmiştir. İşe tutkunluk ve örgütsel vatandaşlık arasındaki ilişkileri tespit etmeye yönelik yapılan çalışmada bu iki kavram arasında pozitif yönlü ilişkilerin varlığı saptanmıştır. Bunun sonucunda çalışanların örgüte olan güvenlerinin arttığı belirlenmiş ve örgüt yararına olan davranışlar sergileme niyetinde oldukları ortaya çıkmıştır (Katarina vd., 2013)

Runhaar, Konermann ve Sanders tarafından 2013 yılında 211 öğretmen üzerinde yapılan bir başka çalışmada işe tutkunluk örgütsel vatandaşlığa etki eden kavramlardan biri olarak tespit edilmiştir. Çalışma sonucunda işe tutkunluğun çalışan psikolojisine pozitif katkı sağlarken, işletme açısından da örgütsel vatandaşlığın kazanılmasında hızlandırıcı etkisi olduğu belirlenmiştir (Runhaar vd., 2013).

2016 yılında Çin'deki 12 otelde toplamda 303 çalışan üzerinde yapılan başka bir çalışmada ise işe tutkunluk ve örgütsel vatandaşlık arasında pozitif yönlü ilişkiler tespit edilip, örgütsel vatandaşlığın önemli bir kısmının işe tutkunluk tarafından açıklandığı saptanmıştır (Lyu vd., 2016).

Yukarıda bahsedilen çalışmalarında ortaya koyduğu sonuçlar ışığında işe tutkunluk ve örgütsel vatandaşlık arasında pozitif yönlü ilişkilerin olmasının yanı sıra işe tutkunluğun örgütsel vatandaşlığı arttırıcı ve hızlandırıcı etkisi olduğu söylenebilir.

2. YÖNTEM

2.1. Araştırmanın Amacı

Bu çalışma işletmelerinin performansı ve verimliliğini artırmada etkileri bulunan işe tutkunluk ve örgütsel vatandaşlık davranışları arasındaki ilişkileri sorgulamak ve çalışanlarda bu davranışların desteklenmesi için örgütlere tavsiyelerde bulunma amacını taşımaktadır.

2.2. Araştırma Örnekleme

Araştırmanın evrenini Balıkesir'deki üç yıldız ve üzerinde olan otel çalışanları oluşturmaktadır. Bu bağlamda araştırma örnekleme Bandırmada faaliyet gösteren üç yıldız ve üzeri otellerde çalışanlardan oluşmaktadır. Veriler yüz yüze anket yöntemi ile toplanmıştır. Tüm evrene ulaşılmak amaçlanmış, ancak çalışanların iş yoğunluğu dolayısıyla 134 çalışana ulaşılabilmiş, bunlardan 127'si değerlendirmeye alınmıştır. Elde edilen veriler SPSS programında analize tâbi tutulmuştur.

2.3. Kullanılan Ölçekler

Araştırmada işe tutkunluğu ölçmek için Schaufeli ve ark. tarafından 314 üniversite öğrencisi ve 619 çalışanı üzerinde geliştirilmiş olan Utrecht Work Engagement Scale (UWES-17) ölçeği kullanılmıştır. Ölçek Ali Eryılmaz ve Tayfun Doğan'ın çalışmasındaki Türkçe versiyonu ile kullanılmıştır (Eryılmaz vd 2012). İşe tutkunluk ölçeği; dinçlik (vigor), işe adanma (dedication) ve işe yoğunlaşma (absorption) boyutlarından oluşmaktadır. Bu üç boyuttan dinçliği ölçmek için 6, işe adanmayı ölçmek için 5, işe yoğunlaşmayı ölçmek için 6 toplamda 17 ifade kullanılmıştır. Ölçek için doğrulayıcı faktör analizi yapılmış, öz değeri birden büyük olan üç boyut tespit edilmiştir. Anket 6'lı likert ölçeğine göre hazırlanmıştır.

Örgütsel vatandaşlık davranışının ölçümünde farklı birçok çalışmada farklı ölçeklerden yararlanılmıştır. Bu çalışmada örgütsel vatandaşlık ölçeği için iki farklı çalışmadan yararlanılarak geliştirilip Türkçeye Nejat Basım ve Harun Şeşen (2006) tarafından uyarlanan 19 ifadeden oluşan ölçek kullanılmıştır. Örgütsel vatandaşlık özgecilik (Altruism), vicdanlılık (Conscientiousness), nezaket (Courtesy), sportmenlik (Sportmanship) ve sivil erdem (Civic Virtue) olmak üzere beş boyuttan oluşmaktadır. Ölçek için doğrulayıcı faktör analizi yapılmış, öz değeri birden büyük olan beş boyut tespit edilmiştir. Özgecilik boyutunun ölçümünde 5 ifade, vicdanlılık boyutunun ölçümünde 3 ifade, nezaket boyutunun

ölçümünde 3 ifade, sportmenlik boyutunun ölçümünde 4 ifade, sivil erdem boyutunun ölçümünde ise 4 ifade kullanılmaktadır. Anket 6'lı likert ölçeğine göre hazırlanmıştır.

Tablo 1: Ölçeklerin Güvenilirlikleri

ÖLÇEK	ÖRNEKLEM SAYISI	Cronbach's Alpha
Direnç	127	0,867
Adanma	127	0,888
Yoğunlaşma	127	0,883
İşe Tutkunluk	127	0,906
Özgecilik	127	0,899
Vicdanlılık	127	0,790
Nezaket	127	0,902
Sportmenlik	127	0,845
Sivil Erdem	127	0,802
Örgütsel Vatandaşlık	127	0,852

İşe tutkunluk ölçeğinin güvenilirlik analizi sonuçlarına göre Cronbach Alpha değeri; direnç boyutu için 0,86 adanma boyutu için 0,88 yoğunlaşma boyutu için 0,88 olarak tespit edilmiştir. Ölçeğin genel güvenilirliği ise 0,90'dır.

Örgütsel vatandaşlık ölçeğinin güvenilirliği ise; özgecilik boyutu için 0,89 vicdanlılık boyutu için 0,79 nezaket boyutu için 0,90 sportmenlik boyutu için 0,84 sivil erdem boyutu için 0,80 olarak tespit edilmiştir. Ölçeğin genel güvenilirliği ise 0,85'dir. Örgütsel vatandaşlığın vicdanlılık boyutundan 8'inci, sportmenlik boyutundan 15'inci sorular ölçeğin güvenilirliklerini düşürdükleri için anketten çıkartılmıştır. Bulunan bu değerler ölçeğin güvenilirliği bakımından uygun olan değerlerdir.

2.3. Araştırmanın Hipotezleri

İlgili yazın incelendiğinde özel ve kamu sektörlerinde yapılan araştırmalar sonucu işe tutkunluk ve örgütsel vatandaşlık davranışı arasında pozitif yönlü ilişkiler tespit edilmiştir. İşe tutkunluğun örgütsel vatandaşlığı artırıcı etkileri olduğuna rastlanmıştır. Bu bağlamda araştırmanın hipotezleri;

H1: Örgütsel vatandaşlık davranışının alt boyutları cinsiyete göre anlamlı olarak farklılaşmaktadır.

H2: İŖe tutkunluğun alt boyutları cinsiyete göre anlamlı olarak farklılaŖmaktadır.

H3: İŖe tutkunluğun boyutları olan direnç, iŖe adanmiŖlık ve yoęunlaŖma ile örgütsel vatandaŖlıęın tüm alt boyutları arasında pozitif yönlü anlamlı iliŖkiler vardır.

H4: İŖe tutkunluğun boyutları olan direnç, adanmiŖlık ve yoęunlaŖma örgütsel vatandaŖlık davranıŖını anlamlı olarak pozitif yönde etkiler.

3.BULGULAR

AraŖtırmanın ilk kısmında katılımcılara ait demografik bilgiler görülmektedir.

Tablo 2. Katılımcılara Ait Demografik Bilgiler

Cinsiyet	Frekans	%	Medeni Durum	Frekans	%
Erkek	69	54,3	Bekâr	69	54,3
Kadın	58	45,7	Evli	58	45,7
Toplam	127	100	Toplam	127	100
YaŖ	Frekans	%	Eğitim Durumu	Frekans	%
18-25 arası	15	11,8	İlkokul	9	7,1
26-33 arası	29	22,8	Lise	55	43,3
34-41 arası	41	32,3	Lisans	61	48,0
42-49 arası	31	24,4	Lisansüstü	2	1,6
50 ve zeri	11	8,7	Toplam	127	100
Toplam	127	100			
Kıdem		Frekans		%	
1-5 yıl		34		26,8	
6-10 yıl		30		23,6	
11-15 yıl		23		18,1	
16-20 yıl		21		16,5	
21 ve zeri		19		15,0	
Toplam		127		100	

Tablo 2’deki bilgilere göre katılımcıların % 54,3’n erkek % 45,7’sini kadın katılımcılardan oluŖmaktadır. Katılımcıların yaŖları incelendiğinde ise çoğunluğun 26-49 yaŖ grubunda toplanmakta olduğu, eğitim düzeylerinde ise çoğunluğun lisans ile lise düzeyinde olduğu görülmektedir.

Katılımcıların çoğunluğunu orta yaŖlı çalıŖanlar oluŖturmaktadır. Katılımcıların görev süreleri incelendiğinde ise çoğunluğun 1-5yıl arası

çalışanlardan oluştuğu görülmektedir. Bu durumun nedenleri arasında otellerin mevsime göre işçi alımı ve işçi çıkarımı yaptığı gösterilebilir.

Tablo 3. Örgütsel Vatandaşlık Davranışı ile Cinsiyet Arasındaki Farklılığın Analizi (T testi)

	Cinsiyet	N	Ort.	S.S	T	P
Özgecilik	Erkek	69	5,1478	,85657	-1,373	,172
	Kadın	58	5,3414	,70587		
Vicdanlılık	Erkek	69	4,9348	,74218	-,088	,930
	Kadın	58	4,9483	,97643		
Nezaket	Erkek	69	5,3188	,73750	-2,643	,009
	Kadın	58	5,6471	,64612		
Sportmenlik	Erkek	69	5,1256	,84231	-1,820	,071
	Kadın	58	5,3736	,66120		
Sivil Erdem	Erkek	69	4,6703	1,06368	-1,463	,131
	Kadın	58	4,9052	,65699		

Tablo 3 incelendiğinde örgütsel vatandaşlığın boyutlarından özgecilik ($t=-1,373$; $p>0,05$), vicdanlılık ($t=-,088$; $p>0,05$), sportmenlik ($t=-1,820$; $p>0,05$), sivil erdem ($t=-1,463$; $p>0,05$) ile cinsiyet arasında anlamlı farklılık bulunmadığı tespit edilmiştir. Ancak diğer boyut olan nezaket ($t=-2,643$; $p<0,05$) ile cinsiyet arasında anlamlı farklılık bulunmaktadır. Kadın çalışanların nezaket boyutlarının ortalaması (Ort.=5,64; S.S.=,64) erkek çalışanların nezaket boyutu ortalamasından (Ort.=5,31; S.S.=,73) daha yüksek çıkmıştır.

Bu sonuca göre otel çalışanları içerisinde kadın çalışanların erkek çalışanlara göre iş yerindeki diğer çalışma arkadaşlarını etkileyebilecek konularda daha fazla hatırlatmalar yapıp işle ilgili oluşabilecek problemlere karşı daha fazla uyarılarda bulunduğu, diğer çalışanları etkileyebilecek kararlar almadan önce çalışanları erkek çalışanlara göre daha fazla bilgilendirdiği tespit edilmiştir. Bu

duruma çalışma hayatında erkeklerde daha sık görülen iddiacılık, rekabet, hırs, kadınlarda ise ilişkilere verilen değer, eşitlik gibi duygular neden olarak gösterilebilir. Elde edilen sonuç ilgili yazında Sökmen (2011), Alvi (1987), Yıldırım'ın (2012) çalışmaları ile uyumludur. Bu sonuçlara göre H1 hipotezi kısmen kabul edilmiştir.

Tablo 4. İşe Tutkunluk ile Cinsiyet Arasındaki Farklılığın Analizi (T testi)

	Cinsiyet	N	Ort.	S.S	T	P
Dinçlik	Erkek	69	4,5918	,96276	-1,310	,184
	Kadın	58	4,7960	,75770		
Adanma	Erkek	69	4,8058	,99822	-2,504	,014
	Kadın	58	5,2069	,76408		
Yoğunlaşma	Erkek	69	4,1329	1,21321	-3,022	,002
	Kadın	58	4,7241	,94361		

Tablo 4'te işe tutkunluk boyutları ile otel çalışanlarının cinsiyetleri arasında anlamlı farklılığın olup olmadığına dair t-testi sonuçları yer almaktadır. Söz konusu boyutlardan dinçlik ($t=-1,310$; $p>0,05$) ile erkek ve kadın çalışanlar arasında anlamlı farklılık bulunmazken, adanmışlık ($t=-2,504$; $p<0,05$) ve yoğunlaşma ($t=-3,022$; $p<0,05$) boyutları ile kadın ve erkek çalışanlar arasında anlamlı farklılık bulunmuştur. Kadın çalışanların işe adanma (Ort.=5,20; S.S.=,76) ile işe yoğunlaşma (Ort.=4,72; S.S.=,94) durumları erkek çalışanların işe adanma (Ort.=4,80; S.S.=,75) ve işe yoğunlaşma (Ort.=4,13; S.S.=,1,21) durumlarından daha yüksek çıkmıştır. Bu sonuçlara göre otel çalışanları içerisinde kadınların, erkek çalışanlara nazaran işlerine daha çok bağlılık hissettiği, işlerini daha anlamlı buldukları, yaptığı işle odaklanıp daha çok keyif aldıkları sonuçları ortaya çıkmıştır. Bu sonucun ortaya çıkmasındaki nedenler arasında bireysel ve kültürel özellikler, kadın çalışanların özel hayatlarındaki konumlarına ilişkin tabuları yıkma çabaları, iş hayatında kadın çalışanlara olan önyargıları yıkma arzuları gibi pek çok faktör gösterilebilir. Elde edilen bu sonuçlara göre H2 hipotezi kısmen kabul edilmiştir

Tablo 5. İşe Tutkunluğun Alt Boyutlarıyla Örgütsel Vatandaşlığın Alt Boyutlarına İlişkin Korelasyon Analizi

ÖRGÜTSEL VATANDAŞLIK	İŞE TUTKUNLUK		
	Dinçlik	Adanma	Yoğunlaşma
1. Özgecilik Pearson CorrelationSig	0,478** 0,000	0,537** 0,000	0,185* 0,037
2. Vicdanlılık Pearson Correlation Sig	0,209* 0,018	0,297** 0,000	0,210* 0,018
3. Nezaket Pearson Correlation Sig	0,298** 0,001	0,209* 0,018	0,194** 0,029
4. Sportmenlik Pearson Correlation Sig	0,290** 0,001	0,208* 0,019	0,436** 0,000
5. Sivil Erdem Pearson Correlation Sig	0,568** 0,000	0,402** 0,000	0,409** 0,000

** p<0.01, *p<0.05

Tablo 5’de işe tutkunluğun alt boyutları (işe istek duyma, işe adanma, işe yoğunlaşma) ile örgütsel vatandaşlık davranışının alt boyutları (özgecilik, vicdanlılık, nezaket, sportmenlik, sivil erdem) arasındaki ilişkileri içeren korelasyon analizi sonuçları verilmiştir. Elde edilen sonuçlar incelendiğinde işe tutkunluk ve örgütsel vatandaşlığın alt boyutlarının tümünde pozitif yönde anlamlı ilişkiler bulunmuştur. Çalışanların iş yaşamındaki pozitif ruhsal durumlarını içeren işe tutkunluk davranışında meydana gelen artışlar, örgütsel vatandaşlık duygusunu arttırdığı, bu duruma paralel olarak bireylerin işine olan tutkunluk duygusundaki azalmalar, örgütsel vatandaşlık duygusunu azalttığı söylenebilir. Bu sonuçlara göre H3 hipotezi kabul edilmiştir

Tablo 6. İşe Tutkunluk Boyutları İle Örgütsel Vatandaşlık Arasındaki Regresyon Analizi

MODEL	R	R ²	DÜZELTİLMİŞ R ²	ANOVA	
				F	Sig.
1,000	0,699	0,489	0,477	39,242	0,000

*bağımlı değişken: Örgütsel Vatandaşlık

MODEL	B	Std. Hata	β	T	sig.	Collinearity Statistics	
						Tolerance	VIF
Sabit	2,886	0,212		13,642	0,000		
1. Dinçlik	0,243	0,048	0,408	5,027	0,000	0,629	1,589
2. Adanmışlık	0,153	0,045	0,269	3,383	0,001	0,656	1,525
3. Yoğunlaşma	0,079	0,033	0,172	2,364	0,020	0,786	1,273

Bağımsız Değişken: Dinçlik, İşe Adanmışlık, İşe Yoğunlaşma

Bağımlı Değişken: Örgütsel Vatandaşlık

Tablo 6'da otel çalışanlarının örgütsel vatandaşlık davranışlarının ne kadarının işe tutkunluğun alt boyutları olan dinçlik, işe adanma, işe yoğunlaşma tarafından belirlendiğini incelemek üzere yapılan regresyon analizi sonuçları yer almaktadır. Elde edilen sonuçlara göre çalışanların örgütsel vatandaşlık davranışlarındaki değişkenliğin yaklaşık %48' i işe tutkunluğun boyutları tarafından açıklanmaktadır. Örgütsel vatandaşlık davranışındaki varyansın yaklaşık %47'si işe tutkunluk boyutları tarafından açıklanmaktadır. Ayrıca F (39,242) değeri incelendiğinde modelin 0,01 anlamlılık düzeyinde geçerli olduğu belirlenmiştir. Bağımlı değişken (örgütsel vatandaşlık) ile bağımsız değişkenler (Dinçlik, işe adanma, işe yoğunlaşma) arasında pozitif anlamlı ilişkiler bulunmuştur. Modelin tolerace ve VIF değerleri incelendiğinde eş doğrusallık problemi olmadığı belirlenmiştir. Bu sonuçlara göre dinçlik boyutundaki bir birimlik artış diğer bağımsız değişkenler sabitken örgütsel vatandaşlık davranışında 0,408' lik bir artışa neden olmaktadır. Adanma boyutundaki bir

birimlik artış ise diğer bağımsız değişkenler sabitken örgütsel vatandaşlık davranışında 0,269 bir artışa neden olmaktadır. İşe tutkunluğun diğer boyutu olan yoğunlaşmadaki bir birimlik artış diğer bağımsız değişkenlerin sabit kalma koşulu ile örgütsel vatandaşlık davranışında 0,172'lik bir artışa sebebiyet verir.

Elde edilen sonuçlara göre işe tutkunluk boyutlarının örgütsel vatandaşlığa en çok etkisi olanın dinçlik olduğu görülmektedir. Bir başka ifadeyle bireyin iş süresi esnasında enerjik olması, zihinsel anlamda dinç olması örgütsel performans ve verimlilik açısından oldukça önemli olan örgütsel vatandaşlık duygusunu arttırmaktadır. Yine bireylerin işini ciddiye alması, işlerinden gurur duyması, çalışma sırasında işlerini severek yapmaları, işinden keyif alması örgütsel vatandaşlık duygusunu arttırmaktadır. Elde edilen bu sonuçlara göre, H4 hipotezi kabul edilmiştir.

TARTIŞMA VE SONUÇ

Bu araştırmada işe tutkunluğun boyutlarından işe adanmışlık ve işe yoğunlaşma, örgütsel vatandaşlığın boyutlarından nezaket ile otel çalışanlarının cinsiyetleri arasında anlamlı farklılıklar bulunmuştur. Otel işletmelerinde kadın çalışanların erkek çalışanlara nazaran iletişime daha çok önem verip diğer çalışanlara karşı daha nazik, yardımsever olması, işlerine daha yüksek düzeyde katılım göstermesi, işinden mutluluk duyması dikkat çekmektedir. Bu farklılıkların nedenleri arasında bireysel özelliklerden, çalışma ortamlarındaki erkek ve kadın arasındaki güç elde etme isteği, rekabetçilik gibi ayrımlara kadar birçok farklı neden gösterilebilir. Ayrıca Türk toplumunun kadın çalışanlar üzerindeki sınırlayıcı düşüncelerine tepki olarak kadın çalışanların işlerinde var olabilmek adına işlerine daha fazla sarıldıkları, daha fazla çaba gösterdikleri bu sonuçların ortaya çıkmasında etkili olduğu düşünülmektedir.

Henüz yeni bir kavram olan işe tutkunluk boyutları ile örgütsel vatandaşlık boyutları arasında pozitif yönde anlamlı ilişkiler bulunmuştur. Bu iki kavramdan birinin artırılmasına yönelik yapılan faaliyetler diğer kavramı da arttırdığı belirlenmiştir. Nitekim yapılan regresyon analizi sonuçlarında iki kavram arasında yüksek düzeyde ilişki tespit edilip işe tutkunluğun, örgütsel vatandaşlık davranışının önemli bir kısmını açıkladığı belirlenmiştir. İlgili yazında belirtildiği üzere işe tutkunluğun örgütsel vatandaşlığın arttırılmasında hızlandırıcı bir etkisi vardır.

İnsan faktörü bir işletme için en önemli sermayedir. İşletmenin başarısında bu sermayenin doğrudan etkisi vardır. Günümüzde nitelikli personele sahip olan

işletmelerin pek çok anlamda faaliyette bulunduğu sektörde başarıya ulaşacağı birçok akademik çalışma ile açıklanmaya çalışılmıştır. İnsan faktörünün başarılı olabilmesi için ise çalışma ortamlarından, kariyer desteklerine, eğitimden örgütsel adalet algılarına kadar birçok bileşenin çalışanlar tarafından olumlu algılanması gerekmektedir. İşe tutkunluk ve örgütsel vatandaşlık bu olumlu düşünceleri arttırıp çalışanları örgütleri adına tanımlanmış iş rollerinin ötesine geçirecek yararlı faaliyetlerde bulunmasına yönlendirecek kavramlardandır. Tüm bu nedenlerden dolayı kurumların işe tutkunluk ve örgütsel vatandaşlığı arttırmak için çalışmalarda bulunması gereklilik haline gelmiştir.

Bu iki kavramın artırılması için kurumların yapacağı bazı faaliyetler vardır. Bunlardan biri kurumsal kaynakları çalışanların yararına olacak şekilde kullanmaktır. Çalışan eğitime önem verilmesi, çalışanın kendini geliştirmesi için desteklenmesi, hem çalışan motivasyonu için hem de örgütsel anlamda başarı için olmazsa olmazlardandır. Böylece bireyin öz yeterliliği ve özsaygısı gelişecek ve bu etkide örgütüne de pay vererek örgüte olan bağlılığı ve işine olan çalışma şevki artacaktır. Buna paralel bir kavram olarak personelin güçlendirilmesi, yetkisinin arttırılması özellikle hizmet sektörü çalışanları üzerinde oluşabilecek olan çaresizlik, stres ve tükenmişliği azaltarak işe tutkunluğu ve örgütsel vatandaşlık davranışını arttıracaktır. Bu konuya örnek olarak Marriot otel zincirlerinin çalışan yetkilendirmesi gösterilebilir. İş zenginleştirme kurumlara tavsiye edebileceğimiz önerilerimizden bir diğeridir. İş zenginleştirme çalışanı monotonluktan kurtararak iş tatmini ve dolayısıyla örgütsel vatandaşlığını artırıcı bir etkiye sahiptir. Çalışanların enerjilerini arttırmak için çalışma ortamlarında ergonomiye önem verilmelidir. Çalışanlara yaptıkları işlerle ilgili olarak negatiften ziyade pozitif bir üslupla geribildirimlerde bulunulması önerilir. Böylece işe tutkunluk ve örgütsel vatandaşlığın yanı sıra iş tatmini ve çalışan motivasyonu artacaktır.

Bu çalışma, araştırma kapsamındaki Bandırma ilçesindeki üç yıldız ve üzeri olan otellerle sınırlıdır. Daha sonra yapılacak olan çalışmalara farklı sektörler ve daha geniş coğrafi alana yayılmış otellerde çalışanlar üzerinde yapılması önerilir.

KAYNAKÇA

- ALVÍ, S. A.; Ahmed, S. W. (1987). "Assesing Organizational Commitment in a Developing Country: Pakistan, a Case Study", Human Relations, s.267-280
- BAKKER, A. B., DEMEROUTI, E., & LIEKE, L. (2012). "Work engagement, performance, and active learning: The role of conscientiousness", Journal of Vocational Behavior, V. 80(2), P. 555-564.
- BASIM H.Nejat, ŞEŞEN Harun, (2006), "Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Ölçeği Uyarlama ve Karşılaştırma Çalışması" Ankara Üniversitesi SBF Dergisi, s.88-97.
- CARMELİ, A. ve Z. E. JOSMAN. (2006). "The Relationship Among Emotional Intelligence, Task Performance, and Organizational Citizenship Behaviors." Human Performance Journal.
- ÇANKIR Bilal, (2016), Çalışmaya Tutkunluğun Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Üzerine Etkisi ve Bir Araştırma, The Journal of International Social Research, Vol: 9 s.767
- DANİEL Katz, ROBERT L. Kahn, (1966), "The Social Psychology of Organizations" New York,Wiley.
- DİPAOLA, M. F., HOY, W. K., (2005). Organizational citizenship of faculty and achievement of high school students. The High School Journal; 88(3), 35-44
- ERYILMAZ Ali, DOĞAN Tayfun, (2012), "İş Yaşamında Öznel İyi Oluş; Utrecht İşe Bağlılık Ölçeğinin Psikometrik Niteliklerinin İncelenmesi."
- FISHER, C.D. (1980), "On the Dubious Wisdom of Expecting Job Satisfaction to Correlate with Performance" Academy of Management Journal, 5:607-612.
- GARCZYNSKI, Amy M., JESSİCA S. Waldrop, ELİZABETH A. Rupprecht, MATTHEW J. Grawitch, (2013)"Differentiation Between Work and Nonwork SelfAspects as a Predictor of Presenteeism and Engagement: Cross-Cultural Differences," Journal of Occupational Health Psychology, Vol.18, No.4, . 417-429.

- HAKANEN Jari J, PERHONĪEMĪ Ruki, SALLA Toppinen-Tanner, 2008, "Positive gain spirals at work: From job resources to work engagement, personal initiative and work-unit innovativeness.", *Journal of Vocational Behavior*, Vol:73, No:1, 78-91
- JONATHON Halbesleben, (2011), "The Consequences of Engagement: The Good, The Bad, and The Ugly", *European Journal of Work and Organizational Psychology*, Vol: 20, No: 1, s. 71 - 72.
- KATARIA, A., Garg, P., & Rastogi, R. (2013). "Does psychological climate augment OCBs? The mediating role of work engagement", *The Psychologist-Manager Journal*, V. 16(4), 217-242
- LIN, C. P. (2010). "Modeling corporate citizenship, organizational trust, and work engagement based on attachment theory", *Journal of Business Ethics*, V. 94(4), P. 517-531.
- LYU, Y., ZHU, H., ZHONG, H. J., & HU, L. (2016). "Abusive supervision and customer-oriented organizational citizenship behavior: The roles of hostile attribution bias and work engagement", *International Journal of Hospitality Management*, V. 53, s. 69-80.
- MASLACH, C., LEITER, M., (1997) "The Truth About Burnout", Jossey- Bass, San Francisco,
- MAY, D. R., GĪLSON, R. L., HARTER, L. M. (2004). The psychological conditions of meaningfulness, safety and availability and the engagement of the human spirit at work. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 77, 11–37.
- MOORMAN, R.H. (1993), "The Influence of Cognitive and Affective Based Job Satisfaction Measures on The Relationship Between Satisfaction and Organizational Citizenship Behavior" *Human Relations*, 46: 759-776.
- NAQSHBANDĪ M. Muzamil, SHARAN Kaur Garib Singh, PĪN Ma, (2014) The link between organisational citizenship behaviours and open innovation: A case of Malaysian high-tech sector, *IIMB Management Review* 28, 200–211
- ORGAN, D. W. (1988). *Organizational Citizenship Behavior: The Good Soldier Syndrome*, Lexington, MA: Lexington Books.

- POND, S. B., NACOSTE, R. W., MOHR, M. F., RODRÍGUEZ, C. M. (1997). The measurement of organizational citizenship behavior: Are we assuming too much? *Journal of Applied Social Psychology*, 27(17), 1527-1544.
- ROTHMANN, S., JORDAAN, G. M. E. (2006) "Job Demands, Job Resources and Work Engagement Of Academic Staff in South African Higher Education Institutions", *Sa Journal Of Industrial Psychology*, Vol: 32, No: 4, 2006, s. 87-96
- RUNHAAR R. Piety, KONERMANN Judith, SANDERS Karin, (2013) "Teachers' organizational citizenship behaviour: Considering the roles of their work engagement, autonomy and leader-member exchange," *Teaching and Teacher Education*, Vol.30, s. 99-108.
- SAKS, A. M. (2006). Antecedents and consequences of employee engagement. *Journal of Managerial Psychology*, 21(7), 600-619.
- SALANOVA, M., AGUT, S., PEIRO, J. M. (2005). Linking organizational resources and work engagement to employee performance and customer loyalty: the mediation of service climate. *Journal of Applied Psychology*, s.1218.
- SCHAUFELI, W. B., BAKKER, A. B., & SALANOVA, M. (2006). "The measurement of work engagement with a short questionnaire a cross-national study", *Educational and psychological measurement*, V. 66(4), P. 701-718.
- SCHAUFELI, W., SALANOVA, M., GOZALES V., BAKKER, A. (2002). The Measurement of Engagement and Burnout: A confirmative analytic approach. *Journal of Happiness Studies*, 3, 71-92.
- SÖKMEN Alptekin, BOYLU Nejat, (2011), "Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Cinsiyete Göre Farklılık Gösterir Mi? Otel İşletmeleri Açısından Bir Değerlendirme" *Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, s.154
- STEFANIE Manche, KARİN Vitzthum. GERHARD Danzer. BURGHARD F. Klapp. (2014) "Surgeons' work engagement: Influencing factors and relations to job and life satisfaction.", *The Surgeon*, Vol: 12, No:1, s. 181-190.
- TURGUT Tülay, (2010), "Çalışmaya Tutkunluk", *Kurumlarda İyilik de Var. Nobel*, Ankara, s.82-83.

- VIJAY V. Anand, MADHUVANTHI K. (2012), A Study on The Employee Engagement with Special reference to CPCL, International Conference on Management Issues in Emerging Economies (ICMIEE),
- WILLIAM A. Kahn, (1990) "Psychological Conditions of Personal Engagement and Disengagement At Work", Academy of Management Journal, Vol: 33, No: 4, s. 692 - 699.
- WILMAR B. SCHAUFELI, ARNOLD B. Bakker, (2004) "Job Demands, Job Resources and Their Relationship with Burnout and Engagement: A Multi-sample Study", Journal of Organizational Behavior, Vol:25, No:1, , s.294.
- YILDIRIM Yunus, HANIFI Uzun, YILDIRIM İrfan, (2012), "An examination of physical education teachers in terms of their organizational citizenship behaviors and organizational loyalty according to some demographic variables." Procedia - Social and Behavioral Sciences 47, s,2150.

The Impact of Tourism in the Reduction of Gender Inequality

Assoc. Dr. Ruhet Genç¹

Abstract

In this study, the role tourism sector on gender equality will be further investigated in order to propose a reliable solution for the ongoing debate on the relationship between gender inequality and tourism sector. The paper will start with a body of literature on the impact of tourism sector on gender equality based on the previous studies. The methodology will be literature review and critical evaluation of the findings. Finally, the study will conclude the fact that tourism sector has a capacity to provide significantly higher amount of specific benefits for women and therefore positively contribute to the establishment of gender equality. The manuscript will investigate the positive contribution of tourism sector on the well-beings of women in three different aspects. First, the economic conditions of women prone to increase in the presence of tourism sector corresponding to new opportunities of employment as well as creating revenues for public spending, specifically to finance the social policies for

¹Turkish German University TURKEY, drgench@gmail.com

women. Secondly, tourism sector enables social interaction among people from different cultural backgrounds and provide an opportunity for women in a particular destination to observe which cultural rights other women have in other countries and open the eyes of local women for the rights that they can obtain. And third, psychological well-being of women which is measured by Quality of Life (QoL) is likely to increase as they take part in the economic activities and social life. The paper will also suggest a model in order to provide a quantitative analysis for the gender inequality, including the possible related economic and social variables.

Key Words: Tourism, Gender, Inequality

Introduction

Gender inequality is one of the major problems of today's world. Although there are some significant changes in recent years, gender inequality remains as a significant problem, particularly in terms of economic aspects (Blau, 2016). There is still a big debate on whether tourism sector increase the burden on women by expropriating them further or it is beneficial for women employment and gender equality. Some scholars claim that the challenges inherent in gender mainstreaming processes by public policies worldwide are replicated and even exacerbated in the tourism sector (Ferguson & Alarcón, 2015) whereas studies conducted by other scholars depict that tourism is capable of providing specific advantages for women and has a mitigating impact on gender inequality especially in the areas where tourism employment is available

(Khatiwada & Silva, 2015). Nevertheless, the gender research are claimed to remain limited within the tourism enquiry despite three decades of study and the recent increase in investigations (Figueroa-Domecq et. al., 2015). Not even surprisingly, the gender discrimination in the field of tourism is not only limited to the women who are employed in the tourism sector, but rather the discrimination even reflects on the scientific investigation, and studies conducted by women scholars in order to complain how tourism research maintain the invisibility of women in academic field (Munar et. al., 2015).

Some scholars argue that the recent paradigm in the policies regarding to development in tourism should be reconsidered to increase the potential of tourism to a maximum level so that women can be empowered and other steps can be taken to promote gender equality (Ferguson, 2011). Mere presence of tourism will not provide equality by itself, as there are many social and cultural barriers that women need to overcome. Therefore, an understanding that increases the prosperity of women in financial, social and psychological senses is required, not only in the academic field but also in the policies of local and national level of governments.

Historical Development of Gender Inequality

Since the earlier times of human-being, the distinction between two sexes has been showing its impact on all aspects of social, economic, political, cultural and artistic life. Although each society has its own traditions and cultural codes in terms of gender norms, the general tendency

of societies was to “evolve” into patriarchal communities where the role of women have been diminished to private space or house, the definition of women has been made related to family whereas men enjoy their individual lives, independent decisions, and opportunities to engage in social realm. One of the main reasons that has historically widened the gap between men and women is the position of women within the family, as they generally diminish the opportunities for participation into the labor force, and eventually this lack of participation leads to economic dependency of women to the breadwinner (male) of the family, hence reinforcing the gender inequality in the family (Donchin, 2010).

Nevertheless, gender inequality is not one homogenous phenomenon that can be reduced into one aspect such as economic or social, but rather there are many facets of the problem which are diverse and interlinked at the same time (Sen, 2001). For this reason, while gender equality is taken into consideration within the scientific inquiry, the conceptualization shows difference from one study to another. Some scholars focused on economic aspects of inequality whereas some others focus on social properties, such as access to education and health (Arora, 2012). The principal interest of this paper will be economic inequality between women and men based on current social and economic structure, and financial well-being will be assessed through wage differentiation and availability of employment for women. However, the impact of tourism will not be limited to economic gains, since social integration of women also increases as tourism industry provides them an opportunity to get into social life and meet new cultures.

Therefore, social aspects of gender inequality will be included to the conceptualization of inequality of this study.

Besides, although the participation of women has been increasing in the sector of hospitality, scholars claimed that women are mainly working in the inferior positions and poorly paid jobs (Sigüenza, Brotons & Huete, 2013). Male superiority with respect to the understating of “male breadwinner” leads to the perception of males as the head of household and decision makers for the family (Duffy et. al., 2015). Bearing this fact in mind, policies need to be implemented with respect to increasing the prosperity of women in the social realm. Merely increasing the job opportunities while paying significantly less than men for the same job would not increase the welfare of women, if not decrease it by degrading their power compared to men.

In general, the structure and the organization within the labor market do not correspond to equality between genders, as it already reproduces traditional gender roles which maintain the division in the sense that women need to spend much more time and energy compared to men for the domestic, family-related work such as cooking, cleaning, etc., hence men have an advantage in the labor market (Sigüenza, Brotons & Huete, 2013). For instance, cultural structure in lesser economically developed countries discourage the participation of women into labor force, restricting the role of women in the private sphere of house while keeping men active in the public sphere of community (Duffy et. al, 2015). For that reason, presence of tourism sector is capable of mitigating the gap between women and men,

if the policies target at increasing the prosperity of women implemented effectively.

The Contribution of Tourism Sector to Gender Equality

Following the rise of globalization, local economies started to integrate in larger ones, providing benefits to the economic actors. However, distribution of welfare is not independent from the internal dynamics of a particular region, and therefore the impact of globalization generally differs for different groups such as women, people with disabilities, or other type of marginalized groups in rural or urban areas (Arora, 2012). If these differences are not regulated properly by the means of national or local government policies, then the positive influence of any kind of new economic activity will not be realized, and rather the gap increases between advantages and disadvantaged, as in the case of poor-rich gap, as well as the gap between women and men.

It has been claimed that, tourism can offer an alternative for women where they can engage in activism, community leadership, political realm, along with providing opportunities for employment and entrepreneurship, and therefore every two of three people in tourism workforce is female and women's chance in tourism employment is twice more than being employers in other sectors (World Tourism Organization, 2011; Figueroa-Domecq et. al., 2015). Studies revealed the existence of women-managed tourism enterprises as well. For instance, homestay tourism in certain destinations including Nepal, Malaysia, Costa Rica and Thailand re mainly

managed by women entrepreneurs (Acharya & Halpenny, 2013). Especially with the help of these types of entrepreneurships, tourism employment is capable of providing advantages for women, which help to alleviate the devastating impact of gender inequality (Khatiwada & Silva, 2015).

Although the process of tourism development is assumed as being “gender-neutral”, scholars claim that gender dynamics are embedded in the process (Ferguson, 2011), emphasizing the underlying impact of gender discrimination which is not limited to overt practice of sexism, but rather it subtly reproduce the gender roles through sexual division of labor and every day sexism. Hence, construction and reinforcement of new power relations emerging as a result of tourism process cannot be acknowledged properly without understanding the complex structure of gender segregation in tourism and the existing power relations (Kinnaird & Hall, 1996).

In order to provide a better understanding for the complex structure of gender inequality and its relationship with tourism industry, a model will be presented in order to explain the impact of tourism on women with respect to three main variables including economic gains, social inclusion and quality of life.

The Model

There are three important aspects that determine the level of impact of tourism on gender equality, namely economic gains, social integration and psychological well-being of women. To begin with the economic impacts, existence of tourism industry in a particular destination provides an

important source of economic welfare by increasing the job opportunities. Moreover, economic impact of tourism is not limited to employees who are working in the tourism sector. As tourism is a key industry for overall economic development, it makes the emergence of side industry possible, increasing the overall labor demand. Since the aim of this study is to measure the gender equality with respect to tourism activity, absolute numbers will not be sufficient. Tourism may increase the financial gains, hence economic well-being of individuals, but as long as the rate of increase for the income of women is lower than men's income, the gap will be widened and the presence of tourism industry will reflect as a negative impact on the lives of women. Therefore, the rate of wage received by women to total wage will be considered as an indicator for the impact of tourism.

Other than economic gains, social inclusion is an important determinant for the impact of tourism on decreasing gender inequality, and as women participates into the labor force and become visible in the social realm; their social inclusion will be increased. Parallel to the increase in financial well-being and availability of new job opportunities, social inclusion of lower socio-economic classes and financially disadvantaged groups such as women, especially in patriarchal societies as in the case of Nepal, considerably increases (Ancharya & Halpenny, 2013). Furthermore, studies regarding to participation of disadvantaged, socially-excluded groups in tourism sector claim that tourism provide opportunities to promote social inclusion by facilitating social interaction, creating networks among

people, and increasing the possibility of communication (McCabe, Joldersma & Li, 2010; Grant & Kluge, 2012, Morgan, Pritchard & Sedgley, 2015). For that reason, the degree of social inclusion is presented in the model as an important indicator of the impact of tourism.

Finally, overall change in the quality of life of women is an important determinant for the impact of tourism on the women living in a particular destination. There is no doubt that quality of life increases with holiday participation (McCabe, Joldersma & Li, 2010), however, the impact is not limited to tourists, and tourism activity also increases the life quality of local stakeholders, and especially those from disadvantaged, underrepresented groups, as in the case of women (Andereck & Nyaupane, 2011) through encouragement of intercultural interactions, understanding based on communication, peace, social and economic prosperity apart from economic growth (McCabe & Joldersma & Li, 2010). Although quality of life has many dimensions to be measured, presence of tourism as a reliable economic industry will basically increase the self-confidence of women as they start to take part in the labor market. Economic independence from the family economy not only empowers the position of women in the society, but it also has a significant positive impact on overall life quality for women. The overall well-being of women can be measured by quality of life (QoL) variable in a quantitative manner, indicating the level of psychological wellness of local women in a particular tourism destination.

Hence our model can be considered as:

$$(1) TI = \beta_0 + \beta_1.RW/TR + \beta_2.SI + \beta_3.QL + \varepsilon$$

where,

TI implies the *Impact of Tourism*

RW implies *Total Revenues Received by Women*

TR implies *Total Revenues Received by All Actors*

SI implies *the degree of Social Inclusion for Women*

QL implies *Quality of Life of Women*

β_0 , β_1 , β_2 and β_3 imply coefficients, and

ε implies residual (i.e. the effect of other variables).

Furthermore, total revenues received by women are not necessarily limited to the gains of women working in tourism sector, as agents may receive direct or indirect benefits when a particular region attract tourists, parallel to the emergence of side industries including accommodation, restaurants, small-scale self-employed tourism goods or service providers, and so on. Hence, the total revenue received by women is composed of two main groups, namely direct and indirect revenues. First, women who are employed in the tourism sector receive a direct economic benefit which is equal to wage (W_T). Moreover, tourism enables development of other sectors, and new employment opportunities for women in the side industries

where women receive an indirect economic benefit from tourism industry, which is equal to wage (W_S) as well. Hypothetically, the wage levels for women who are working in the tourism sector and other sectors will be equal to each other in a competitive market structure, as employers will be willing to employ women who would work at lower wages and hence maximizing his profit by lower labor costs. Thus, the estimated Total Revenue Received by Women (RW) will be calculated as:

$$(2) RW = W_T + W_S$$

Where;

$$W_T = W_S$$

To recap, financial gains compared to men, along with the degree of social inclusion and the quality of life of women are the three main variables that are capable of explaining the impact of tourism on women. All of the three variables presented in the model have a positive relationship with the impact of tourism, such that the development of tourism in a particular region increases the job opportunity, enabling women to earn money outside of their families, increasing their financial power compared to men and contributing to their economic independence, and as a result women have a position in social life and their psychological well-being improves with these gains.

In addition to economic and social impacts, there may be other variables that are capable of explaining the variance in the level of impact of

tourism activity on gender equality that the suggested model did not capture. For example, when tourists come to a particular destination, they transform the cultural life of this region through cultural interaction. As a result of adaptation towards the needs of tourists, cultural codes can be re-established, by allowing women have more space and decreasing their burden in terms of domestic labour. Because of this, a residual is presented in the model, which implies the variance that cannot be explained by the two main variables.

The model is suitable for any type of numerical data, since the main target of this model is to measure the contribution of tourism activity to gender equality in a quantitative form. Thus, the provided model is capable of responding to the complex nature of gender inequality, where various social and economic factors interplay, and allowing their measurement by the means of statistical analysis of objective scientific activity, rather than qualitative evaluations where objectivity can be questioned.

Concluding Remarks

In conclusion, tourism enhances the economic well-being of women and places them a more equal position compared to men only if there are specific, women-targeting policies implemented by local or national governments. Previous studies suggest that women working in the tourism sector have worse conditions and paid less than men (Marrero & Huete, 2013). Likewise in all other sectors, tourism maintains the economic and sexual exploitation of women via atrocious employment practices, unequal

payments and recreating gender roles (Pritchard, 2014; Figueora-Domecq et. al., 2015). Therefore presence of tourism sector would contribute further to inferior position of women in the society and increasing the gender gap in the absence of policies targeting to integrate women into social life by expanding their limit from domestic sphere where they are mainly entitled with food preparation, cleaning, biological and social reproduction of children, caring for the sick and elderly, and so on (Ferguson, 2011; Duffy et. al., 2015).

Engagement of disadvantaged individuals in a society such as minorities, people with disabilities as well as women with community-based local level tourism enterprise has a valuable contribution to economic, social and environmental development (Acharya & Halpenny, 2013). Studies revealed the significant contribution of community based tourism characterized by community based natural resource management emphasizing the local resident participation and empowerment (Khatiwada & Silva, 2015). All in all, empowerment of women is not only important for the lives of women, but it also plays a crucial role in the future of a society in a particular society, as integration of all individuals, and especially women, would be likely to increase the overall prosperity.

References

- Acharya, B. P., & Halpenny, E. A. (2013). Homestays as an alternative tourism product for sustainable community development: A case study of women-managed tourism product in rural Nepal. *Tourism Planning & Development*, 10(4), 367-387.
- Andereck, K. L., & Nyaupane, G. P. (2011). Exploring the nature of tourism and quality of life perceptions among residents. *Journal of Travel Research*, 50(3), 248-260.
- Arora, R. U. (2012). Gender inequality, economic development, and globalization: A state level analysis of India. *The Journal of Developing Areas*, 46(1), 147-164.
- Blau, F. D. (2016). Gender, inequality, and wages. *OUP Catalogue*.
- Donchin, A. (2010). Reproductive tourism and the quest for global gender justice. *Bioethics*, 24(7), 323-332.
- Duffy, L. N., Kline, C. S., Mowatt, R. A., & Chancellor, H. C. (2015). Women in tourism: Shifting gender ideology in the DR. *Annals of Tourism Research*, 52, 72-86.
- Ferguson, L. (2011). Promoting gender equality and empowering women? Tourism and the third Millennium Development Goal. *Current Issues in Tourism*, 14(3), 235-249.

- Ferguson, L., & Alarcón, D. M. (2015). Gender and sustainable tourism: Reflections on theory and practice. *Journal of Sustainable Tourism*, 23(3), 401-416.
- Figueroa-Domecq, C., Pritchard, A., Segovia-Pérez, M., Morgan, N., & Villacé-Molinero, T. (2015). Tourism gender research: A critical accounting. *Annals of Tourism Research*, 52, 87-103.
- Grant, B. C., & Kluge, M. A. (2012). Leisure and physical well-being. *Leisure and aging: Theory and practice*, 129-142.
- Khatiwada, L. K., & Silva, J. A. (2015). Mitigating gender inequality in rural regions: the effects of tourism employment in Namibia. *International Journal of Tourism Research*, 17(5), 442-450.
- Kinnaird, V., & Hall, D. (1996). Understanding tourism processes: A gender-aware framework. *Tourism Management*, 17(2), 95-102.
- Marrero, R., Huete, R. (2013) La opinión pública sobre el empleo turístico en la Comunidad Valenciana, *Cuadernos de Turismo*, 32: 193-210.
- McCabe, S., Joldersma, T., & Li, C. (2010). Understanding the benefits of social tourism: Linking participation to subjective well-being and quality of life. *International Journal of Tourism Research*, 12(6), 761-773.

Morgan, N., Pritchard, A., & Sedgley, D. (2015). Social tourism and well-being in later life. *Annals of Tourism Research*, 52, 1-15.

Munar, A. M., Biran, A., Budeanu, A., Caton, K., Chambers, D., Dredge, D., Gyimóthy, S., Jamal, T., Larson, M., Nilsson, K., Nygaard, L. & Ram, Y. (2015). The gender gap in tourism academy: Statistics and indicators of gender equality. Report I.

Pritchard, A. (2014). Gender and feminist perspectives in tourism research. In A. Lew, C. M. Hall, & A. Williams (Eds.), *A tourism companion* (2nd ed., pp. 314–324). Oxford: Blackwell

Sen, A. (2001). The many faces of gender inequality. *New republic*, 35-39.

Sigüenza, M., Brotons, M., & Huete, R. (2013). The evolution of gender inequality in tourism employment in Spain.

World Tourism Organization. (2011). *Global report on women in tourism 2010*. Madrid: World Tourism

**ÖRGÜTSEL ADALET VE
ÖRGÜTSEL VATANDAŞLIK DAVRANIŞI
ARASINDAKİ İLİŞKİNİN ANLAMLANDIRILMASI:
BİR AİLE İŞLETMESİNDE NİTEL ARAŞTIRMA¹**

Ali Can YILMAZ² ve Seyhan BİLİR GÜLER³

ÖZ

Bu araştırmada, bir aile işletmesinde çalışmakta olan işgörenlerin, örgütsel adalet algıları ile örgütsel vatandaşlık davranışlarının anlamlandırılması amaçlanmıştır.

Bu doğrultuda, Tekirdağ'da faaliyet gösteren bir aile işletmesinde çalışan 27 personel araştırmanın örneklem grubunu oluşturmuştur. Yapılandırılmış görüşme tekniği ile toplanan veriler, betimsel analiz yöntemiyle analiz edilmiştir. Araştırmanın sonucunda, katılımcıların büyük bir çoğunluğu, örgütsel adalet algısına sahip olduğunu ve örgütsel vatandaşlık davranışı sergilediğini belirtmiştir. Örgütsel adalet algısına sahip olduğunu belirtenler örgütsel vatandaşlık davranışı sergilediğini de belirtirken, örgütsel adalet algısına sahip olmadığını belirtenler ise uygulamaları adil bulmadıkları için örgütsel vatandaşlık davranışı sergilemediğini belirtmiştir.

Anahtar Kelimeler: Aile İşletmesi, Örgütsel Adalet, Örgütsel Vatandaşlık Davranışı.

¹ Bu çalışma Ali Can Yılmaz'ın, Yrd. Doç. Dr. Seyhan Bilir Güler danışmanlığında hazırladığı "Örgütsel Adalet ve Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Arasındaki İlişki: Bir Aile İşletmesinde Araştırma" isimli yüksek lisans tezinden üretilmiştir.

² acyilmaz@gmail.com.

³ Yrd. Doç. Dr., Trakya Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi.
seyhanguler@trakya.edu.tr.

**UNDERSTANDING THE RELATIONSHIP BETWEEN
ORGANIZATIONAL JUSTICE AND
ORGANIZATIONAL CITIZENSHIP BEHAVIOR:
A QUALITATIVE RESEARCH AT A FAMILY FIRM**

ABSTRACT

This research aimed to understand the organizational justice perception and organizational citizenship behavior of the employees who has been working in a family firm.

For this reason, 27 employees who has been working in a family firm in Tekirdağ were selected for the sample group of the research. The data were collected by structured interview technique and then the data were analyzed by descriptive analysis. As a result, the majority of participants said they had organizational justice perceptions and showed organizational citizenship behavior. Those who stated that they had organizational justice perception also stated that they showed organizational citizenship behavior. Those who stated that they did not have organizational justice perception said that they did not show organizational citizenship behavior because of unfair practices.

Key Words: Family Firm, Organizational Justice, Organizational Citizenship Behavior.

Araştırma Makalesi

Makalenin Geliş Tarihi: 2 Nisan 2018 Makalenin Kabul Tarihi: 27 Nisan 2018

Giriş

Örgütsel adalet algısı ve örgütsel vatandaşlık davranışı, örgütsel davranışın yoğun olarak çalışılan konuları arasında yer almakla birlikte, günümüzde işletmeler açısından da önem taşıyan başlıca konular arasındadır. Zira üretim süreçlerinin standardizasyona uğraması ve küreselleşmenin ön plana çıkmasıyla birlikte, işletmeler aynı sektörde birbirlerine benzer koşullar üzerinden rekabet etmeye başlamış ve bu koşullarda da farklılık oluşturarak birbirlerine üstünlük kurabilecekleri başlıca etkenin insan faktörü olduğu fikri ön plana çıkmıştır.

Bu noktada, çalışanların ekstra çaba göstererek işletmelerine daha fazla yarar sağlamaları önem kazanmaktadır. Zira zorlu rekabet şartlarında, çalışanların rol tanımlarının ötesine çıkarak ekstra davranışlarda bulunmaları rekabette önem taşımaktadır. Bu aşamada örgütsel vatandaşlık davranışı kavramı ön plana çıkmaktadır. Çalışanların örgütsel vatandaşlık davranışı göstermeleri için de, buldukları işletmede adalet algılamalarının önemli olduğu düşünülmektedir. Çalışanların, işletmede uygulanan kararların, elde ettiği kazanımların ve işveren tarafından sergilenen davranışların adil olduğunu algılaması neticesinde örgütsel vatandaşlık davranışı gösterme ihtimalinin artacağı fikri ön plana çıkmaktadır. Dolayısıyla, örgütsel adalet kavramının önemli bir rolde olduğu düşünülmektedir.

Örgütsel Adalet Kavramı

Örgütsel adalet, geniş kapsamlı bir tanımlamayla, bireyin, örgütündeki uygulamalarla ilgili olarak sahip olduğu adalet algısıdır (Özdevecioğlu, 2003: 78). Konuyla ilgili yapılan çalışmalar incelendiğinde; Cohen-Charash ve Spector'ın dağıtım adaleti, prosedür adaleti ve etkileşim adaleti olmak üzere üç boyutlu bir boyutlandırma kullandığı görülürken (2001: 278), Colquitt'in ise dağıtım adalet, prosedür adaleti, bilgisel adalet ve kişilerarası adalet olmak üzere dört boyutlu bir model tercih ettiği görülmektedir (2001: 386). Örgütsel adaletin boyutlandırmasına dair görüş farklılıkları olmasına rağmen, ilgili literatürde üç boyutlu modelin daha fazla kabul gördüğü dikkat çekmektedir. Dolayısıyla bu boyutlar; dağıtım adaleti, prosedür adaleti ve etkileşim adaleti olarak belirtilmektedir (Tan ve Çetin, 2011: 2).

Araştırma Makalesi

Makalenin Geliş Tarihi: 2 Nisan 2018 Makalenin Kabul Tarihi: 27 Nisan 2018

Dağıtım adaleti, çalışanların; elde ettikleri kazanımların ve ödüllerin adil dağıtılıp dağıtılmadığına dair sahip oldukları algıdır. Prosedür adaleti ise, kazanımların ne şekilde dağıtılacağına yönelik kararların alınmasında kullanılan işlemlerin, bir diğer ifadeyle dağıtım sürecinin adilliği anlamına gelmektedir (Ünlü, Hamedoğlu ve Yaman, 2015: 141). Etkileşim adaleti ise, örgütle alakalı işlemler esnasında bireylerin karşılaşmış oldukları davranışların niteliğini kapsamaktadır (Atalay, 2012: 45).

Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Kavramı

Örgütsel vatandaşlık davranışı, bireysel tercihe dayanan, biçimsel ödül sistemince doğrudan ya da açık olarak tanımlanmamış olan, yerine getirilmemesi durumunda herhangi bir cezanın uygulanmasını gerektirmeyen fakat örgütün fonksiyonlarını etkili bir şekilde yürütmesine yardımcı olan davranışlar olarak tanımlanmaktadır (Çetin, Korkmaz ve Çakmakçı, 2012: 12).

Van Dyne, Graham ve Dienesch, yaptıkları çalışmada; itaat, sadakat, sosyal katılım, savunmacı katılım ve fonksiyonel katılım olmak üzere beş boyutlu bir modele yer vermişlerdir (1994: 787). Moorman ve Blakely, bireylerarası yardım, bireysel inisiyatif, bireysel çaba ve bağlılığı destekleme olmak üzere dört boyutlu bir modele yer verirken (1995: 131), Podsakoff, MacKenzie, Paine ve Bachrach ise; özgecilik, centilmenlik, örgütsel sadakat, örgütsel uyum, bireysel inisiyatif, sivil erdem ve kendini geliştirme olmak üzere yeti boyutlu bir model kullanmıştır (2000: 516).

Örgütsel vatandaşlık davranışının boyutlandırmasına yönelik çok sayıda çalışma olmasına rağmen; Organ'ın özgecilik, vicdanlılık, centilmenlik, nezaket ve sivil erdem boyutlarından oluşan boyutlandırmasının literatürde en çok kabul gören ve diğer boyutlandırmalara da temel oluşturan boyutlandırma olduğu belirtilmektedir (Gürbüz, Ayhan ve Sert, 2014: 5).

Özgecilik, çalışanların belirgin olarak gönüllü bir biçimde diğer çalışanlara yardım etmeleri suretiyle onların performanslarını artırmayı amaçlayan davranışlarda bulunmalarıdır (İçerli ve Yıldırım, 2012: 170). Vicdanlılık, çalışanların kendilerinden beklenen rol ve davranışların ötesinde bir davranış göstermeye gönüllü olmalarıdır. Centilmenlik, çalışanların örgütteki kişiler arasında çatışmaya neden olabilecek olumsuz

Araştırma Makalesi

Makalenin Geliş Tarihi: 2 Nisan 2018 Makalenin Kabul Tarihi: 27 Nisan 2018

davranışlardan kaçınmaları, nezaket ise; bir kişinin diğer çalışan kişilerin işlerini etkileyecek faaliyetlere başlamadan evvel, diğer çalışanları bilgilendirmesidir (Salihoğlu, 2013: 303). Sivil erdem ise, çalışanların, işletmeyi etkileyen hususlarda kendilerini sorumlu hissetmeleri, kararlara ve toplantılara sorumlu ve gönüllü bir biçimde katılım göstermeleridir (Yeşilyurt ve Koçak, 2014: 306).

Konuya İlişkin Bir Literatür Taraması

Gerçekleştirilen literatür taramasında, örgütsel adalet ve örgütsel vatandaşlık davranışı arasındaki ilişkiye yönelik olarak yapılan yurtiçi araştırmalar incelenmiştir. Örgütsel adalet ve örgütsel vatandaşlık davranışı dışında üçüncü bir değişken içeren çalışmalar ise söz konusu literatür taramasına dahil edilmemiştir.

Arslantaş (2005: 264), “Algılanan Adaletin Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Üzerindeki Etkisini Belirlemeye Yönelik Görgül Bir Çalışma” isimli makalesinde, algılanan adaletin örgütsel vatandaşlık davranışına yönelik etkisini incelemiş ve bu amaçla bir işletmenin satış departmanında çalışan 44 beyaz yakalı işgörenden topladığı verileri kullanmıştır. Korelasyon ve regresyon analizleri neticesinde, etkileşim adaletinin; işletme ile özdeşleşme, vicdanlılık, meslektaşlarına yönelik özgecilik ve çalışanlar arası uyum üzerinde etkiye sahip olduğunu tespit etmiştir.

Songür, Basım ve Şeşen (2008: 79), “Örgütsel Vatandaşlık Davranışında Adalet Algısının Öncüllük Rolü” isimli makalelerinde, örgütsel adalet algısının örgütsel vatandaşlık davranışı ile ilişkisini 116 kamu yönetici adayı üzerinde değerlendirmişlerdir. Yapılan araştırmanın neticesinde; örgütsel adalet algısı ile örgütsel vatandaşlık davranışının örgüte yönelik boyutları olan vicdanlılık, centilmenlik ve sivil erdem arasında ilişki olduğu ancak kişilere karşı yapılan örgütsel vatandaşlık davranışının boyutları olan diğerkâmlık ve nezaket boyutlarının örgütsel adalet algısından etkilenmediği sonucuna ulaşılmıştır.

İplik (2009: 107), “Algılanan Örgütsel Adaletin Örgütsel Vatandaşlık Davranışları Üzerindeki Etkisinin Belirlenmesine Yönelik Süpermarket Çalışanları Üzerinde Bir Araştırma: Adana İli Örneği” isimli makalesinde, çalışanların örgütsel adalete ilişkin algılarıyla örgütsel vatandaşlık davranışının boyutları olan özgecilik, sportmenlik, örgütsel

Araştırma Makalesi

Makalenin Geliş Tarihi: 2 Nisan 2018 Makalenin Kabul Tarihi: 27 Nisan 2018

erdem, nezaketen bilgilendirme ve yüksek görev bilinci arasındaki ilişki tespit etmeyi amaçlamıştır. Bu amaçla, Adana ilinde faaliyet gösteren yerel bir süpermarket zincirindeki çalışanlara örgütsel adalet ve örgütsel vatandaşlık davranışı ölçeği uygulamış ve araştırmanın sonucunda ise; süpermarket çalışanlarının örgütsel adalet algıları ile örgütsel vatandaşlık davranışlarının tüm boyutları arasında olumlu bir ilişki bulmuştur. En yüksek düzeye sahip ilişki kişilerarası adalet boyutu olarak belirtilirken, işgörenlerin örgütsel adaletle yönelik olumlu yöndeki algıları arttıkça; özgecilik, sportmenlik, yüksek görev bilinci, örgütsel erdem ve nezaketen bilgilendirme gibi örgütsel vatandaşlık davranışlarını gösterme niyetlerinin de arttığına yer verilmiştir.

Çağlayan (2014: 421), “Öğretim Elemanlarının Örgütsel Vatandaşlık Davranışları ile Örgütsel Adalet Algıları Arasındaki İlişki” isimli makalesinde, öğretim elemanlarının örgütsel adaletle ilişkin algıları ile örgütsel vatandaşlık davranışları arasındaki ilişkileri incelemeyi amaçlamıştır. Bu amaçla, İzmir’de bulunan bir üniversitede görev yapan 154 öğretim elemanı araştırmaya dahil edilmiş ve verilerin analizi için de; bağımsız gruplar t-testi, tek yönlü varyans analizi, Scheffe testi ve Pearson korelasyon analizi uygulanmıştır. Araştırma neticesinde, katılımcıların örgütsel adaletle ilişkin görüşlerinin, demografik değişkenlere göre anlamlı farklılık göstermediği, örgütsel vatandaşlık davranışlarının ise mesleki kıdem ve cinsiyete göre anlamlı düzeyde bir farklılık gösterdiği bulunmuştur. Bununla birlikte, öğretim elemanlarının örgütsel adalet algıları ile örgütsel vatandaşlık davranışları arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişkinin olduğu belirtilmiştir.

Gerçekleştirilen literatür taramasında, araştırmaların tamamının nicel araştırma tekniği ile yapıldığı görülmüştür. Bu doğrultuda, nitel araştırma yöntemiyle daha fazla araştırma yapılmasının ve örneklem grubu olarak da başta aile işletmelerinde olmak üzere, özel sektör çalışanlarının yer aldığı çalışmaların artması gerektiği yorumu yapılabilmektedir.

Yöntem

Yapılan bu çalışmada, bir aile işletmesinde çalışmakta olan işgörenlerin; örgütsel adalet algıları ile örgütsel vatandaşlık davranışlarının araştırılması ve örgütsel adaletle yönelik algılarıyla örgütsel vatandaşlık davranışlarının arasındaki ilişkinin anlaşılması amaçlanmıştır. Konuyla ilgili literatürde yer alan araştırmaların çoğunlukla kamu kurumlarında ya da özel sektörde kurumsallaşmış işletmelerde gerçekleştirildiği ve nicel araştırma

Araştırma Makalesi

Makalenin Geliş Tarihi: 2 Nisan 2018 Makalenin Kabul Tarihi: 27 Nisan 2018

teknığının tercih edildiği görülmektedir. Bu doğrultuda, ilgili literatüre katkı sağlanması amacıyla da, çalışma bir aile işletmesinde ve nitel araştırma yöntemiyle gerçekleştirilmiştir. Çalışmanın deseni olarak, nitel araştırmada desenlerinden durum çalışması deseni kullanılmıştır.

Araştırmanın örneklem grubu belirlenirken, amaçlı örnekleme yöntemlerinden biri olan kolay ulaşılabilir durum örnekleme yöntemi tercih edilmiştir. Bu doğrultuda, araştırmanın örneklem grubunu, Tekirdağ ilinde restoran işletmeciliği faaliyetlerinde bulunan bir aile işletmesinde çeşitli pozisyonlarda çalışan 27 personel oluşturmuştur. Ayrıca, işletmedeki uygulamaların öğrenilmesi için bir yöneticiyle de görüşme yapılmıştır.

Veri toplama yöntemi olarak, görüşme türlerinden biri olan yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılmıştır. Veri toplama aracı olarak ise, Çınar (2013: 122-123) tarafından geliştirilmiş olan örgütsel adalet ve örgütsel vatandaşlık davranışı ölçeklerinden yararlanılarak görüşme soruları hazırlanmıştır. Sorular, katılımcıların rahatlıkla anlayıp yanıtlayabilecekleri şekilde sorulmak üzere hazırlanmış, ayrıca aynı boyutlarda yer alan benzer ve alakalı sorular da nitel araştırmanın yapılandırılmış görüşme yönteminde kullanılabilir şekilde bir araya getirilmiştir. Toplanan verilerin analizinde ise betimsel analiz yöntemi kullanılmıştır.

Bulgular

Araştırmanın örneklem grubunda 5 kadın ve 22 erkek olmak üzere 27 kişi yer almıştır. Katılımcıların, yaş ortalamasının 30 olduğu, çoğunluğun medeni durumunun evli olduğu, eğitim durumunun ağırlıklı olarak lise olduğu, sektör tecrübelerinin ortalama 9,5 sene olduğu, işletmedeki tecrübelerinin ortalama 3 sene olduğu ve maaş ortalamalarının da 1500 TL olduğu görülmüştür.

Katılımcılara ilk olarak örgütsel adalet algılarına yönelik sorular sorulmuştur. Bu doğrultuda; “Çalıştığınız işletme, ödüllendirmede üstlendiğiniz sorumluluğu ve katlandığınız stresi dikkate alır mı?”, “Çalıştığınız işletme, ödüllendirmede eğitim düzeyinizi dikkate alır mı?”, “Çalıştığınız işletme, ödüllendirmede göstermiş olduğunuz gayreti ve başarıyı dikkate alır mı?” soruları yöneltilmiştir. Dağıtım adaletine yönelik sorular neticesinde, pek çok katılımcının, kazanımlarını yeterli bulduğu ve kazanımlarının yanında sunulan şartlardan da memnun oldukları görülmektedir. Olumsuz yanıt veren katılımcıların ise terfi sürecine, alınan

Araştırma Makalesi

Makalenin Geliş Tarihi: 2 Nisan 2018 Makalenin Kabul Tarihi: 27 Nisan 2018

maaşlardaki farklılıklara ve eğitimin maaşa etki etmediğine değindikleri görülmüştür.

“Ben başka bir sektörden geldim ve burası çok çok iyi. Ne maaşımız gecikiyor ne başka bir sorun yaşıyoruz. Her şey çok güzel bence.” (Katılımcı 15)

“Yaptığımız işe bakarsak, insanlarla birebir diyalog halinde olunan bir iş olduğu için çok zor. Bizim meslekte daha yüksek maaş verenler de var ama bence burada avantajlarımız var. İzinler, çalışma saatleri bence bize avantaj sağlıyor. Fabrikalar işçi arıyor, gider miyim, düşünmüyorum. Daha fazla çalışacağım, daha çok yorulacağım, tamam daha çok para verecek ama para bir yerde her şey demek değil. Bazen insan sosyallik istiyor. Ben bugün erken çıkacağım, ailemle dışarı çıkacağım.” (Katılımcı 16)

“Terfi konusunda daha adil olunabileceğini düşünüyorum. Ben dışarıdan gelen bir amir yerine içeriden birinin yükselmesinden yanayım. Bence insanların işi bırakmasındaki en büyük sebep de bu. İnsanlar düşünüyor; on sene de çalışsam, yirmi sene de çalışsam yine aynı pozisyundayım. Kıdem artmayınca gelir de artmıyor, sonuçta insanlar para için çalışıyor. İşletme dışından değil de içinden birisinin bunu yapabilirliği varsa ben böyle olmasından yanayım. Daha az stresli bir işte aynı parayı kazanabileceğimi düşündüğüm oluyor.” (Katılımcı 9)

“Sanmıyorum. Çünkü benden daha iyi eğitim alıp benden az maaş alan da var.” (Katılımcı 22)

“Dikkate alındığını zannetmiyorum. İyi çalışınca güzel para verilmesi gerekir. Hâlbuki dün gelen adamla aynı parayı alıyorsun. Biz bunları gördük.” (Katılımcı 27)

Prosedür adaletine ilişkin olarak ise; “Çalıştığınız işletme, karar vermede tarafsız mıdır ve kararları herkese eşit uygular mı?”, “Çalıştığınız işletme, karar vermeden önce sizi dinler ve karar verilecek konuyla ilgili doğru bilgi toplar mı?”, “Çalıştığınız işletme, size ek bilgi verir mi ve alınan kararları kabul veya reddetme hakkınız var mıdır?” soruları yöneltilmiştir. Pek çok katılımcı, işletmede alınan kararların herkese eşit uygulandığını ve karar alınırken çalışanların görüşünün alındığını belirtirken, olumsuz yanıt verenler ise; alınan kararlarda kimi çalışanların ayrıcalıklı tutulduğunu ve belirttikleri öneri ve fikirlerin dikkate alınmadığını vurguladıkları dikkat çekmiştir.

Araştırma Makalesi

Makalenin Geliş Tarihi: 2 Nisan 2018 Makalenin Kabul Tarihi: 27 Nisan 2018

“Kararlar herkese eşittir, hiç fark etmez.” (Katılımcı 4)

“Daha uzun süredir burada olan çalışanların daha ön plana çıktığını düşünüyorum.” (Katılımcı 11)

“Bizimle iletişime geçerler, sen de fikrini söyle kardeşim derler. Fikrimizi belirtiriz biz de.” (Katılımcı 10)

“Fikrimizi belirtiyoruz fakat kulak ardı ediliyor genelde.” (Katılımcı 20)

Etkileşim adaletine yönelik olarak ise; “Çalıştığınız işletme, işinizle ilgili kararlarda düşünce içerikli ve saygılı mıdır?”, “Çalıştığınız işletme, işinizle ilgili kararlarda kişisel haklarınıza önem verir mi ve beklentilerinize duyarlı mıdır?”, “Çalıştığınız işletme, işinizle ilgili kararlarda samimi davranır mı ve mantıklı açıklamalar yapıp sonuçlarını sizinle paylaşır mı?” soruları yöneltilmiştir. Alınan yanıtlarda; pek çok katılımcının işletmede alınan kararları düşünce içerikli bulduğu ve beklentilerine duyarlı olduğunu belirttiği görülürken, alınan kararların sebeplerinin açıklandığını ifade ettikleri de görülmektedir. Olumsuz yanıt veren katılımcıların ise, alınan kararların yapılan işi zorlaştırdığını ve detaylı açıklama yapılmadığını belirttikleri görülmüştür.

“Evet duyarlı. Zaten, genel anlamda alınan bu kararlar beni tatmin ettiği için ben buradayım.” (Katılımcı 14)

“Bence genellikle müşteri ve yöneticilerin beklentilerine duyarlı oluyor kararlar. İş zorlaştıran tarafların daha çok olduğunu düşünüyorum.” (Katılımcı 3)

“Yöneticilerimiz çok iyi insanlar, ilgili ve alakalıdır. Mantıklı açıklamalar yapıyor, sonuçlarını paylaşıyorlar.” (Katılımcı 2)

“Hayır. Genelde bu konularla ilgili çok detaya inilmiyor.” (Katılımcı 8)

Katılımcıların örgütsel adalet algılarına dair yöneltilen sorulara alınan yanıtlar neticesinde, 27 katılımcıdan 24’ünün örgütsel adalet algısına sahip olduğunu belirttiği, 3’ünün ise örgütsel adalet algılamadığını belirttiği görülmüştür.

Araştırma Makalesi

Makalenin Geliş Tarihi: 2 Nisan 2018 Makalenin Kabul Tarihi: 27 Nisan 2018

Katılımcılara örgütsel vatandaşlık davranışlarına yönelik sorular da sorulmuştur. Özgecilik boyutu için; “İş yükü fazla olan ya da işle ilgili sorunu olan çalışma arkadaşlarınıza yardım eder misiniz?”, “İşe gelmemiş çalışanların yapması gereken işlere yardım eder misiniz?”, “İşe yeni giren çalışanların işletmeye alışmasına yardımcı olur musunuz?” soruları yöneltmiştir. Yöneltilen sorular neticesinde, olumlu yanıt veren katılımcıların; içlerinden geldiği için, yeri geldiğinde arkadaşları da kendilerine yardım ettiği için ve çalışma ortamından memnun oldukları için özgecilik davranışı gösterdiklerini belirttikleri görülmüştür. Olumsuz yanıt veren katılımcılar ise, diğer çalışanlarla aralarında iyi bir ilişki olmadığı, yapılan iş stresli ve yoğun olduğu, diğer çalışanlarla aralarında maaş ve çalışma şartları bakımından eşitsizlik olduğu için özgecilik davranışında bulunmadıklarını belirtmiştir.

“Tabii ki yardımlaşıyoruz. Ben birine yardım ederim, başka bir gün o bana yardım eder.” (Katılımcı 8)

“Bizim işimiz stresli olduğu için kendi işimizin dışına fazla çıkmıyoruz, çünkü çok yoğun oluyor.” (Katılımcı 11)

“Benim kafa dengim olmayan biriye çay bardağını bile kaldırmam.” (Katılımcı 24)

“Ben hak ediyorken başkası daha iyi şartlardaysa ben niye yardım edeyim? O bana yardım etsin hatta. Kazandığının karşılığını göstereyim.” (Katılımcı 20)

“Biz ekmeğimizin peşindeyiz, yeni başlayanlar da öyle. Tabii yardımcı olursun.” (Katılımcı 27)

Nezaket boyutuna yönelik olarak ise; “Karar alırken, aldığımız kararlardan etkilenebilecek kişilere ve yöneticilerinize bilgi verip danışır mısınız?”, “İşinizde başkalarının hakkını suistimal etmemeye özen gösterir misiniz?”, “Diğer çalışanlarla çıkabilecek sorunları engellemek için elinizden geleni yapar mısınız?” soruları yöneltmiştir. Olumlu yanıt veren katılımcıların; içlerinden gelerek bu şekilde hareket ettiklerini ve çalışma arkadaşlarıyla iyi ilişkiler kurup birbirlerini anladıklarını belirttikleri görülmüştür. Olumsuz yanıt veren katılımcılar ise, yoğun çalışma tempolarını, diğer çalışanların kendi işlerini onlara yıktıklarını ve diğer çalışanlarla aralarında maaş bakımından eşitsizlik olduğunu vurgulamıştır.

Araştırma Makalesi

Makalenin Geliş Tarihi: 2 Nisan 2018 Makalenin Kabul Tarihi: 27 Nisan 2018

“Şimdi bu detaylı bir soru. Kimisi bakıyorsun yoğunlukta hiç ortada yok, ne zaman işler hafiflese o zaman geliyor. Bütün işi ben mi yapayım? Benden fazla kazanıyorsa daha üst pozisyondaydı onun benim açığımı kapatması lazım. Kimse kusura bakmasın, ben de yoğunluğa göre mola kullanırım. Başkaları ilgilensin.” (Katılımcı 3)

“Biz genelde hep aynı kişilerle çalıştığımız için bir sıkıntı olmuyor. Herkes yapacağı işi biliyor, bir sorun çıkmıyor. Yapamayan olduğunda da herkes birbirine yardım ediyor.” (Katılımcı 10)

“Bizim aramızda aşırı derecede sevgi bağı vardır. Herkes burada özellikle belirteyim büyüklerine küçüklerine aşırı derecede saygılıdır. Bizim arkadaşlardan zaten yanlış davranışlar yapabilecek kimse çıkmaz.” (Katılımcı 23)

Centilmenlik boyutuna ilişkin olarak; “Gereksiz şeylerden şikayet ederek zaman harcamamaya özen gösterir misiniz?”, “Sorunları olduğundan büyük görmeyip, olayların olumsuz yanlarından çok olumlu yanlarına mı odaklanırsınız?”, “İşi bırakmaktan ziyade işletmede kalıcı olmayı mı hedeflersiniz?” soruları yöneltilmiştir. Alınan yanıtlar neticesinde, olumlu yanıt veren katılımcıların; çalışma şartlarından memnun olduklarını, diğer çalışanlarla aralarında iyi bir iletişim olduğunu vurguladıkları görülmüştür. Olumsuz yanıt veren katılımcıların ise; işin zor olduğunu, yorgunluk ve stresin çok olduğunu, yapılan işin karşılığını alamadıklarını vurguladıkları görülmüştür.

“Bazı şeyler birikince, bir de yorgunluk ve stres eklenince üzerine, bazen çok şikâyet ettiğim oluyor.” (Katılımcı 26)

“Yani şöyle bir düşünüyorum da, maaşımız aksamıyor, çalışma şartlarımız iyi, çalışma arkadaşlarımızla iletişimimiz iyi. Bence olumlu yönleri daha fazla.” (Katılımcı 21)

“Ben hep bu işten etmek yedim, başka iş yapmayı hiç düşünmedim. Zaten arkadaşlarımı da seviyorum burada.” (Katılımcı 22)

“Bırakma düşüncesi oluyor. Emek veriyorsun karşılığını göremiyorsun.” (Katılımcı 27)

Vicdanlılık boyutuna yönelik olarak; “Dakik olmaya özen gösterir misiniz?”, “İzin verilse bile yemek ve dinlenme molalarınızı uzun tutmamaya özen gösterir misiniz?”, “Yöneticilerinizin olmadığı durumlarda

Araştırma Makalesi

Makalenin Geliş Tarihi: 2 Nisan 2018 Makalenin Kabul Tarihi: 27 Nisan 2018

bile işletmenin kural ve prosedürlerine uyar mısınız?” soruları yöneltilmiştir. Yöneltilen sorular neticesinde, olumlu yanıt veren katılımcıların; yapıları sebebiyle bu şekilde davrandıklarını ve diğer arkadaşlarını düşündüklerini vurguladıkları görülmüştür. Olumsuz yanıt veren katılımcıların ise işten kaynaklanan yorgunluk ve işin yoğunluğunu vurguladıkları görülmüştür.

“Dakik olmaya çalışırım, elimden gelenin en iyisini yapmaya çalışırım. Bence benim mesleğimin gerekliliklerinden biri de dakik olmaktır. Saatimi hep ileride tutarım ben.” (Katılımcı 11)

“Sabah çalıştığım zaman geç kaldığım oluyor.” (Katılımcı 25)

“Çayımızı içiyoruz, dinleniyoruz, yorgunluğumuz gidiyor. Bence süreler yeterli. Sonuçta biz dinlenirken çalışan arkadaşlar da bizi bekliyor. Vicdani olarak düşününce yeterli olduğunu düşünüyorum.” (Katılımcı 14)

“Sürelerin yeterli olduğunu düşünüyorum. Çünkü bizden sonra diğer arkadaşlar da yemek molasına çıkacak.” (Katılımcı 23)

“Ben molaların uzun kullanılmasından yanayım.” (Katılımcı 1)

Sivil erdem boyutuna ilişkin ise; “İşletmedeki gelişmeleri takip edip çabuk uyum sağlar mısınız?”, “Göreviniz olmayan fakat işletme imajına yararı olan faaliyetlerde bulunur musunuz?”, “İşletmenizle ilgili toplantı ve aktivitelere katılmaya çalışır mısınız?” soruları yöneltilmiştir. Yöneltilen sorular neticesinde, olumlu yanıt veren katılımcılar; yararlı olduğunu düşündükleri ve keyifli bulmalarını nedeniyle bu davranışlarda bulduklarını belirtirken, olumsuz yanıt veren katılımcılar ise; kendilerine bir kazanım sağlamaması, işlerinin yoğun olması ve ilgilerini çekmemesi nedeniyle bu davranışlarda bulunmadıklarını belirtmiştir.

“Şimdi şöyle söyleyeyim, kendim için yararlıysa tamam ama benden çok isteniyorsa ve işletme bana bir şeyi az veriyorsa ben adapte olmam.” (Katılımcı 24)

“Yok. Kendi işime anca yetişiyorum.” (Katılımcı 3)

“Tabii. Bence böyle aktiviteler güzel oluyor.” (Katılımcı 6)

“Evet, tabii ki. Bence yararlı da oluyor çünkü bilmediğimiz ve daha öğreneceğimiz çok fazla konu olduğunu düşünüyorum.” (Katılımcı 23)

Araştırma Makalesi

Makalenin Geliş Tarihi: 2 Nisan 2018 Makalenin Kabul Tarihi: 27 Nisan 2018

“Benim pek ilgimi çekmiyor aktiviteler.” (Katılımcı 26)

Örgütsel vatandaşlık davranışlarına dair sorulara alınan yanıtlar neticesinde, 27 katılımcıdan 24’ü örgütsel vatandaşlık davranışı gösterdiğini belirtirken, 3 katılımcı ise örgütsel vatandaşlık davranışı göstermediğini belirtmiştir.

Sonuç

Yapılan araştırmada, 27 katılımcıdan 24’ü örgütsel adalet algıladığını belirtirken, 3’ü ise işletmede örgütsel adalet algılamadığını ifade etmiştir. Örgütsel adalet algısına sahip olduğunu belirtenler, örgütsel vatandaşlık davranışı da gösterdiklerini belirtirken, örgütsel adalet algısına sahip olmadığını belirtenler ise herhangi bir örgütsel vatandaşlık davranışı göstermediklerini belirtmiştir. Örgütsel adalet algılamayan Katılımcı 3, Katılımcı 20 ve Katılımcı 24 ile yapılan görüşmelerde; maaşlarının yetersiz olduğunu, işlerinde başarılı olmalarına rağmen terfi alamıyor olmalarını, görüşlerinin önemsenmiyor olmasını ve çalışanlar arasında ayrımcılık yapıldığını düşünmeleri nedeniyle işletmeyi adil bulmadıklarını belirtmişlerdir. Ayrıca, katılımcıların işletmedeki kazanımlarını az bulmaları, çalışanlar arasında adil davranılmadığını düşünmeleri ve kayırılan işgörenler olduğunu düşünmeleri nedeniyle örgütsel vatandaşlık davranışı sergilemeye yönelik içlerinde bir istek olmadığını belirttikleri görülmüştür.

Katılımcıların büyük bir bölümünün ise, işletmenin sektörün geneline göre iyi şartlar sunduğu ve çalışmalarının karşılığını aldıkları düşüncesinde oldukları görülmüştür. Olumlu yanıt verenler arasında, olumsuz yanıt verenlere göre hem sektörde hem de işletmede daha fazla yıl tecrübesine sahip olmalarına rağmen, olumsuz yanıt verenlere göre daha az maaş alan ve daha alt pozisyonda çalışanların olması da dikkat çekmektedir. Bu noktada, olumsuz yanıt verenlerin genel anlamda sektör şartlarından memnun olmadığı ve katılımcıların büyük bir bölümünden daha yüksek maaş almaları ve daha üst pozisyona sahip olmalarına rağmen koşullardan memnun olmadıkları izlenimi edinilmiştir. İşletmenin aynı şubede üst pozisyonlara yükseltme yapmama uygulaması ve yeni şube açma hızının da terfi bekleyen sayısıyla orantılı olmaması neticesinde terfi beklentisi karşılanamayan işgörenlerin mevcut uygulamaya yönelik eleştirilerinin olduğu görülmüştür. Katılımcıların büyük bölümünün, kendilerine yöneltilen sorulara olumlu yanıt vermesiyle de, genel anlamda işletmenin sunduğu şartlardan memnun oldukları anlaşılmıştır.

Araştırma Makalesi

Makalenin Geliş Tarihi: 2 Nisan 2018 Makalenin Kabul Tarihi: 27 Nisan 2018

Dolayısıyla, olumsuz yanıt veren katılımcıların memnuniyetsizlik nedenlerinin, genel anlamda sektör şartlarıyla alakalı olduğu dikkat çekmektedir. Zira olumlu yanıt veren katılımcıların pek çoğuna göre, olumsuz yanıt veren çalışanlar, işletmede çok daha iyi kazanımlara sahip durumdadır. Bu noktada dikkat çeken bir diğer durum ise, kayırılan çalışanların olduğunu düşünmeleridir. Bu izlenimlerinin, sektör şartlarından ziyade, işyerindeki mevcut şartlarla alakalı edindikleri bir izlenim olduğu anlaşılmaktadır. Nitekim, olumsuz yanıt veren katılımcılar, diğer işgörenlere göre iyi kazanımlara sahip olsalar da, başlıca değindikleri konular arasında terfi konusu gelmektedir. Çalışanların bu izlenimlerinde, dışarıdan gelen idarecilerin de önemli bir role sahip olduğu görülmektedir. Zira söz konusu aile işletmesinde, terfi politikası gereği aynı şubede terfi yapılmaması ve terfi eden işgörenin farklı bir şubede çalışmaya başlaması nedeniyle, işgörenlerin uzun süredir çalıştıkları şubede dışarıdan gelen bir idareciyle çalışmak durumunda oldukları görülmüştür. Bu doğrultuda, çalışanların terfi beklentilerinin de ancak yeni bir şube açılması durumunda karşılanması sebebiyle, pek çok çalışanın beklentilerinin de karşılanamadığı anlaşılmıştır.

Elde edilen bulguların, ilgili literatürde yer alan araştırmalarla benzer sonuçlar taşıdığı görülmektedir. Örgütsel adalet algısı ile örgütsel vatandaşlık davranışı arasında pozitif bir ilişki olduğunu ortaya koyan araştırmalarla orantılı olarak; bu araştırmada da, adalet algısına sahip katılımcılar örgütsel vatandaşlık davranışı sergileme isteğine sahip olduklarını belirtirken, örgütsel adalet algısına sahip olmayan katılımcılar ise örgütsel vatandaşlık davranışı sergilemeye yönelik içlerinde bir istek olmadığını ifade etmiştir.

İleride konuyla alakalı yapılacak olan araştırmalarda, araştırmacıların; nitel araştırma yönteminin farklı desenlerinde çalışmalar yapmasının ve farklı veri toplama yöntemlerini kullanmasının konuyla ilgili literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Ayrıca araştırmanın birden fazla aile işletmesi üzerinde gerçekleştirilmesinin, ayrıca aile işletmeleri özelinde yapılacak olan araştırmalarda da aile üyelerinin alt kademe pozisyonlarda da çalıştığı işletmelerin tercih edilmesinin ve aile dışından istihdam edilen çalışanlarla aile üyesi çalışanların verecekleri yanıtların karşılaştırılmasının da ilgili literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Bu doğrultuda, aile üyesi bir idarecinin yönettiği şubede çalışan personelin vereceği yanıtlar ile profesyonel bir idarecinin yönettiği şubede çalışan personelin vereceği yanıtların karşılaştırılmasının ve özellikle veri

Araştırma Makalesi

Makalenin Geliş Tarihi: 2 Nisan 2018 Makalenin Kabul Tarihi: 27 Nisan 2018

toplama yöntemi olarak yarı yapılandırılmış görüşme tekniğinin tercih edilmesinin ilgili literatüre katkı bakımından önem taşıyacağı düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

Arlantaş, Cem Cüneyt, “Algılanan Adaletin Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Üzerindeki Etkisini Belirlemeye Yönelik Görgül Bir Çalışma”, *Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, Sayı: 4, 2005, s. 264-281.

Atalay, Ceren Giderler, “Örgütsel Adalet”, *Örgütsel Davranışta Güncel Konular*, Editör: Derya Ergun Özler, Ekin Yayınevi, 2. Baskı, Bursa, Eylül 2012, s. 41-63.

Cohen-Charash, Yochi ve Spector, Pael E., “The Role of Justice in Organizations: A Meta-Analysis”, *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, Cilt: 86, No: 2, 2001, s. 278-321.

Colquitt, Jason A. “On the Dimensionality of Organizational Justice: A Construct Validation of A Measure”, *Journal of Applied Psychology*, Cilt: 86, Sayı: 3, 2001, s. 386-400.

Çağlayan, Esin, “Öğretim Elemanlarının Örgütsel Vatandaşlık Davranışları ile Örgütsel Adalet Algıları Arasındaki İlişki”, *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi Dergisi*, Cilt: 20, Sayı: 4, 2014, s. 421-452.

Çetin, Şahin, Korkmaz, Mehmet ve Çakmakçı, Cahit, “Dönüşümsel ve Etkileşimsel Liderlik ile Lider-Üye Etkileşiminin Öğretmenlerin Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Üzerindeki Etkisi”, *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*, Cilt: 18, Sayı: 1, 2012, s. 7-36.

Çınar, Ömer, *Yapısal Eşitlik Modellemesi ile İş Tatmini, Örgütsel Bağlılık, Örgütsel Destek ve Örgütsel Adaletin Örgütsel Çıktılar Üzerindeki Etkisinde Örgütsel Vatandaşlık Davranışının Aracılık Rolü: Kahramanmaraş Bankacılık Sektöründe Bir Alan Araştırması*, (Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Doktora Tezi), Kahramanmaraş 2013.

Gürbüz, Sait, Ayhan, Özgür ve Sert, Mahmut, “Örgütsel Vatandaşlık Davranışı ve Örgütsel Bağlılık İlişkisi: Türkiye’de Yapılan Araştırmalar

Araştırma Makalesi

Makalenin Geliş Tarihi: 2 Nisan 2018 Makalenin Kabul Tarihi: 27 Nisan 2018

Üzerinden Bir Meta Analizi”, *İş ve İnsan Dergisi*, Cilt: 1, Sayı: 1, 2014, s. 3-20.

İçerli, Leyla ve Yıldırım, Mehmet Halil, “Örgütsel Sinizm ve Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Arasındaki İlişki: Sağlık Sektöründe Bir Araştırma”, *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, Cilt: 4, Sayı: 1, 2012, s. 167-176.

İplik, Fatma Nur, “Algılanan Örgütsel Adaletin Örgütsel Vatandaşlık Davranışları Üzerindeki Etkisinin Belirlenmesine Yönelik Süpermarket Çalışanları Üzerinde Bir Araştırma: Adana İli Örneği”, *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Sayı: 25, 2009, s. 107-118.

Moorman, Robert H. Ve Blakely, Gerald L., “Individualism-Collectivism as an Individual Difference Predictor of Organizational Citizenship Behavior”, *Journal of Organizational Behavior*, Cilt: 16, 1995, s. 127-142.

Özdevecioğlu, Mahmut, “Algılanan Örgütsel Adaletin Bireylerarası Saldırgan Davranışlar Üzerindeki Etkilerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma”, *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Sayı: 21, 2003, s. 77-96.

Podsakoff, Philip M., MacKenzie, Scott B., Paine, Julie Beth ve Bachrach, Daniel G., “Organizational Citizenship Behaviors: A Critical Review of the Theoretical and Empirical Literature and Suggestions for Future Research”, *Journal of Management*, Cilt: 26, Sayı: 3, 2000, s. 513-563.

Salihoglu, Güneş Han, “Örgütsel Bağlılık ve Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Arasındaki İlişki(Çorum İlinde Hastane Çalışanlarına Anket Uygulaması)”, *Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi*, Cilt: 5, Sayı: 1, 2013, s. 300-310.

Songür, Neşe, Basım, H. Nejat ve Şeşen, Harun, “Örgütsel Vatandaşlık Davranışında Adalet Algısının Öncüllük Rolü”, *Amme İdaresi Dergisi*, Cilt: 41, Sayı: 4, 2008, s. 79-100.

Tan, Özge ve Çetin, Canan, “Performans Değerlendirme Sistemine İlişkin Örgütsel Adalet Algısının Sistemden Duyulan Memnuniyetsizlik Üzerindeki Etkisini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma”, *Öneri Dergisi*, Cilt: 9, Sayı: 35, 2011, s. 1-13.

Araştırma Makalesi

Makalenin Geliş Tarihi: 2 Nisan 2018 Makalenin Kabul Tarihi: 27 Nisan 2018

Ünlü, Yavuz, Hamedoğlu, Mehmet Ali ve Yaman, Erkan, “Öğretmenlerin Örgütsel Adalet Algıları ve Örgütsel Sessizlik Düzeyleri Arasındaki İlişki”, *Sakarya University Journal of Education*, Cilt: 5, Sayı: 2, 2015, s. 140-157.

Van Dyne, Linn, Graham, Jill W. ve Dienesch, Richard M., “Organizational Citizenship Behavior: Construct Redefinition, Measurement, and Validation”, *Academy of Management Journal*, Cilt: 37, Sayı: 4, 1994, s. 765-802.

Yeşilyurt, Hülya ve Koçak, Nilüfer, “İş Doyumu ve Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Arasındaki İlişkinin Otel İşletmeleri Açısından İncelenmesi”, *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Cilt: 16, Sayı: 2, 2014, s. 303-324.

Araştırma Makalesi

Makalenin Geliş Tarihi: 2 Nisan 2018 Makalenin Kabul Tarihi: 27 Nisan 2018

VICHY FRANSASI'NDA İŞGAL PROPAGANDASI

Caner ÇAKI¹

Mehmet Ozan GÜLADA²

ÖZ

İşgal propagandası, işgal güçleri tarafından ele geçirilen bölgelerde halkın desteğini alarak, yeni kurulan düzene karşı itaati sağlamak amacıyla yapılan propaganda türüdür. İşgal eden taraf, ele geçirilen ülkenin kitle iletişim araçlarını işgal propagandasını gerçekleştirebilmek için etkin bir şekilde kullanır. Tarihte işgal propagandasının en başarılı yapıldığı ülkelerden biri Nazi Almanyası tarafından işgal edilen Vichy Fransası (1940-1944) olmuştur. Nazilerin güdümünde kurulan Vichy Fransası'nda, Naziler ülkedeki kitle iletişim araçlarını denetim altına alarak, istenilen yönde propaganda yapılmasını sağlamıştır.

Bu çalışmada işgal propagandasının Vichy Fransası'nda nasıl gerçekleştirildiği ele alınmıştır. Çalışmada, Vichy Fransası'nda iktidarda bulunan Pétain yönetimince basılan propaganda posterleri Fransız Dil Bilimci Roland Barthes'ın göstergebilimsel analiz yöntemine tabi tutularak incelenmiştir. Bu amaçla çalışma kapsamında amaçlı örneklem metodu kullanılarak belirlenen 8 propaganda afişi (Pétain, Alman Ordusu, Fransız İşçi, SS, Müttefikler, Komplocular, Komünizm, Yahudi) Barthes'ın yananlam ve düzenlam boyutunda ele alınmıştır. Elde edilen bulgular ışığında Nazilerin: Vichy Fransası'nı tahakküm altına alabilmek için Nazi Almanyası'nı olumlu metaforlar içinde gösterdiği; Müttefikleri, Fransız partizanları, Komünizmi ve Yahudileri ise olumsuz metaforlar içerisinde yansıttığı ortaya çıkarılmıştır.

¹ Arş. Gör. İnönü Üniversitesi, İletişim Fakültesi, İletişim Bilimleri Bölümü, caner.caki@inonu.edu.tr

² Öğr. Gör., İnönü Üniversitesi, Akçadağ Meslek Yüksekokulu, Yönetim ve Organizasyon Bölümü, mehmet.gulada@inonu.edu.tr

Araştırma Makalesi

Makalenin Geliş Tarihi: 20 Nisan 2018 Makalenin Kabul Tarihi: 21 Mayıs 2018

Anahtar Kelimeler: Propaganda, Poster, Nazizm, Vichy, İşgal Propagandası

THE OCCUPATION PROPAGANDA IN THE VICHY FRANCE

ABSTRACT

The occupation propaganda is a type of propaganda that is organized to provide obedience to the newly established order, taking the support of the people in the regions seized by the occupation forces. The occupying side have effectively used the mass media of the captured country to carry out occupation propaganda. One of the countries where the occupation propaganda was the most successful in history was Vichy France (1940-1944), occupied by Nazi Germany. In Vichy France, founded by the Nazis, the Nazis controlled the mass media in the country and ensured that propaganda was made in the desired direction.

This study examined how the occupation propaganda was carried out in Vichy France. In the study, propaganda posters under the leadership of Pétain, who was in power in Vichy France, were examined in the context of the method of semiotics analysis of French Language Scientist Roland Barthes. For this purpose, 8 propaganda posters (Pétain, German Worker, SS, Allied, Plotter, Communism, Jewish) determined by using the purposeful sampling method were studied in Barthes' denotation and connotation. In the light of the findings it was found that: Nazi Germany was presented in positive metaphors in order to be able to dominate the French Vichy; Allies, French partisans, Communism, and Jews were all reflected in negative metaphors.

Keywords: Propaganda, Poster, Nazism, Vichy, Occupation Propaganda

GİRİŞ

Tarih boyunca, ülkeler işgal ettikleri bölgelerde kendi tahakkümlerini kurmak istemişlerdir. Bu süreçte galip devletler, işgal propagandası adı verilen etkin bir propaganda faaliyeti yürüterek işgal edilen

Araştırma Makalesi

Makalenin Geliş Tarihi: 20 Nisan 2018 Makalenin Kabul Tarihi: 21 Mayıs 2018

alanlarda insanların güvenini kazanmaya ve yapılan düzenlemelerde desteklerini almaya çalışmışlardır. 20. yüzyılın ilk yarısında meydana gelen iki büyük dünya savaşında tarihte görülmemiş boyutta işgal propagandası yürütülmüştür. Özellikle 2. Dünya Savaşı'nda Nazi Almanyası'nın, işgali altında bulunan Belçika, Hollanda, Yunanistan, Norveç, Danimarka gibi Avrupa ülkelerinde başarılı bir işgal propagandası uyguladığı görülmüştür. Bu ülkelerin başında da Nazi Almanyası tarafından Fransa'nın güneyinde kurulan Vichy Fransası (1940-1944) gelmektedir. Naziler, Vichy Fransası'nda ideolojik söylemlerini etkin kılmak, insanları fabrikalarında çalıştırmak ve Fransız halkının Waffen-SS'e (Nazi Almanyası'na bağlı bir askeri birim) katılımlarını sağlamak için yoğun bir şekilde işgal propagandası gerçekleştirmiştir. Bu çalışmada işgal propagandasının Vichy Fransası'nda nasıl gerçekleştirildiği ele alınmıştır. Çalışmada, Vichy Fransası'nda iktidarda bulunan Pétain yönetimince basılan propaganda posterleri Fransız Dil Bilimci Roland Barthes'ın göstergebilimsel analiz yöntemine tabi tutularak incelenmiştir.

Son yıllarda gösterbilimsel analiz yöntemi kullanılarak alanda önemli çalışmalar yapıldığı gözlemlenmiştir. Bunlar içerisinde; Çakı vd. (2017) "Türk Sinemasında Nazizm İdeolojisi: 'Kırımlı' Filmi ve Göstergebilimsel Analizi" adlı çalışmada Nazizm ideolojisinin sinemadaki temsilini Ferdinand de Saussure'ün "gösteren" ve "gösterilen" kavramları üzerinden ele almıştır. Dumanlı Kadızade (2016) "Türkçe Eğitiminde Çocuk Yazınına Göstergebilimsel Yaklaşım: 'Keloğlan ile Kardeşi' Masalı" adlı çalışmada Algirdas Julien Greimas'ın Eyleyenler Örnekçesi'nin ışığında masal incelemesinde bulunmuştur. Tanyeri Mazıcı ve Çakı (2018) "Adolf Hitler'in Korku Çekiciliği Bağlamında Kamu Spotu Reklamlarında Kullanımı" adlı çalışmada Adolf Hitler'in kamu spotu reklamlarında kullanımı Roland Barthes'ın "düzanlam" ve "yananlam" kavramları üzerinden ele almıştır.

Alanda yapılan kapsamlı literatür çalışması sonucunda, işgal propagandası kavramını konu alan herhangi bir çalışmaya rastlanılamamıştır. Bu amaçla çalışma kapsamında amaçlı örneklem metodu kullanılarak belirlenen 8 propaganda afişi (Pétain, Alman Ordusu, Fransız İşçi, SS,

Araştırma Makalesi

Makalenin Geliş Tarihi: 20 Nisan 2018 Makalenin Kabul Tarihi: 21 Mayıs 2018

Müttefikler, Komplocular, Komünizm, Yahudi) Barthes'ın yananlam ve düzanlam boyutunda işgal propagandası çerçevesinde ele alınmıştır.

1. Nazi İşgali Altında Vichy Fransası

1 Eylül 1939 tarihinde Nazi Almanyası, Polonya'ya saldırdı. Saldırıdan iki gün sonra Fransa, Almanya'ya savaş ilan etti. Tarihe "Tuhaf Savaş" olarak geçen yaklaşık bir yıl zaman zarfında iki ülke arasında ciddi bir çatışma çıkmadı. 1940'ın Mayıs ayında Alman Devlet Başkanı Adolf Hitler Hollanda ve Belçika üzerinden Fransa'ya saldırdı. Almanlar başarılı bir saldırı planı ile İngiliz ve Fransız Orduları'nı Dunkerque Bölgesi'nde kuşattı. Dunkerque Tahliyesi'nde Fransız ve İngiliz ordularının büyük bir kısmı Fransa'dan tahliye edildi. Ardından Naziler, Paris'e girerek, Fransızları savaş dışı bıraktı. 1940'ın Haziran'ında Naziler Fransa'nın kuzeyini işgal ederken, güneyinde de Vichy Fransası olarak bilinen bir devlet kurdu (Caplan, 2017:209). Vichy Fransası'nın ismi ülkenin kurulduğu Vichy kasabasından gelmektedir. Vichy Fransası, Nazilerin denetimi altındaydı. Nitekim Vichy Fransası'nın anayasası da Nazi Almanyası'nın güdümünde oluşturulmuştu (Curran, 1998:2). Vichy Fransası'nda Nazilerden habersiz hiç bir karar alınamıyordu.

Naziler, Vichy Fransası'nın yönetimine Birinci Dünya Savaşı kahramanı Fransız Mareşal Philippe Pétain'i getirdi. Pétain 1940-42 yılları arasında Başbakan, 1942-44 yılları arasında da Devlet Başkanı olarak görev yaptı (Eberle ve Uhl, 2017:588). Naziler, Pétain'in siyasi kimliğini kullanarak Fransız halkı üzerinde egemenlik kurabileceklerine inanmaktaydı.

Fransa'nın düşüşü dünyadaki dengelerin değişmesine, ABD'nin Nazi Almanyası'na ve Vichy Fransası'na karşı fiili olarak cephe almasına yol açtı (Kissenger, 2010:366). Bu süreçte Vichy Fransası, diğer Nazi Almanyası işgalindeki ülkeler gibi dünyadan soyutlandı.

Vichy Fransası, Nazilerin isteklerini gerçekleştirdiği müddetçe yarı bağımsız olarak hareket edebilecekti. Nitekim 1942'in sonlarına kadar Vichy Fransası Nazilerin her talimatını uygulamaya çalıştı. Buna karşın Nazilerin Mısır'ın El-Alameyn şehrinde durdurulmasından sonra Vichy Fransası'nın Nazilere karşı tavrı değişti. Almanya'dan gelen kararlar sorgulanmaya

Araştırma Makalesi

Makalenin Geliş Tarihi: 20 Nisan 2018 Makalenin Kabul Tarihi: 21 Mayıs 2018

başlandı. Bunun üzerine, Hitler'in emriyle 1942'nin Kasım ayında Naziler Vichy Fransı'nın tamamını ele geçirdi (Hart, 2015:451). Vichy Fransı'nın tüm yönetim birimleri Nazilerin eline geçti. Waffen-SS, ülkenin önemli yerlerine konuşlandırıldı. Alman gizli polisi Gestapo tüm ülkede sıkı bir denetim mekanizması kurdu. Naziler, Fransa'da tamamen kontrolleri altında tutabileceklerini düşündükleri Pierre Laval'ı Başbakan olarak görevlendirdi (Sweets, 1986:149). Ülke, Nazi Almanyası'nın işgaline uğramasına karşın, Vichy Yönetimi Paris'in Müttefiklerin eline geçtiği 25 Ağustos 1944 tarihine kadar varlığını korudu.

Savaşın Almanların aleyhine dönmeye başladığı 1943 yılından itibaren Vichy Yönetimi'nin kamuoyundaki desteği de azalmaya başladı (Mazower, 2014:611). Bu süreçte ülkede terör ve şiddet olayları tırmanışa geçti. 1943'de İtalya'nın teslim olması, aynı yıl Naziler'in Rusya'da ağır yenilgiler alması, Fransız General Charles de Gaulle önderliğinde başlayan Fransız direnişinin güçlenmesine yol açtı. Nihayetinde 1944'ün Haziran'ında Müttefik Kuvvetler Fransa'nın kuzey batısındaki Normandiya sahillerinden büyük bir çıkarma hareketine girişti. İki ay içerisinde Wehrmacht bozguna uğrayarak, ülkeden geri çekildi (Macksey, 2012:219). Nazilerin ülkeden çekildiği 1944'ün Ağustos'u ile birlikte Vichy Fransı'da tarihe karışmış oldu.

2. İşgal Propagandası Kavramı

Propaganda, belirli amaçlar doğrultusunda kitlelerin istenilen yönde ikna edilmesini sağlayan bir iletişim faaliyetidir. Propagandada verilen mesajların tartışılmasına izin verilmez (Aziz, 2007:15). Propaganda insanların düşüncelerini etkilerken, kitle iletişim araçlarını etkin bir şekilde kullanmaktadır (Kuruoğlu, 2006:8). Propaganda disiplini; beyaz, gri, kara, stratejik, karşı, silah propaganda gibi pek çok farklı propaganda türünü içermektedir. Bunlardan biri de işgal propagandasıdır.

İşgal propagandası, diğer adıyla takviye edici propaganda, işgal edilen yerlerde itaati ve teşkilatlanmayı sağlamak amacıyla yapılan propaganda faaliyetidir (Tarhan, 2010:51). İşgal propagandası, işgal güçlerinin çıkarlarına hizmet etmektedir. İşgal propagandasını diğer propaganda türlerinden ayıran en önemli özellik, propaganda faaliyetinin

Araştırma Makalesi

Makalenin Geliş Tarihi: 20 Nisan 2018 Makalenin Kabul Tarihi: 21 Mayıs 2018

uygulama alanının işgal edilen bölge ile sınırlı olmasıdır. Tarhan işgal propagandasının üç temel hedefi bulunduğunu ileri sürmektedir. Bunları;

- a) İşgal edilen bölgedeki her türlü ihtiyacın giderilmesi,
- b) İşgal edilen bölgedeki insanların güveni ve sempatisinin kazanılması,
- c) İşgal edilen bölgedeki insanların işgal güçlerine karşı direnişini kırmak olarak ifade etmektedir (2010:52).

İşgal propagandası, ele geçirilen bölgede oluşan karşı propagandayı yok etmeye çalışmaktadır. İşgal altında bulunan insanların kin ve nefret duygularına kapılarak isyan etmemeleri sağlanır. Bu açıdan eğitim ve ibadethane gibi toplumun geniş kitlesine hitap edilen yerlerde propaganda faaliyeti yürütülür (Keskin Yılmaz, 2007:31). 20.yüzyıl işgal propagandasının en yoğun olarak yaşandığı dönem olmuştur. Özellikle 2. Dünya Savaşı Dönemi'nde Nazi Almanyası işgal ettiği bölgelerde etkin bir şekilde işgal propagandasına yönelmiştir. 2. Dünya Savaşı'ndan hemen sonra başlayan Soğuk Savaş Dönemi'nde de işgal propagandasının ideolojik söylemlerin hakim olduğu bir atmosferde Kore ve Vietnam Savaşları'nda yoğun olarak yaşandığı görülmüştür.

İşgal propagandası 21. yüzyılda ABD'nin Afganistan (2001) ve Irak (2003) işgallerinden sonra tekrar önem kazanmaya başladı (Jowett ve O'donnell, 2014:275). Özellikle kitle iletişim araçlarında yaşanan gelişmeler, işgal propagandasının ülke çapında her yöne ulaşmasını sağlamış ve işgal güçlerinin işgali meşru kılmalarında önemli bir araç olarak hizmet etmiştir.

3. Vichy Fransı'nda Nazi İşgal Propagandası

Naziler işgal propagandalarını gerçekleştirebilmek için öncelikle Vichy Fransı'nda kendi istedikleri kuralların geçerli olduğu bir yönetim kurdular. Ardından Fransa'da halkın milli duygularını harekete geçiren tüm simgeler yasaklandı. Özellikle Birinci Dünya Savaşı'nda Fransa'nın başarılarını ifade eden hiç bir ifadenin ön plana çıkmasına izin vermediler (Öymen, 2014:232). Vichy Fransı'nda Nazi işgal propagandası 1940-1944

Araştırma Makalesi

Makalenin Geliş Tarihi: 20 Nisan 2018 Makalenin Kabul Tarihi: 21 Mayıs 2018

yılları arasında dört yıl boyunca aralıksız sürmüştür (Lantenois, 1990:115). Bu dönemde Naziler, Fransızları itaat altına almak, Vichy Fransası tarafından alınan kararların uygulamasını sağlamak, Fransızların Almanya'da çalışmasını teşvik etmek, Fransızların Waffen-SS'e katılarak Mihver Kuvvetleri'ne cephede destek olmalarını sağlamak, Fransa'da patlak veren partizan ayaklanmalarını önlemek gibi önemli konularda işgal propagandasından yararlanmışlardır.

Naziler Vichy Fransası'ndaki Yahudileri de işgal propagandasında etkin bir şekilde kullandı. Vichy Fransası'nda Yahudiler, Almanya'nın olduğu kadar Fransası'nın da baş düşmanı olduğu propaganda sürekli olarak yapıldı. Özellikle Nazi Propaganda Bakanı Goebbels'in denetiminde Fransa'da gösterime giren propaganda filmlerinde Yahudiler dünyanın başındaki en büyük tehlike olarak lanse edildi. Bu süreçte Vichy Fransası, Yahudilere karşı sert uygulamalara yöneldi (Marrus ve Paxton, 1995:330). Yahudilerin Vichy Fransası'nda Alman aleyhtarı her hangi bir eyleme girişmesine izin verilmedi.

Nazilere karşı Fransa'da karşı propaganda faaliyeti yürütenler, Gestapo (Alman Gizli Polisi) tarafından tutuklanmaktaydı (Yücel, 2017:41). Vichy Fransası'nda Alman askerleri ve Gestapo istedikleri evi arayabiliyor, istedikleri kişileri de tutuklayabiliyordu. Bu süreçte Nazi işgal propagandasına karşı herhangi bir direnişin olması mümkün değildi.

Nazi işgal propagandası Vichy Fransası'nda başarılı olabilmek için Fransız Mareşal Pétain'e sıklıkla propaganda faaliyetlerinde yer veriyordu. Birinci Dünya Savaşı'ndaki kahramanlıklarının yanında, Pétain dini göstergeler ile Fransız halkının gözünde efsaneleştirilmekteydi (Akarcalı, 2003:190). Bunun temel amacı Fransız halkının güvenini kazanmak, Nazi Yönetimi'ne karşı isyan edilmesini önlemektir. Nazilerin işgal propagandasının ilk adımı bu yüzden Fransız halkının gözünde "güven" inşasına dayanmaktaydı.

Nazilerin işgal propagandasına karşı en etkili karşı propaganda faaliyetleri İngiliz BBC radyosu tarafından yapılmaktaydı. BBC, Vichy Hükümeti'nin aldığı tüm Nazi yanlısı kararları eleştiriyor ve Fransız halkının

Araştırma Makalesi

Makalenin Geliş Tarihi: 20 Nisan 2018 Makalenin Kabul Tarihi: 21 Mayıs 2018

Vichy Yönetimi'ne itaat etmemesini istiyordu (Öymen, 2014:233). Bu süreçte, Naziler işgal propagandasının başarıya ulaşabilmesi için Vichy Fransası'nın izni olmadan yapılan tüm propaganda faaliyetlerini yasa dışı ilan etmişti.

Vichy Fransası'nda yapılan işgal propagandasında "düşmanlık" inşası ön plandaydı. (Blanchard & Boëtsch, 1994:539). Özellikle partizanların eylemlerini arttırdıkları 1943 yılından itibaren Vichy Fransası'nda nefret söylemleri de bir o kadar sertleşmekteydi. İşgal propagandası gücünü daha da arttırabilmek için 1944'ün başında Fransız basınındaki Alman sansürünün etkisini de arttırdı (Peschanski, 1990:75). Nitekim işgali eleştirdiği düşünülen, partizanların propagandasının yapıldığına inanılan her türlü yayın anında Vichy yönetimince sansüre uğramaktaydı.

Vichy Fransası'da Nazilerin işgal propagandasında, dönemin kitle iletişim araçları etkin bir şekilde kullanılmaktaydı. Özellikle radyo Nazilerin işgal propagandasında büyük bir rol oynamıştı (Galster, 1996:112). Diğer yandan sinema da en az radyo kadar ön plana geçmiş, Nazizm ideolojisinin yansıtıldığı Alman filmleri Fransa'da propaganda amaçlı olarak sürekli yayınlanmaya başlanmıştı (Dalisson, 2002:21). Nazilerin işgal propagandası amacıyla yayınlanan neşriyatlarda da, Nazilerin kurduğu 3. Reich'in (Nazi Almanyası) asla savaşı kaybetmeyeceği, bu yüzden Nazilere karşı yapılacak tüm eylemlerin yalnızca Fransız halkına zarar vereceği yönünde propaganda faaliyetleri yürütülmüştü (D'hoop, 1981:6). Temel amaç Fransız halkının direnişçilere katılmasını önlemektir.

General Charles de Gaulle önderliğinde başlayan Özgür Fransa Hareketi, Müttefiklerin desteğiyle ülke dışından Fransız halkına yönelik yoğun bir propaganda faaliyeti gerçekleştirmekteydi (Oosterlinck, 2003:327). Diğer yandan Nazilerin, Vichy Fransası'nda artan baskıcı yönetimine karşı ülkede yer altı hareketleri baş göstermişti (Pollard, 2012:71). Bu yüzden partizanlar da Vichy işgal propagandasına karşı Fransız halkını direnişe çağıran propaganda faaliyetlerine yönelmişti (Schwartz, 1989:144). Partizanların propagandası halkı iç savaşa çağırıyor, işgalci olarak tanımladıkları Nazilere karşı Fransızların direnişe geçmesini telkin

Araştırma Makalesi

Makalenin Geliş Tarihi: 20 Nisan 2018 Makalenin Kabul Tarihi: 21 Mayıs 2018

ediyorladı (Fogg, 2009:47). Bu çalışmada Vichy Fransası'nda yayınlanan propaganda posterleri üzerinden, Nazi işgal propagandası hakkında bilgi vermeye çalışmıştır.

4. Yöntem

Çalışmanın bu bölümünde 2. Dünya Savaşı Dönemi'nde Nazi Almanyası güdümündeki Vichy Fransası'nda kullanılan posterler işgal propagandası bağlamında incelenmiştir.

4. 1. Çalışmanın Yöntemi

Çalışma kapsamında nitel araştırma yöntemlerinden göstergebilimsel analiz metodu kullanılmıştır. Vichy Fransası'na ait propaganda posterleri Barthes'ın yananlam ve düzanlam boyutunda işgal propagandası çerçevesinde ele alınmıştır. Çalışmada ayrıca posterler buldukları bağlam koşullarında değerlendirilerek, posterlerde kullanılan metafor ve metonimler açıklanmakta ve görseller üzerinden inşa edilmek istenen mitler ortaya çıkarılmaktadır.

Göstergebilim, göstergelerin anlamlarını inceleyen bir bilim dalıdır (Sığırcı, 2016:47). Göstergelerden oluşan dizgeleri açımlayarak, verilmek istenen mesajları ortaya koymaya çalışır (Guiraud, 2016:49). Temel amacı bir metin ya da görüntünün (göstergenin) herkes tarafından evrensel olan anlamının dışında, dizge içerisinde mesaj olarak kodlanan anlamını bulmaktır (Geray, 2014:164). İletişim açısından insan çevresindeki hemen hemen her şeyin bir gösterge niteliği taşıdığı düşünöldüğünde göstergebilimin çok geniş bir alanı kapsadığı söylenebilir (Tekinalp ve Uzun, 2013:139).

Göstergebilimsel incelemelerin Eskiçağ'dan beri var olduğu söylenebilir (Rifat, 2013:99). Buna karşın 20.yüzyılın ilk yarısında bilim dalı olarak kabul görmeye başlamıştır. Bilim dalı olarak ön plana çıkmasında da dil bilimciler Ferdinand de Saussure ve Charles Sanders Peirce önemli rol oynamıştır (Fiske, 2017:127). Fransız Dil Bilimci Roland Barthes ise göstergebilimin daha anlaşılır bir hal almasını ve bir çok alana yayılmasını sağlamıştır (Kalkan Kocabay, 2008:33). Barthes göstergelerin düzanlam ve

Araştırma Makalesi

Makalenin Geliş Tarihi: 20 Nisan 2018 Makalenin Kabul Tarihi: 21 Mayıs 2018

yananlam olmak üzere iki şekilde incelenebileceğini söylemektedir. Düzanlam evrensel, yananlam ise kültüre özgü anlamları içermektedir. Düzanlam kolaylıkla anlaşılabilirken, göstergelerin ortaya koyduğu ikinci anlam(yananlam) her zaman anlaşılabilir değildir (Barthes, 2014:25). Bu açıdan göstergeler iki anlamlı olarak ortaya çıkmaktadır (Barthes, 2016b:149). Barthes'a göre göstergebilimin temel amacı dil dışındaki anlamlama dizgelerinin kullanımlarını tespit etmek ve onları ortaya koymaktır (2016a:87). Göstergebilim dilin ve göstergelerin nasıl kodlandığını ortaya koyar (Barthes, 2015a:57). Mesajlar, göstergeler yoluyla kodlanır, göstergebilimde önemli olan bu kodların doğru bir şekilde açıklanabilmesidir (Barthes, 2017:105). Örneğin, sıradan bir fotoğraf üzerinde yer alan göstergelerin göstergebilimsel analiz ile yorumlanması sonucunda kültürel kodlar içerisinde pek çok farklı anlam çıkabilmektedir (Barthes, 2015b:200).

4. 2. Çalışmanın Amacı

Çalışmanın temel amacı, işgal propagandası kavramı hakkında bilgi vererek alandaki mevcut eksikliği ortadan kaldırmaktır. Diğer yandan Vichy Fransası'nın propaganda posterleri özelinde değerlendirmede bulunarak, işgal propagandası kavramının örnekler üzerinden açıklanması amaçlanmaktadır.

4. 3. Çalışmanın Evreni ve Örneklemi

2. Dünya Savaşı'nda kurulan ve kısa ömürlü bir devlet olan Vichy Fransası'nda kullanılan tüm propaganda posterleri çalışmanın evrenini oluşturmaktadır. Buna karşın gerek zaman sıkıntısı, gerekse tüm propaganda posterlerine ulaşmadaki imkansızlıklardan dolayı çalışmada örneklem kullanılmıştır. Çalışma kapsamında farklı kaynaklardan Vichy Fransası'nda kullanılan propaganda posterleri ayrıntılı olarak incelenmiştir. Elde edilen bulgular çerçevesinde çalışmada amaçlı örneklem metodu kullanılarak 8 propaganda afişi (Pétain, Alman Ordusu, Fransız İşçi, SS, Müttefikler, Komplocular, Komünizm, Yahudi) çalışmanın örneklemi olarak belirlenmiştir.

Araştırma Makalesi

Makalenin Geliş Tarihi: 20 Nisan 2018 Makalenin Kabul Tarihi: 21 Mayıs 2018

4.4. Çalışmanın Sınırlılıkları

Göstergebilimsel analizin yalnızca Vichy Fransası'na ait 8 propaganda posterini üzerinden ele alınması çalışmanın temel sınırlılığını meydana getirmektedir. Bunun yanında posterlerdeki görsellerin yalnızca Barthes'ın bakış açısından göstergebilime tabi tutulması da çalışmanın diğer önemli sınırlılığını teşkil etmektedir.

4.5. Çalışmanın Önemi

Çalışma;

- Alanda ilk olması ve gelecek çalışmalar için kaynak teşkil etmesi,
- Propaganda alanında yapılan çalışmalara katkı sağlaması,
- İşgal propagandası kavramını kapsamlı bir şekilde ortaya koyması,
- Vichy Fransası ve propaganda faaliyetleri hakkında bilgi vermesi bakımından önem taşımaktadır.

4.6. Çalışmanın Soruları

Çalışma kapsamında aşağıda belirtilen sorular meydana getirilmiştir;

- Vichy Fransası'nda kullanılan işgal propaganda afişlerindeki temel vurgu alanları nelerdir?
- Vichy Fransası'nda kullanılan işgal propaganda afişlerinde hangi metafor ve metonimlerden yararlanılmıştır?
- Vichy Fransası'nda kullanılan işgal propaganda afişlerinde hangi mit/ler inşa edilmeye çalışılmıştır?
- Vichy Fransası'nda kullanılan işgal propaganda afişlerinde hangi unsurlar dost ve düşman olarak sunulmaktadır?

4.7. Vichy Fransası'ndaki Posterlerinin İşgal Propagandası Bağlamında Göstergebilimsel Analizi

Araştırma Makalesi

Makalenin Geliş Tarihi: 20 Nisan 2018 Makalenin Kabul Tarihi: 21 Mayıs 2018

Çalışmanın bu bölümünde Vichy Fransası tarafından kullanılan 8 propaganda afişi (Pétain, Alman Ordusu, Fransız İşçi, SS, Müttefikler, Komplocular, Komünizm, Yahudi) Barthes'ın yananlam ve düzenlam boyutunda ele alınmıştır. Ayrıca, propaganda posterleri buldukları bağlam üzerinden değerlendirilmiştir.

4.7.1. "Pétain" Konulu Propaganda Afişi

Barthes'ın düzenlam boyutunda "Pétain" konulu propaganda afişinde Fransız General ve Vichy Fransası Devlet Başkanı Philippe Pétain'in resmine yer verilmiştir. Posterde Fransızca "Français! Vous n'êtes ni vendus, ni trahis, ni abandonnés. Venez à moi avec confiance/Fransızlar, satılmadınız, ihanete uğramadınız, terk edilmediniz. Güvenle bana gelin" şeklinde bir yazı bulunmaktadır. "Fransızlar!" ve "Bana güvenle gelin" yazıları kırmızı punto ve büyük yazılmıştır. Pétain takım elbise içerisinde, masanın başında oturmakta ve önünde kağıtların olduğu görülmektedir. Sol eli yumruk yaparken, sağ eli görsele bakanları işaret etmektedir.

Resim 1. "Pétain" Konulu Propaganda Afişi



(Kaynak: <http://www.ajpn.org>, 20.04.2018)

Propaganda posterinin Barthes'ın yananlam boyutunda doğru bir şekilde değerlendirilebilmesi için Pétain'in Fransa'ndaki önemini iyi okunması gerekmektedir. Pétain, Birinci Dünya Savaşı'ndaki başarılarından dolayı Fransızların büyük saygısını kazanan bir generaldir. Bu açıdan Naziler, Vichy Fransası'nda devlet başkanı olan Pétain'in yapacağı tüm açıklamaların Fransa halkı tarafından destekleneceğini düşünmektedir.

Araştırma Makalesi

Makalenin Geliş Tarihi: 20 Nisan 2018 Makalenin Kabul Tarihi: 21 Mayıs 2018

Görselde Pétain Fransızlara kendisine güvenmelerini istemektedir. Pétain, “satılmadınız, ihanete uğramadınız, terk edilmediniz” derken İngiliz ve Fransız Orduları’nın Dunkerque Tahliyesi’ne vurgu yapmaktadır. Pétain, asıl Fransız Ordusu’nun Fransa’da kaldığını söylemektedir. Bundan dolayı Fransız halkından yaptığı uygulamalarda destek istemektedir. Posterdeki sunum kodlarında yer alan göstergeler içerisinde Pétain, Vichy Fransası’nın bir metonimi olarak “güven” metaforu üzerinden sunulmaktadır. Posterde Fransızların Nazilere teslim olmasının doğru bir hareket olduğu mitinin inşa edilmeye çalışıldığı görülmektedir.

4.7.2. "Alman Ordusu" Konulu Propaganda Afişi

"Alman Ordusu" konulu propaganda görselinde Barthes'ın düzenlam boyutunda Wehrmacht'a (Alman Ordusu) mensup bir asker ve üç küçük çocuk görülmektedir. Sunum kodları içerisinde çocuklardan biri askerin kucağında, diğer iki çocuk ise askerin hemen yanına yerleştirilmiştir. Askerin kucaklarında bulunan çocuğun yüzünde sevimli bir gülümseme bulunmakta ve bir eliyle bir şeyler yemektedir. Görselde Fransızca "Populations abandonnées faites confiance au soldat allemand/Terk edilmiş halk Alman askerine güveniyor" yazısı yer almaktadır. "Halk" ve "Güven" yazıları görselde kırmızı puntolar içerisinde vurgulu bir şekilde yazılmıştır.

Resim 2. "Alman Ordusu" Konulu Propaganda Afişi



(Kaynak: www.histoire-image.org, 20.04.2018)

Araştırma Makalesi

Makalenin Geliş Tarihi: 20 Nisan 2018 Makalenin Kabul Tarihi: 21 Mayıs 2018

Barthes'ın yananlam boyutunda, görsel işgal propagandasını başarılı bir şekilde yansıtmaktadır. Barthes'ın "göstergeler bir bütünü oluşturur" düşüncesinden hareketle, Alman askerin çocuğu kucağına alması, çocuğun gülümsemesi çocuğa yiyecek ikram etmesi, diğer iki çocuğun da Alman askerin yanında olması, Alman ordusunun işgal edilen ülkedeki insanların sevgisini ve güvenini kazanmaya yönelik bir işgal propagandası gerçekleştirdiği göstermektedir. "Terk edilmiş halk, Alman askerine güvenin!" sözü görsel ile uyum içerisindedir ve verilen yananlamı kuvvetlendirmektedir. Wehrmacht'ı temsil eden bir metonim olarak yer alan Alman askeri görselde "güven" ve sevgi" metaforu olarak kullanılmıştır. Sonuç olarak görselde Alman askerinin işgalci olmadığı, Fransızların dostu olduğu mitinin inşa edilmeye çalışıldığı görülmektedir.

4.7.3. "Fransız İşçi" Konulu Propaganda Afişi

"Fransız İşçi" konulu propaganda afişinde Barthes'ın düzenlam boyutunda çalışan bir işçi görseline yer verilmiştir. Görselde Fransızca "je travaille en Allemagne fais comme moi pour la relève / pour ma famille / pour la France/Almanya'da çalışıyorum, benim gibi yap, kalanlar için, ailem için, Fransa için" yazısı yer almaktadır. Posterdeki sunum kodlarında "Almanya'da çalışıyorum, benim gibi yap" yazılarının vurgulu bir şekilde öne çıkarıldığı görülmektedir.

Resim 3. "Fransız İşçi" Konulu Propaganda Afişi



(Kaynak:<http://histomil.com>, 20.04.2018)

Araştırma Makalesi

Makalenin Geliş Tarihi: 20 Nisan 2018 Makalenin Kabul Tarihi: 21 Mayıs 2018

Savaşın ilerleyen döneminde Almanlar savaş ekonomisini ayakta tutabilmek için büyük bir işçi gücüne ihtiyaç duymuştur. Nazilerin gerek Todt Teşkilatı (NSDAP'ye bağlı Nazi Almanyası'nın tüm inşaat işlerinden sorumlu birimi) gerekse Albert Speer önderliğindeki Silahlanma Bakanlığı işgal edilen ülkelerden gelen yüz binlerce kişiyi sanayi ve inşaat kollarında çalıştırmıştır. Naziler, posterde yer alan "Almanya'da çalışıyorum, benim gibi yap!" yazısı ile işgal edilen ülkedeki insanların istihdam edilmesine yönelik işgal propagandası gerçekleştirmektedir. Görselde Fransızların aileleri ve ülkeleri için Almanya'da çalışması gerektiği miti inşa edilmeye çalışılmaktadır. Sunum kodlarında yer alan işçi "güven" metaforu olarak görselde konumlandırılmıştır.

4.7.4. "SS" Konulu Propaganda Afişi

"SS" konulu propaganda afişinde Barthes'ın düzenlem boyutunda iki Waffen SS (Alman Ordusu'na bağlı silahlı bir grup) askerinin olduğu görülmektedir. Askerlerin ellerindeki silahlar ve görseldeki sunum kodları, askerlerin bir çatışmaya gittikleri izlenimini vermektedir. Görselin hemen altında ise "Coude a Coude/ Contre L'ennemi Commun!/ Division Francaise De La Waffen SS/Ortak düşmana karşı omuz omuza! Waffen SS Fransız Tümeni" yazısı bulunmaktadır.

Resim 4. "SS" Konulu Propaganda Afişi



(Kaynak: <http://parismuseescollections.paris.fr>, 20.04.2018)

Araştırma Makalesi

Makalenin Geliş Tarihi: 20 Nisan 2018 Makalenin Kabul Tarihi: 21 Mayıs 2018

1942 yılına gelindiğinde Naziler, dünyanın en güçlü ülkeleri ABD, Sovyetler Birliği ve İngiltere ile savaş halindeydi. Bunun yanında Avrupa'nın büyük bir kısmı Nazilerin kontrolündeydi. Wehrmacht'ın emri altında bulunan askeri sayısı savaşta talebi karşılayamayacak boyuta gelmişti. Bu süreçte SS (Schutzstaffel, Koruma Timi) lideri Heinrich Himmler'in talebi üzerine işgal edilen ülkelerde Nazi sempatanlarından SS'e bağlı tümenler oluşturulması fikri ortaya atıldı. Bu fikir üzerine Naziler işgal edilen tüm ülkelerde yoğun bir propaganda faaliyeti yürüterek insanların SS'e katılmasını sağlamıştır. Görselde Fransızların ortak düşmana karşı birlikte omuz omuza savaştığı vurgusu yapılmaktadır. Yapılan vurgu Barthes'in yananlam boyutunda ele alındığında, Fransız halkının Waffen-SS tümenlerine katılması ve ortak düşmana karşı savaşması istenmektedir. Görselde uniformalar Waffen-SS'i temsil eden metonim olarak kullanılmıştır. Sunumdaki göstergeler ile Waffen-SS'in Fransa'yı koruduğu miti inşa edilmeye çalışılmaktadır. Askerler, incelenen ilk üç posterde olduğu gibi "güven" metaforu olarak konumlandırılmıştır.

4.7.5. "Müttefikler" Konulu Propaganda Afişi

"Müttefikler" konulu propaganda afişi Barthes'in düzenlam boyutunda değerlendirildiğinde, denizin içinde yaralı birinin Fransız bayrağını tuttuğu görülmektedir. Fransız bayrağının zarar gördüğü anlaşılmaktadır. Görselin hemen arkasında gemi silüetleri belirlemektedir. Posterin hemen altında Fransızca "N'oubliez pas Oran" yazısı bulunmaktadır.

Resim 5. "Müttefikler" Konulu Propaganda Afişi



(Kaynak: <http://histomil.com>, 20.04.2018)

Araştırma Makalesi

Makalenin Geliş Tarihi: 20 Nisan 2018 Makalenin Kabul Tarihi: 21 Mayıs 2018

Fransa, Almanya ve İtalya ile imzalandığı antlaşma gereği donanmasını Alman ve İtalyan denetimine bırakmaktaydı. Buna karşın hiç bir savaşta kullanılmayacağı garanti edilmekteydi. İngiltere bu riski göze alamadı ve Fransız Donanması'na Oran'da büyük bir saldırı başlattı. Saldırı sonucunda yüzlerce Fransız askeri yaşamını yitirdi. Bu ortamda Fransa'da İngiltere'ye karşı olumsuz bir kamuoyu meydana geldi. Naziler bu olumsuz kamuoyundan yararlanarak işgal altında bulunan Fransa'da "Oran Faciası"nı vurgulayan, İngilizlerin düşman, Almanların ise dost olduğunu gösteren işgal propagandasına başladı.

Görsel, "Oran'ı unutma" yazısıyla doğrudan Oran Saldırısı'na vurgu yapmaktadır. Posterde elinde bayrak tutan adam Fransız Donanması'nı, elindeki bayrak da Fransa'yı temsil eden metonim olarak kullanılmıştır. Yananlam boyutunda, İngilizlerin çıkarları için müttefiki Fransızlara bile saldırmaktan geri durmayacağı anlatılmaktadır. Fransız halkı gözünde İngilizlerin tehlikeli bir düşman olduğu miti Nazilerin işgal propagandası çerçevesinde inşa edilmeye çalışılmaktadır. İngilizler görselde "düşman" ve "tehlike" metaforları üzerinden sunulmaktadır.

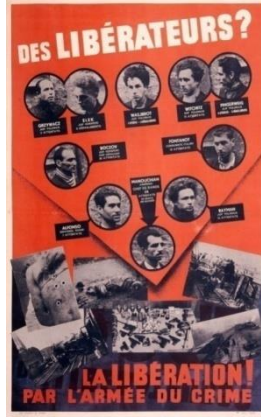
4.7.6. "Komplocular" Konulu Propaganda Afişi

"Komplocular" konulu propaganda afişi Barthes'ın düzenlam boyutunda ele alındığında, Fransa'da Almanlara karşı savaşan 10 partizanın resmi yer almaktadır. Her partizanın yanında milletleri, katıldıkları eylem sayısı ve öldürdükleri kişi sayısı (Örneğin, Grzywacz-Polonyalı Yahudi- 2 Eylem) bulunmaktadır. Komplocuların resimlerinin altında eylemleri sırasında öldükleri kişiler, zarar verdikleri trenler ve ele geçirilen silahlar yer almaktadır. Posterin üstünde "Les Libérateurs?/Özgürlükçüler mi?" altında da "La libération! par l'armée du crime/Suç ordusu tarafından özgürlük!" yazısı bulunmaktadır.

Araştırma Makalesi

Makalenin Geliş Tarihi: 20 Nisan 2018 Makalenin Kabul Tarihi: 21 Mayıs 2018

Resim 6. "Komplocular" Konulu Propaganda Afışı



(Kaynak: <http://histomil.com>, 20.04.2018)

1943 yılında savaş Nazilerin aleyhine dönmeye başladığında, Avrupa'da Nazi işgalinde bulunan pek çok yerde "partizan" olarak adlandırılan direniş örgütleri kuruldu. Bu örgütlerin en yoğun faaliyet yürüttükleri ülkelerden biri de Fransa'ydı. Partizanlar, gerçekleştirdikleri silahlı eylemler ile Nazilere ciddi oranda zarar vermeye başlayınca, Naziler partizanların Fransız halkı tarafından destek almamaları için işgal propagandasını devreye soktu.

Görselde, kendilerini özgürlükçü olarak isimlendiren gruba, "Özgürlükçüler mi?" şeklinde soru yönelmiş, "Suç ordusu tarafından Özgürlük!" ifadesiyle sorulan soruya yanıt verilmiştir. Yananlam boyutunda, partizanların suç çetesi olduğu, Fransa için büyük bir tehlike meydana getirdiği vurgusu yapılmıştır. Posterde yer alan kişilerin bazılarının Yahudi ve komünist oldukları vurgulanarak, Yahudiliğin ve Komünizm'in suçun merkezi olduğu miti kitleler üzerinde inşa edilmeye çalışılmıştır. Görselde yer alan partizanlar "ölüm", "tehlike" ve "suç" metaforları üzerinden sunulmakta ve partizanlara yönelik Fransız kamuoyunda olumsuz bir algının yer etmesi için çalışılmaktadır. Sonuç olarak, görselde Almanların Fransa'yı

Araştırma Makalesi

Makalenin Geliş Tarihi: 20 Nisan 2018 Makalenin Kabul Tarihi: 21 Mayıs 2018

koruduğu, huzur ve barışın Almanlar ile tesis edilebileceği yananlamının çıkarıldığı görölmektedir.

4.7.7. "Komünizm" Konulu Propaganda Afişi

"Komünizm" konulu propaganda afişinde Barthes'ın düzenlam boyutunda, üstü çıplak bir adamın, sunum kodları içerisinde Sovyet askeri olarak gösterilen bir adam ile mücadele ettiği görölmüştür. Sovyet askeri koyu kırmızı tonlarda, üstü çıplak adam da açık tonlarda resmedilmiştir. Sovyet askeri elindeki zincir ile adamı yakalamaya, adam ise askerin yakasından tutarak onu engellemeye çalışmaktadır. Görselin hemen altında ise "Le Socialisme contre le Bolchevisme pour une Europe libre/Özgür bir Avrupa için Bolşevizm'e karşı Sosyalizm" yazısı yer almaktadır.

Resim 7. "Komünizm" Konulu Propaganda Afişi



(Kaynak:<http://parismuseescollections.paris.fr>, 20.04.2018)

1943 yılının başında Almanya Sovyet şehri Stalingrad'da büyük bir yenilgiye uğradı. Yenilgi ile birlikte Nazilerin yenilmez imajı zarar görürken, Sovyetlerin savaşta etkisi artmaya başladı. Bu süreçte Naziler, işgal altında bulunan ülkelerde Komünist propagandaların etki gösterebileceğini düşünerek, Komünizm aleyhine işgal propagandası yürütmeye başladı.

Araştırma Makalesi

Makalenin Geliş Tarihi: 20 Nisan 2018 Makalenin Kabul Tarihi: 21 Mayıs 2018

Görselde yer alan yarı çıplak adam Fransız halkını, kırmızı renkte Sovyet askeri üniforması giyen adam da Sovyetleri temsil eden metonim olarak kullanılmaktadır. Göstergeler bir bütün olarak ele alındığında Fransız köylü, Sovyet askerinin kendisini zincire vurmasına karşı direnmektedir. Sovyet askeri görseldeki sunum kodları içerisinde koyu kırmızı tonlarda gösterilerek "koru" ve "tehlike" metaforları içerisinde yansıtılmıştır. Yananlam boyutunda askerin elindeki zincir Komünizm ideolojisini temsil etmektedir. Fransa'nın Komünizm'in tahakkümü altına girmemesi ve Komünizm'e karşı direnmesi gerektiği görselde anlatılmaktadır. "Bolşevizme karşı Sosyalizm" ifadesiyle yananlam boyutunda Nasyonal Sosyalizm'e vurgu yapılmaktadır. Nazizm ideolojisinin dayandığı en önemli temellerden biri sosyalizmdir. Bu açıdan görselde yananlam boyutunda Komünizm'in tehlikeli, Sosyalizm'in ise Fransa için en uygun ideoloji olduğunun vurgusu yapılmaktadır. Görselde Komünizmin Fransa'yı ele geçirmeye çalıştığı miti inşa edilmeye çalışılmakta ve Fransızların "özgür bir Avrupa" için Komünizme karşı mücadele etmesi gerektiği açıklanmaktadır.

4.7.8. "Yahudi" Konulu Propaganda Afişi

"Yahudi" konulu propaganda afişi Barthes'in düzenlam boyutunda değerlendirildiğinde Avrupa haritası üzerinde İngiltere Başbakanı Winston Churchill'in, Sovyet lider Joseph Stalin ile el sıkıştığını göstermektedir. Fransızca "Le complot Juif contre L'Europe/Avrupa'ya karşı Yahudi komplosu" yazısı propaganda posterinin hemen altında bulunmaktadır. Görselin üstündeki sunum kodlarında sakallı bir adamın başına yer verilmiştir. Avrupa haritasında İngiltere ve Sovyetler Birliği'nin toprakları kırmızı, kalan yerlerde gri tonda gösterilmiştir.

Araştırma Makalesi

Makalenin Geliş Tarihi: 20 Nisan 2018 Makalenin Kabul Tarihi: 21 Mayıs 2018

Resim 8. "Yahudi" Konulu Propaganda Afişi



(Kaynak:<http://examenjuin.skyrock.com>, 20.04.2018)

Posterde yer alan göstergelerin bir bütün olarak değerlendirilmesi gerekmektedir. Örneğin görselin üstünde yer alan sakallı insan göstergesinin tek başına Yahudi birini temsil ettiği söylenemez. Buna karşın üstünde yazan "Yahudi Komplosu" ile görselde temsil edilen kişinin Yahudi olduğu anlaşılmaktadır. Stalin Sovyetler Birliğini, Churchill İngiltere'yi, Yahudi ise Siyonizm'i temsil eden metonim olarak kullanılmıştır. Stalin ve Churchill'in el sıkışması ve üzerinde yer alan Yahudi resmi ile; İngiltere ve Rusya'nın Avrupa'ya karşı ittifak içine girdiği yananlamı oluşturulmaktadır. Girişilen bu ittifakın planlayıcısı da Yahudilerdir. Avrupa haritasındaki metalik gri renk Nazi Almanyası'nın işgalindeki toprakları temsil etmektedir. Metalik rengin kullanılmasındaki temel amaç Nazi işgal bölgelerinin Naziler tarafından güçlü bir şekilde savunulduğu mitinin ortaya konulmasıdır. Naziler, İngiliz ve Sovyetlerin Yahudilerin komplosu ile Avrupa'ya saldırdığı mitini işgal propagandası çerçevesinde inşa etmektedir. Churchill, Stalin ve Yahudilik "tehlike" ve "düşman" metaforları içerisinde sunularak, Fransız halkının ortak düşmanlara karşı birlik olması gerektiği vurgulanmaktadır. Ayrıca görsel Nazizm ideolojisinin anti-semitizm algısının doğrudan yansımasıdır.

Araştırma Makalesi

Makalenin Geliş Tarihi: 20 Nisan 2018 Makalenin Kabul Tarihi: 21 Mayıs 2018

SONUÇ

Propaganda disiplini; beyaz, gri, kara, stratejik, karşı, silah propaganda gibi pek çok farklı propaganda türünü içermektedir. Bunlardan biri de işgal propagandasıdır. İşgal propagandası, işgal güçleri tarafından ele geçirilen bölgelerde halkın desteğini alarak, yeni kurulan düzene karşı itaati sağlamak amacıyla yapılan propaganda türüdür. İşgal propagandası kavramı 20.yüzyılda kitle iletişim araçlarında yaşanan gelişmeler ile birlikte önem kazanmıştır. Özellikle İkinci Dünya Savaşı'nda Naziler, ele geçirdikleri ülkelerde otoritelerini tesis edebilmek için işgal propagandasından etkin bir şekilde yararlanmışlardır. Bu çalışmada işgal propagandasının Nazi Almanyası güdümündeki Vichy Fransası'nda nasıl gerçekleştirildiği ele alınmıştır.

Nazilerin güdümünde Vichy Hükümeti'ne ve Wehrmacht'a (Alman Ordusu) yönelik Fransız halkının güveninin kazanılması ve Müttefik Devletler, Yahudilik, Komünizm ve partizanların Fransız halkı için büyük bir tehlike oluşturması işgal propagandası kapsamında Vichy Fransası'nın propaganda posterlerinde vurgulanan iki temel konuydu. Posterlerde, Naziler ilk olarak Fransız halkının güvenini kazanmak için yoğun bir çaba sarf etmektedir. Bu amaçla Fransızların milli kahramanı Philippe Pétain Nazi propagandasında sıklıkla yer almış ve Vichy Fransası'na yönelik Fransızların güvenini elde etmeye çalışmıştır. Diğer yandan Alman askerlerinin Fransız halkı ile samimi olduğu görsellere yer verilerek, Fransızların gözünde Wehrmacht'ın sempati kazanması amaçlanmaktadır.

Görsellerde; Naziler ve Vichy Fransası genel olarak "dost", "müttefik" ve "kurtarıcı" metaforları, Müttefik Devletler, Yahudilik ve partizanlar ise "tehlike", "düşman" ve "korku" metaforları üzerinden inşa edilmiştir. Nazizm ideolojisinin tehlike olarak gördüğü Yahudilik, Nazi Almanyası'ndaki propaganda posterlerinde olduğu gibi Vichy Fransası'ndaki afişlerdeki sunum kodları içerisinde de olumsuz göstergeler içerisinde sunulmuştur. Almanlar asker üniforması, Müttefik Devletler liderleri, Fransızlar da bayrak metonimleri kullanılarak görsellerde sunulmuştur. Yahudilik ve partizanlar ise doğrudan görselleri kullanılarak ve yazılı olarak açıklanarak temsil edilmişlerdir.

Araştırma Makalesi

Makalenin Geliş Tarihi: 20 Nisan 2018 Makalenin Kabul Tarihi: 21 Mayıs 2018

İşgal propagandası çalışma kapsamında; Nazilerin Fransa'da düzeni sağladığı, Fransız halkının Wehrmacht ile olumlu bir ilişki içerisinde olduğu, Vichy Fransası'nın Fransız halkını asla terk etmediği, Fransızların Almanya ile işbirliğine girmesi gibi Nazilerin ve Vichy Fransası'nın ülkede otoritesini kurmasını sağlayacak mitlerin inşa edilmeye çalışıldığı görülmektedir. Diğer yandan; partizanların Fransa'yı kaosa sürükledikleri, Yahudilerin 2. Dünya Savaşı'nın temel sebebi olduğu, Müttefik Devletleri'nin çıkarları doğrultusunda Fransa'ya bile saldıracağı, Komünizm'in Fransa'ya esaret getireceği gibi Müttefik Devletleri, Yahudiliği, Komünizm ve partizanları olumsuz gösteren ve Fransızların Nazilerin otoritesinin dışına çıkmamasını öğütleyen mitler inşa edilmeye çalışılmıştır.

Vichy Fransası'nda işgal propagandası bağlamında kullanılan propaganda posterleri; işgal güçlerinin ülkede otoritelerini inşa etmek; halkın destek ve güvenini elde etmek için kullanılmıştır. Vichy Yönetimi'nin tamamen Nazi Almanyası'nın güdümünde hareket ettiği görülmektedir. Nitekim propaganda posterleri Nazi Almanyası'nda Propaganda Bakanı Dr. Joseph Goebbels'in denetiminde basılan propaganda posterleri ile büyük benzerlikler göstermektedir. Nazilerin düşman olarak gördükleri tüm unsurlara Vichy propagandasında yer verilmiştir. Diğer yandan Goebbels'in propagandaya kattığı önemli ilkelerden "yalınlık" posterlerde etkin bir şekilde kullanılmıştır. Posterlerde slogan boyutunda kısa açıklamalar ve sınırlı sayıda göstergeye yer verilerek doğrudan kitlelerin mesajı odaklanması sağlanmıştır.

Çalışma kapsamında Nazi Almanyası güdümünde kurulan Vichy Fransası özelinde işgal propagandası kavramı açıklanmaya çalışılmıştır. Çalışma alanda özgün olması bakımından önem taşımaktadır. Buna karşın gelecek çalışmalarda Afganistan İşgali (2001) ve Irak İşgali (2003) gibi daha güncel konular üzerinden işgal propagandası kavramının ele alınmasının alana daha fazla katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Araştırma Makalesi

Makalenin Geliş Tarihi: 20 Nisan 2018 Makalenin Kabul Tarihi: 21 Mayıs 2018

KAYNAKÇA

Akarcalı, Sezer (2003). *İkinci Dünya Savaşında İletişim ve Propaganda*. Ankara: İmaj Yayınevi.

Aziz, Aysel (2007). *Siyasal İletişim*. 2. Baskı. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.

Barthes, Roland (2014). *Çağdaş Söylenler*. Çev., Tahsin Yücel. 4. Baskı. İstanbul: Metis Yayınları.

Barthes, Roland (2015a). *Bir Deneme Bir Ders: Eiffel Kulesi ve Açılış Dersi*. Çev., Mehmet Rifat, Sema Rifat. 2. Baskı. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

Barthes, Roland (2015b). *Yazı ve Yorum*. Çev., Tahsin Yücel. 4. Baskı. İstanbul: Metis Yayınları.

Barthes, Roland (2016a). *Göstergebilimsel Serüven*. Çev., Mehmet Rifat-Sema Rifat. 8.Baskı. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

Barthes, Roland (2016b). *S/Z*. Çev., Sündüz Öztürk Kasar. İstanbul: Sel Yayıncılık.

Barthes, Roland (2017). *Görüntünün Retoriği, Sanat ve Müzik*. Çev., Ayşenaz Koş. Ömer Albayrak. 2. Baskı. İstanbul, Yapı Kredi Yayınları.

Blanchard, Pascal & Boëtsch, Gilles (1994). Races et Propagande Coloniale sous le Régime de Vichy 1940-1944. *Africa*, 531-561.

Caplan, Jane (2017). *Hitler Almanyası 1933-1945*. İstanbul: İnkılap Yayınları.

Curran, Vivian Grosswald (1998). The Legalization of Racism in a Constitutional State: Democracy's Suicide in Vichy France. *Hastings LJ*, 50, 1.

Araştırma Makalesi

Makalenin Geliş Tarihi: 20 Nisan 2018 Makalenin Kabul Tarihi: 21 Mayıs 2018

Çakı, Caner, Zorlu, Yaşar, Karaca, Mustafa (2017). "Türk Sinemasında Nazizm İdeolojisi: 'Kırımlı' Filmi ve Göstergebilimsel Analizi". *Sosyoloji Konferansları - Istanbul Journal of Sociological Studies*. No: 56 (2017-2). / 65-93.

Dalissson, Rémi (2002). La Propagande Festive de Vichy: Mythes Fondateurs, Relecture Nationaliste et Contestation en France de 1940 à 1944. *Guerres Mondiales et Conflits Contemporains*, 5-35.

D'hoop, Jean-Marie (1981). Propagande et Attitudes Politiques dans les Camps de Prisonniers: Le Cas des Oflags. *Revue D'histoire de la Deuxième Guerre Mondiale*, 31(122), 3-26.

Dumanlı Kadızade, Esmâ (2016). Türkçe Eğitiminde Çocuk Yazınına Göstergebilimsel Yaklaşım: 'Keloğlan ile Kardeşi' Masalı. *Electronic Turkish Studies*, 11(14).

Eberle, Henrik ve Uhl, Matthias (2017). *Hitler Kitabı*. Çev., M. Tüzel. İstanbul: Alfa Yayınları.

Fiske, John (2017). *İletişim Çalışmalarına Giriş*. Çev., Süleyman İrvan. 5. Basım. Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.

Fogg, L. Shannon (2009). *The Politics of Everyday Life in Vichy France: Foreigners, Undesirables, and Strangers*. USA: Cambridge University Press.

Galster, Ingrid (1996). Simone de Beauvoir et Radio-Vichy. A Propos de Quelques Scénarios Retrouvés. *Romanische Forschungen*, 112-132.

Geray, Haluk (2014). *İletişim Alanından Örneklerle Toplumsal Araştırmalarda Nicel ve Nitel Yöntemlere Giriş*. Kocaeli: Umuttepe Yayınları.

Guiraud, Peirce (2016). *Göstergebilim*. Çev., Mehmet Yalçın. 3. Baskı. Ankara: İmge Kitabevi.

Araştırma Makalesi

Makalenin Geliş Tarihi: 20 Nisan 2018 Makalenin Kabul Tarihi: 21 Mayıs 2018

Hart, Basil Liddell (2015). *İkinci Dünya Savaşı Tarihi*. Çev. Kerim Bağrıaçık. İstanbul: İş Bankası Yayınları.

<http://www.ajpn.org/personne-Philippe-Petain-1466.html>. Erişim Tarihi:20.04.2019

<https://www.histoire-image.org/fr/etudes/propagande-allemande>. Erişim Tarihi:20.04.2019

<http://histomil.com/viewtopic.php?t=5994>. Erişim Tarihi:20.04.2019

<http://parismuseescollections.paris.fr/en/node/161480#infos-principales>. Erişim Tarihi: 20. 04. 2019

<http://histomil.com/viewtopic.php?t=5994>. Erişim Tarihi:20.04.2019

<http://histomil.com/viewtopic.php?t=5994>. Erişim Tarihi:20.04.2019

<http://parismuseescollections.paris.fr/fr/musee-jean-moulin/oeuvres/le-socialisme-contre-le-bolchevisme>. Erişim Tarihi:20.04.2019

<http://examenjuin.skyrock.com/462656667-le-complot-juif-contre-l-Europe-Pallidis-Catharina-6G.html>. Erişim Tarihi:20.04.2019

Jowett, S. Garth & O'donnell, Victoria (2014). *Propaganda & Persuasion*. USA:Sage.

Kalkan Kocabay, Hasibe (2008). *Tiyatroda Göstergebilim*. 1. Basım. İstanbul: E Yayınları.

Keskin Yılmaz, Yasemin (2007). Propaganda Aracı Olarak Sinema: 1990 Sonrası Amerikan Filmlerinde Propagandanın Kullanımı Üzerine Bir Çalışma, *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Konya.

Kissenger, Henry (2010). *Diplomasi*. Çev. İbrahim H. Kurt. 9.Baskı. İstanbul: Türkiye İş Bankası Yayınları.

Araştırma Makalesi

Makalenin Geliş Tarihi: 20 Nisan 2018 Makalenin Kabul Tarihi: 21 Mayıs 2018

Kuruoğlu, Huriye (2006). *Propaganda ve Özgürlük Aracı Olarak Radyo*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.

Lantenois, Annick (1990). La Propagande sous Vichy 1940-1944. Vingtieme Siecle. *Revue D'histoire*, 115-118.

Macksey, Kenneth John (2012). *İkinci Dünya Savaşı'nda Askeri Hatalar*. Çev., M. Tanju Akad. İstanbul: İş Bankası Kültür Yayınları.

Marrus, Michael Robert & Paxton, O. Robert (1995). *Vichy France and the Jews*. USA: Stanford University Press.

Mazower, Mark (2014). *Hitler İmparatorluğu, İşgal Avrupa'sından Nazi Yönetimi*. Çev. Yavuz Alogan. 2. Baskı. İstanbul: Alfa Yayınları.

Oosterlinck, Kim (2003). The Bond Market and The Legitimacy of Vichy France. *Explorations in Economic History*, 40(3), 326-344.

Öymen, Onur (2014). *Bir Propaganda Silahı Olarak Basın*. İstanbul: Remzi Kitabevi.

Peschanski, Denis (1990). Contrôles ou Encadrer?: Information et Propagande sous Vichy. Vingtieme Siecle. *Revue d'histoire*, 65-75.

Pollard, Miranda (2012). *Reign of Virtue: Mobilizing Gender in Vichy France*. USA:University of Chicago Press.

Rifat, Mehmet (2013). *Açıklamalı Göstergibilim Sözlüğü: Kavramlar, Yöntemler, Kuramcılar, Okullar*. İstanbul:Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.

Schwartz, Paula (1989). Partisanes and Gender Politics in Vichy France. *French Historical Studies*, 126-151.

Tanyeri Mazıcı, Emel ve Çakı, Caner (2018). Adolf Hitler'in Korku Çekiciliği Bağlamında Kamu Spotu Reklamlarında Kullanımı. *Erciyes İletişim Dergisi*. 5 (3). 290-306.

Araştırma Makalesi

Makalenin Geliş Tarihi: 20 Nisan 2018 Makalenin Kabul Tarihi: 21 Mayıs 2018

Tarhan, Nevzat (2010). *Psikolojik Savaş, Gri Propaganda*. 13.Baskı. İstanbul:Timaş Yayınları.

Tekinalp, Şermin ve Uzun, Ruhdan (2013). *İletişim Araştırmaları ve Kuramları*. 4. Baskı. İstanbul: Derin Yayınları.

Sığırcı, İlhami (2016). *Göstergebilim Uygulamaları, Metinleri, Görselleri ve Olayları Okuma*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Sweets, John (1986). *Choices in Vichy France: The French Under Nazi Occupation*. USA: Oxford University Press.

Yücel, Erdinç (2017). *Propaganda, Hitler'in Müftüsünden Nazi Türklere, Bir Diktatörü Otopsi*. İstanbul: Karakarga Yayınları.

Araştırma Makalesi

Makalenin Geliş Tarihi: 20 Nisan 2018 Makalenin Kabul Tarihi: 21 Mayıs 2018

Finansal Gelişmenin Bankacılık Ve Sermaye Piyasası Bağlamında Gelir Dağılımına Etkisi: ARDL Sınır Testi Yaklaşımı¹

Nurullah ALTINTAŞ*
Mustafa ÇALIŞIR**

ÖZ

Ekonomilerde finansal piyasa ve kurumların derinlik, erişim ve etkinliklerin artması beraberinde finansal gelişmenin gelir eşitsizliğine olan etkisini inceleme gereksinimini ortaya çıkarmıştır. Bu çalışmada Türkiye'nin 1993-2016 dönemi verileri ile bankacılık ve sermaye piyasası özelinde finansal gelişmenin gelir eşitsizliği üzerindeki etkisi ARDL Sınır Testi yaklaşımı ile incelenmiştir. Bu yöntemden elde edilen bulgulara göre Türkiye'de bankacılık sisteminin gelişiminin, sermaye piyasası gelişimine oranla daha az olmakla birlikte gelir eşitsizliğini azalttığı sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Finansal Gelişme, Gelir Eşitsizliği, ARDL Sınır Testi

ABSTRACT

In the economies, the increase in depth, access and efficiency of financial markets and institutions has emerged the need of examining the impact of financial development on income inequality. In this paper, the impact of financial development on income inequality, particularly in banking and capital market, has been examined via ARDL Bound Test approach by using the data, between the years 1993-2016, of Turkey. According to the results obtained from this approach, it has been concluded that the development of the banking system, even its effects are less than capital market, reduces income inequality.

Keywords: Financial development, İnequality, ARDL Bounds Test

¹ Bu çalışma Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü'nde 2017 yılında sunulan "Finansal Gelişme ile Gelir Dağılımı İlişkisi" adlı doktora tezinden üretilmiştir.

* Sakarya Üniversitesi, SBF, İktisat Bölümü, Dr., naltintas@sakarya.edu.tr

** Sakarya Üniversitesi, SBF, İktisat Bölümü, Doç. Dr., calisir@sakarya.edu.tr

GİRİŞ

Ülkelerin finansal sistemlerinin ekonomi içindeki ağırlığının artması sebebi ile finansal sistemlerin gelişiminin iktisadi alanlara etkisi incelenmektedir. 1990'lar itibari ile de finansal gelişmenin gelir eşitsizliği üzerindeki etkisi teorik olarak Greenwood ve Jovanovic (1990) tarafından araştırılmaya başlanmıştır. Daha sonra Banerjee ve Newman (1993) ile Galor ve Zeira (1993) söz konusu ilişkide karşıt bir görüş olarak teoriye katkıda bulunmuşlardır.

Greenwood ve Jovanovic(1990) çalışmasını Kuznet (1955)'in analizine dayandırmakta olup; iktisadi kalkınmanın ilk başlarında hemen hemen hiç olmayan finansal yapı mevcuttur. Ekonomik büyüme döngüsünün orta aşamalarında finansal üst yapı oluşmaya başlarken; tasarruf oranları ile büyüme oranları artmakta buna karşılık yoksul ile zengin arasındaki gelir farkı artmaktadır. Ekonomik büyümenin devamında finansal yapının gelişmiş olması ile birlikte başlangıçta finansal piyasaları kullanamayan yoksul kesim aracılık hizmetlerinden faydalanarak daha fazla gelir elde edebilmekte, böylece de gelir eşitsizliği azalmaktadır. Bu hipotez literatürde ters çevrilmiş U hipotezi olarak adlandırılmaktadır.

Galor ve Zeira(1993) ise doğrusal hipotez olarak literatüre geçen çalışmasında makro ekonomik çerçevede beşeri sermaye yatırımlarının refah dağılımına olan etkisini incelemiştir. Bireylerin miras yoluyla bağlantılı olduğu ve yatırım bölünmezliğine sahip olunan bir ekonomide, yaşamın iki dönemden oluştuğu bir model ortaya konulmuştur. Sonuç olarak finansal gelişme ile birlikte yoksul kesimin daha geniş kredi seçeneklerine sahip olacağı ve daha kolay krediye ulaşımını sağlayacağını göstermektedir.

Böylece finansal piyasalardaki gelişme neticesinde karşılaşılan kredi kısıtları azalacak ve gelir dağılımındaki adaletsizlik de düşüş gösterecektir.

Galor ve Zeira(1993)'nın ortaya koyduğu sonuçlar Banerjee ve Newman(1993) tarafından da desteklenmiştir.

Bu çalışmanın amacı, finansal gelişme ile gelir eşitsizliği arasındaki ilişkinin Türkiye özelinde az sayıda çalışma ile incelenmiş olduğu göz önünde tutulduğunda bu boşluğu doldurmaktır. İkinci olarak söz konusu ilişki Türkiye ekonomisinde ilk defa bankacılık ve sermaye piyasası özelinde tartışılacaktır. Bu bağlamda finansal piyasaların ve finansal kurumların gelir eşitsizliğine olan etkisi incelenmiş olacaktır.

Çalışma, bu girişin ardından üç bölüm olarak oluşturulmuştur. Birinci bölümde finansal gelişme ile gelir eşitsizliği arasındaki ilişki üzerine yapılmış ampirik tartışmalar özetlenmiştir. İkinci bölümde ampirik model kurulmuştur. Üçüncü ve son bölüm ise, elde edilen ampirik sonuçların değerlendirmesini içermektedir.

1. UYGULAMALI LİTERATÜR ÖZETİ

Arvas ve Kanberoğlu (2014) finansal gelişme ile gelir dağılımı ilişkisini Türkiye için 1980-2012 dönemi itibariyle ARDL yöntemi ile incelemiştir. Finansal kalkınma göstergesi olarak özel sektöre verilen kredileri, gelir dağılımı göstergesi olarak ise gini katsayısı kullanılmıştır. Elde edilen sonuca göre finansal gelişme göstergesi %1 arttığında gelir dağılımında adaletsizlik %0.04 azalmaktadır. Ekonometrik bulgular finansal kalkınma ile gelir eşitsizliği arasında negatif bir ilişkiyi işaret etmektedir.

Finansal gelişme sayesinde ülkedeki refahta bir artış kaydedileceği sonucuna ulaşılmıştır.

Akmal, Ahmad ve Butt (2006) çalışmalarında Pakistan'da finansal gelişme ile gelir eşitsizliği ilişkisi 1971-2005 dönemi baz alınarak ARDL ve ECM yöntemleri ile araştırılmıştır. Analiz sonuçları finansal gelişme ile gelir eşitsizliği arasında ters yönlü bir ilişkiyi ortaya koymaktadır. Finansal gelişme ile birlikte aracılık faaliyetlerinden faydalanmaya başlayan düşük gelirli bireyler gelirlerini artırmaktadırlar. Öneri olarak hem kısa dönemde hem de uzun dönemde finansal gelişmenin gelir dağılımına etkisi politika yapıcılar tarafından dikkate alınmalıdır

Baligh ve Pirae (2012) 1973-2010 verileri ile finansal gelişmenin gelir eşitsizliğine olan etkisini İran incelemiştir. Finansal sistemdeki gelişmeleri finansal derinlik göstergesi olarak krediler ve parasal göstergeler olarak M2 ile kullanmıştır. Gini katsayısı ise gelir eşitsizliği göstergesi olarak ele alınmıştır. Elde edilen sonuçlara finansal gelişmenin gelir dağılımını daha adil hale getirdiği saptanmış ve lineer olmayan model reddedilmiştir.

Muhammad Shahbaz (2013) finansal gelişme ile gelir eşitsizliği ilişkisinin Pakistan özelinde incelemiştir. Finansal gelişme, gelir eşitsizliği ve iktisadi büyüme arasında eşbütünleşme varlığı tespit edilmiştir. Finansal gelişme gelir dağılımında adaleti sağlamada ve iktisadi büyüme hedeflerine ulaşmada önemli bir rol oynarken, Finansal gelişmenin toplumun yoksul kesiminin gelirlerini artırdığı vurgulanmaktadır. Araştırmada gelir

dağılımında adaleti sağlamada finansal gelişmenin önemli bir rolü olduğu vurgulanmaktadır.

Shahbaz ve diğerleri (2015) 1965-2011 döneminde İran için finansal Kuznet eğrisinin geçerliliğini test etmişlerdir. Finansal gelişme ile gelir dağılımı arasında yapısal kırılmaların varlığında Ardl yaklaşımı ile uzun dönemli ilişki incelenmiş olup VECM granger ile nedenselliğin yönü tespit edilmiştir. Elde edilen sonuçlara göre ekonomik büyüme gelir dağılımını engellerken finansal gelişme eşitsizliği azaltmaktadır. Küreselleşme ile gelir eşitsizliği arasında ‘u hipotezi’ geçerli iken Greenwood ve Jovanovic’e ait olan hipotez doğrulanmaktadır. Sonuç olarak daha iyi bir gelir dağılımı için finansal sektörün gelişmesi ve girişimcilerin finansal hizmetlere erişimi kolay hala getirilmesi önerilmektedir. Gelir dağılımını iyileştirmede bir diğer çare olarak sermaye piyasasının genişlemesi tavsiye edilmektedir.

Çetin ve Şeker (2015) finansal gelişmenin gelir eşitsizliğinin temel belirleyicisi olarak model kuran, bununla birlikte potansiyel belirleyiciler olarak ekonomik büyüme ve ticari açıklığı modele dahil eden araştırmacılar 1963-2006 dönemi için Türkiye’de söz konusu ilişkiyi test etmişlerdir. Ardl sınır testi ve Vhdm nedensellik analizi sonuçlarına göre değişkenler arasında eşbütünleşme tespit edilmiş, bununla birlikte finansal gelişmenin gelir eşitsizliği üzerinde negatif etkisi tespit edilmiştir. Uzun dönemde finansal gelişmeden gelir eşitsizliğine doğru bir nedensellik de yazarların ortaya koyduğu bulgulardan bir tanesidir.

Sehrawat ve Giri (2015) Hindistan’da 1982-2012 döneminde finansal gelişmenin gelir eşitsizliğine etkisini Ardl yöntemi ile araştırmıştır.

Özel sektöre verilen krediler ve sermaye piyasasındaki şirketlerin değeri finansal gelişme göstergesi olarak kullanılırken Dünya bankasının oluşturduğu gini katsayısı gelir eşitsizliği için analize dahil edilmiştir. Elde edilen sonuçlara göre finansal gelişme Hindistan’da gelir eşitsizliğini daha da artırmaktadır. Politika önerisi olarak yoksul kesimin finansal gelişmeden daha fazla pay almasını mümkün kılacak üç yol gösterilmiştir. Birincisi banka şube sayısındaki artış, ikincisi ise Hindistanın kırsal kesiminde banka ve kredi teminini sağlama ve son olarak fakir kesimi finansa dahil etmektir.

Ahsan ve Masih (2016) 1963-2007 döneminde Hindistan’da finansal gelişmenin gelir eşitsizliğine etkisini Ardl yöntemi uygulamak suretiyle incelemiştir. Elde edilen sonuca göre finansal gelişmenin fakir kesimin daha da fakirleşmiş, zengin kesimin ise daha da zenginleşmiştir. Finansal gelişmenin gelir eşitsizliğini pozitif ve anlamlı olarak etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. Finansal istikrarın sağlanması ve finansal krizlerden sakınmak için finansal sektör reformlarının dikkatli bir şekilde yapılması politika önerisi olarak sunulmuştur.

Bittencourt (2010) 1980-1995 döneminde Brezilya için finansal gelişmenin gelir eşitsizliğine olan etkisini araştırmıştır. Hem zaman serisi hem de alt bölgeleri kullanarak panel çalışması yapılmıştır. Finansal gelişme göstergesi olarak M2,M3, özel sektöre verilen krediler ve kişilere verilen krediler kullanılmıştır. Finansal gelişmenin gelir eşitsizliğini güçlü bir şekilde azalttığı sonucuna ulaşılmıştır.

2. MODEL VE EKONOMETRİK YÖNTEM

Bu çalışmada finansal gelişme ile gelir eşitsizliği arasındaki ilişkiyi ölçmek için aşağıdaki modelden yararlanılacaktır.

$$\text{Gini}_t = \alpha_0 + \alpha_1 \text{Bank} + \alpha_2 \text{Cap} + e_t$$

Burada Gini, Frederick Solt tarafından hesaplanan SWIID veritabanından alınmıştır. Gini katsayısı ile ilgili literatürde çok sayıda veritabanları söz konusudur. Bununla birlikte kendisinden sonraki en büyük gelir eşitsizliği veri setinin iki katını kapsayan SWIID analizlerde veri probleminin önüne geçmektedir. Deininger ve Squire (1996) tarafından önerilen genel sabit ayarlamalardan kaçınıldığı bilinen SWIID bu sayede de tutarlı veriler sunmaktadır(Kotschy ve Sunde, 2017:222).

Bank değişkeni bankacılık tarafından özel sektöre verilen kredilerin GSYH içindeki payını göstermektedir. Cap değişkeni ise sermaye piyasası değerinin GSYH içindeki payıdır. Literatürde banka temelli ve piyasa temelli olarak en sık itibar gören değişkenler olan Cap ve Bank Dünya Bankası veri tabanından elde edilmiştir. Çalışmada kullanılacak olan veriler yıllık 1993-2016 dönemini kapsamaktadır.

Engle-Granger (1987) ve Johansen (1988) eşbütünleşme testleri ile değişkenlerin 1.seviyede durağanlaşmaları varsayımı altında eşbütünleşme ilişkisi analizi yapılmaktadır. Eşbütünleşme analizinin yapılması için gerekli olan bu şart Pesaran ve Pesaran(1997) ile Pesaran vd.(2001) tarafından ortaya konulan Sınır Testi yaklaşımı ile ortadan kalkmıştır. Sınır testi yaklaşımının diğer eş bütünleşme testlerine göre üstünlükleri söz konusudur. Bu üstünlüklerden ilki, modeldeki değişkenlerin I(1)-I(1) yerine I(1)-I(0)

olduğunda da analize tabi tutulabilmesidir. Diğer üstünlüğü ise kısıtsız hata düzeltme modeli ile daha iyi istatistiksel sonuçlar vermesi ve özellikle küçük örneklerde daha güvenilir olmasıdır(Narayan ve Narayan, 2005:429). Bu çalışmada söz konusu üstünlüklere sahip olunması ve örnekleme uygunluğu nedeni ile ARDL sınır testi yaklaşımı ile analiz yapılacaktır.

3. BULGULARIN DEĞERLENDİRİLMESİ

Sınır testi yaklaşımını uygulamadan önce, modelde değişkenlerin I(2) olma ihtimaline karşı birim kök sınaması yapılması gerekmektedir. Bu sebeple Dickey ve Fuller (1981) tarafından geliştirilen ADF birim kök testi uygulanmış olup sonuçları Tablo 1’ de gösterilmektedir.

Tablo 1: ADF Birim Kök Testi

Değişkenler	Düzyey		Birinci Fark	
	Sabit	Sabit ve Trend	Sabit	Sabit ve Trend
GINI	-0.705730 (0.8254)	-1.853691 (0.6437)	-3.853070 (0.0302)	-3.286884 (0.0945)
BANK	0.309599 (0.9726)	-0.906871 (0.9379)	-3.451106 (0.0199)	-3.999930 (0.0245)
CAP	-5.003672 (0.0006)	-5.186449 (0.0019)	-	-

Tablo 1 incelendiğinde Gini katsayısı ve bank değişkeni sabitli model ile sabitli ve trendli modelde 1.farkta durağandır. Cap değişkeni ise iki modelde de seviyededir. Diğer bir ifadeyle ampirik analizlerde kullanılan serilerin

bazıları I(0) ve bazıları da I(1)'dir. Dolayısıyla değişkenlerin seviyeleri I(0) ve I(1) olduğundan bu değişkenler arasındaki ilişkileri incelemek için en iyi ve en yaygın olarak kullanılan yöntem ARDL sınır testinin kullanılması gerekmektedir.

Tablo 2'deki sınır testi sonuçlarına göre eşbütünleşme ilişkisinin varlığını gösteren F-istatistik değeri 8.39 olarak çıkmıştır. Hesaplanan test istatistiği, Paseran vd. (2001)'deki üst kritik değeri yüzde 1 anlamlılık düzeyinde aştığı görülmektedir. Bu sonuç, değişkenler arasında %1 anlamlılık düzeyinde eşbütünleşme ilişkisi olmadığını gösteren temel hipotezin reddedilmesini sağlamaktadır. Dolayısıyla değişkenler arasında, bir eşbütünleşme ilişkisinin varlığı tespit edilmiş olmaktadır.

Tablo 2: Sınır Testi Sonuçları

k	F İstatistiği	Anlamlılık Düzeyinde Kritik Değerler		
			Alt Sınır	Üst Sınır
2	8.399391			
		1%	4.99	5.85
		5%	3.88	4.61
		10%	3.38	4.02

Gini ile bank ve cap değişkenleri arasındaki uzun dönem ilişkisinin tespit edilmesi amacıyla ARDL modeli kurulmuştur. ARDL modelinin ilk aşaması uygun gecikme uzunluğunun belirlenmesi olup bu amaçla Gini ile bağımsız değişkenler arasında farklı gecikme kombinasyonları sınanarak bilgi kriterlerine göre en düşük değeri veren model uygun model olarak seçilecektir. Schwarz Bilgi Kriterine (SIC) göre ARDL (3,4,4) modeli uygun

model olarak seçilmiştir. Modelin tahmin sonuçları Tablo 3'de gösterilmektedir.

Tablo 3: Tahmin Sonuçları

Değişkenler	Katsayı	Standart Hata	t-istatistik	Olasılık*
GINI(-1)	0.198628	0.301728	0.658301	0.5394
GINI(-2)	0.284550	0.326994	0.870199	0.4240
GINI(-3)	-0.661709	0.265798	-2.489519	0.0552
BANK	-0.000836	0.013165	-0.063523	0.9518
BANK(-1)	-0.042829	0.017162	-2.495597	0.0548
BANK(-2)	-0.022838	0.018080	-1.263161	0.2622
BANK(-3)	0.031478	0.014412	2.184147	0.0807
BANK(-4)	0.013515	0.011788	1.146511	0.3035
CAP	-0.022804	0.005683	-4.012594	0.0102
CAP(-1)	-0.021992	0.006171	-3.563551	0.0162
CAP(-2)	-0.006189	0.004267	-1.450425	0.2066
CAP(-3)	-0.010549	0.004557	-2.314884	0.0685
CAP(-4)	-0.006409	0.006112	-1.048531	0.3424
C	58.16798	12.75542	4.560257	0.0061
@TREND	-0.334277	0.065148	-5.131071	0.0037
Tanısal Test Sonuçları				
R²	0.999	F istatistiği	629.09	
Düzeltilmiş R²	0.997	Breush-Pagan-Godfrey Heteroskedasticity test	0.927	
X²_{BG}	0.839	Ramsey Rest Testi	0.522	

Tanısal denetim sonuçlarına göre oluşturulan modelde Breush-Pagan-Godfrey testi değişen varyans, X^2_{BG} otokorelasyon ve Ramsey Rest testi model kurma hatası sınanması açısından problem olmadığını ortaya koymuştur. Artık uzun ve kısa dönem ilişkilerin tespiti için ARDL modeli kurulabilmesi mümkün hale gelmiştir.

Çalışmada veri setinin yıllık olması sebebiyle uygun gecikme uzunluğu 4 olarak seçilmiş ve Schwarz bilgi kriterinden faydalanılmıştır. ARDL (3,4,4) uygun model olarak seçilmiş olup aşağıdaki Tablo 4'te uzun dönem değerleri gösterilmektedir

Tablo 4. Uzun Dönem Sonuçları

Değişken	Katsayı	Standart Hata	Olasılık değeri
BANK	-0.018252	0.004623	-3.9483[0.01]
CAP	-0.057651	0.008681	-6.6412[0.00]
@TREND	-0.283639	0.013737	-20.648[.000]

Elde edilen sonuçlara göre Türkiye'de hem bankacılık hem de sermaye piyasasının gelişimi, gelir eşitsizliğini azaltmakta olup sermaye piyasasının etkisi bankacılığa göre görece daha fazladır. Finansal sistemin bütün olarak gelir dağılımında adaleti sağlamada olumlu bir rol oynadığı görülmektedir. Elde edilen sonuçlar Agnello ve diğ. (2012)'nin 'Sermaye piyasasındaki gelişimin gelir dağılımında adaleti sağlamada yardımcı olduğunu ve finansal yapı açısından gelir dağılımını düzeltmede sermaye piyasasındaki kurumların bankalara göre daha elverişli olduğu' görüşlerinin Türkiye açısından doğruluğuna işaret etmektedir. Yine Kpodar ve Singh (2011) in işaret ettiği kurumlar zayıfken banka temelli finansal sistemin, kurumlar geliştikçe ise piyasa temelli finansal sistemin düşük gelirliilere daha faydalı olacağı düşüncesi de bu sonuçlarla doğrulanmaktadır

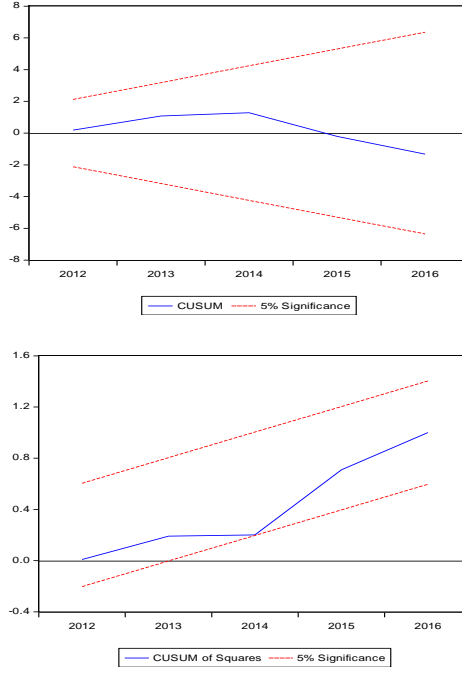
ARDL yaklaşımına göre değişkenler arasındaki kısa dönemli ilişki ise Tablo 5’de sunulmaktadır:

Tablo 5. Değişkenler Arası Kısa Dönemli İlişki

Değişken	Katsayı	Standart Hata	Olasılık Değeri
D(GINI(-1))	0.377159	0.102684	0.0144
D(GINI(-2))	0.661709	0.171472	0.0119
D(BANK)	-0.000836	0.006860	0.9077
D(BANK(-1))	-0.022155	0.007227	0.0279
D(BANK(-2))	-0.044993	0.008916	0.0039
D(BANK(-3))	-0.013515	0.007188	0.1188
D(CAP)	-0.022804	0.002927	0.0006
D(CAP(-1))	0.023148	0.005196	0.0067
D(CAP(-2))	0.016958	0.004734	0.0158
D(CAP(-3))	0.006409	0.003372	0.1158
C	57.833703	7.915824	0.0008
ECM(-1)	-1.178531	0.160741	0.0007

Elde edilen bulgulara göre Hata Düzeltme Katsayısı(ECM(-1)) değerinin -1.17 olması hata düzeltme sürecinin uzun dönem denge değerleri etrafında azalan dalgalanmalar göstererek dengeye geleceğini göstermektedir.

Grafik 1: Cusum ve CusumQ Grafikleri



Tahmin edilen ARDL modelinde yapısal değişme olup olmadığının sınaması için Brown vd. (1975) tarafından önerilen Cusum ve CusumQ testleri yapılmıştır. Grafik 1’de yer alan Cusum ve CusumQ testlerinin sonuçları incelendiğinde herhangi bir yapısal kırılmanın olmadığını, uzun dönem parametlerinin %5 anlamlılık seviyesinde istikrarlı olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

SONUÇ

Makroekonomik dengelerin sağlanabilmesi için güçlü bir finansal sistem ve finansal istikrar son derece önemlidir. Etkin çalışan bir finansal sistem, bir ekonomideki tasarrufların hareketliliğini ve tahsisini verimli bir

şekilde tesis ederken, sosyal ve ekonomik bakımdan yüksek getirili projelerin finansmanını mümkün kılar ve istikrarlı büyümeye olanak sağlayan bir ekonomik ortama katkı yapacaktır. Ayrıca son dönemde yapılan bazı çalışmalar, finansal gelişmenin gelir dağılımı ve yoksulluk yönünden de etkileri olduğu konusunda önemli bulgular ortaya koymuştur.

Bu çalışmada 1993-2016 dönemi için Türkiye’de finansal gelişmenin gelir eşitsizliğine olan etkisi bankacılık ve sermaye piyasası özelinde incelenmiştir. Analize konu olan değişkenlerin durağanlığının ADF birim kök testi ile analiz edildiği bu çalışmada, değişkenlerin farklı seviyede durağanlaşma özelliği göstermesi dolayısı ile uzun dönemli ilişkileri ARDL Sınır Testi yaklaşımı ile test edilmiştir.

Türkiye özelinde 1993-2016 dönemi verileri kullanılarak yapılan analizler, uzun dönemde Galor ve Zeira (1993) ile Banerjee ve Newman (1993) tarafından ortaya konulan doğrusal hipotezi desteklemektedir. Finansal sistemin hem bankacılık hem de sermaye piyasası açısından gelir eşitsizliğini azaltmada önemli bir rol oynadığı tespit edilirken; bu etkinin sermaye piyasası açısından daha büyük olduğu görülmektedir.

Türkiye’de gelir dağılımında adaleti sağlamada finansal sistemin gelişiminin teoride ortaya konulanla tutarlı olması, yoksul kesimin bu sistemden yararlandığına işaret etmektedir. Sonuç olarak daha iyi bir gelir dağılımına ulaşabilmek adına finansal piyasaların ve kurumların gelişmesi ve bu sisteme erişimin daha da kolay hale getirilmesi, kısacası derinleşme ile birlikte erişim ve etkinliğin de optimal hale getirilmesi önerilmektedir.

KAYNAKÇA

Ahsan, Z. F., & Masih, M. (2016). Exploring the nexus between income inequality and financial indicators: endemic to the Indian economy.

Agnello, L., Mallick, S. K., & Sousa, R. M. (2012). Financial reforms and income inequality. *Economics Letters*, 116(3), 583-587.

Akmal, M. S., Ahmad, Q. M., & Butt, M. S. (2006). Financial Development and Income Inequality in Pakistan: An Application of ARDL Approach. *Pakistan Society of Development Economics*.

Baligh, N., & Pirace, K. (2012). Financial development and income inequality relationship in Iran. *Middle-East Journal of Scientific Research*, 12(7), 906-914.

Banerjee, A. V., & Newman, A. F. (1993). Occupational choice and the process of development. *Journal of political economy*, 101(2), 274-298.

Bittencourt, M. (2010). Financial development and inequality: Brazil 1985–1994. *Economic Change and Restructuring*, 43(2), 113-130.

Brown, R. L., Durbin, J., & Evans, J. M. (1975). Techniques for testing the constancy of regression relationships over time. *Journal of the Royal Statistical Society. Series B (Methodological)*, 149-192.

Çetin, Murat, and Fahri Şeker (2016) "Finansal Gelişmenin Gelir Eşitsizliği Üzerindeki Etkisi: Türkiye Ekonomisi İçin Ampirik Bir Kanıt." *Sosyal Bilimler Dergisi* 3.2

Dickey, D. A., & Fuller, W. A. (1981). Likelihood ratio statistics for autoregressive time series with a unit root. *Econometrica: Journal of the Econometric Society*, 1057-1072.

Engle, R. F., & Granger, C. W. (1987). Co-integration and error correction: representation, estimation, and testing. *Econometrica: journal of the Econometric Society*, 251-276.

Galor, O., & Zeira, J. (1993). Income distribution and macroeconomics. *The review of economic studies*, 60(1), 35-52.

Greenwood, J., & Jovanovic, B. (1990). Financial development, growth, and the distribution of income. *Journal of political Economy*, 98(5, Part 1), 1076-1107.

Johansen, S. (1988). Statistical analysis of cointegration vectors. *Journal of economic dynamics and control*, 12(2-3), 231-254.

Kanberoğlu, Z., & Arvas, M. A. (2014). Finansal kalkınma ve gelir eşitsizliği: Türkiye örneği, 1980-2012. *Sosyoekonomi*, 21(21).

Kotschy, R., & Sunde, U. (2017). Democracy, inequality, and institutional quality. *European Economic Review*, 91, 209-228.

Kpodar, K., & Singh, R. J. (2011). Does financial structure matter for poverty? evidence from developing countries.

Kuznets, S. (1955). Economic growth and income inequality. *The American economic review*, 1-28.

Narayan, P. K., & Narayan, S. (2005). Estimating income and price elasticities of imports for Fiji in a cointegration framework. *Economic Modelling*, 22(3), 423-438.

Pesaran, M. H., & Pesaran, B. (1997). *Working with Microfit 4.0: interactive econometric analysis;[Windows version]*. Oxford University Press.

Pesaran, M. H., Shin, Y., & Smith, R. J. (2001). Bounds testing approaches to the analysis of level relationships. *Journal of applied econometrics*, 16(3), 289-326.

Shahbaz, M. (2013). Financial Development, Economics Growth, Income Inequality Nexus: A Case Study of Pakistan. *International Journal of Economics and Empirical Research (IJEER)*, 1(3), 24-47.

Shahbaz, M., Loganathan, N., Tiwari, A. K., & Sherafatian-Jahromi, R. (2015). Financial development and income inequality: is there any financial Kuznets curve in Iran?. *Social Indicators Research*, 124(2), 357-382.

Sehrawat, M., & Giri, A. K. (2015). Financial development and income inequality in India: an application of ARDL approach. *International Journal of Social Economics*, 42(1), 64-81.

KURUMSAL SORUNLARIN YÖNETİMİ ve İLETİŞİM

Çiçek DOĞAN¹

Melda CİNMAN²

ÖZ

İletişim çalışmalarında, kurumsal sorun yönetimi, kurum yöneticilerinin, fark oluşturmak ve değer yaratmak adına özenli bir biçimde yönetmesi gereken bir iletişim alanı haline dönüşmektedir. Çalışma yaşamında profesyonel yöneticiler ve kurum sahipleri çalışma barışını tesis etmek ve iletişimsel sorunları çözmek adına temsilsel bir yapı oluşturmak durumundadır. İşte Kurumsal sorun Yönetimi bu temsilsel iletişim örüntüsünü sağlayarak, çalışanların kendilerini daha iyi ifade edebilmeleri adına kritik bir alandır. Hem insan kaynakları hem de Halkla İlişkiler için, bu disiplin gün geçtikçe değer kazanmaktadır. Çalışanlar ve kurum barış içinde ve tam iletişimsel uyumluluk içinde olduğunda, çok daha verimli bir kurum ve pozitif çalışma neticeleri ortaya çıkacaktır.

Anahtar Kelimeler: Sorun Yönetimi, İç İletişim, Halkla İlişkiler

¹ Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Halkla İlişkiler ABD, Doktora Öğrencisi, cicekdogan@gmail.com

² Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Halkla İlişkiler ABD, mcsimsek@marmara.edu.tr

ABSTRACT

In communication studies, institutional problem management becomes a communication field where institution managers must manage in a careful manner in order to create a difference and create value. In the working life, professional managers and institutional owners have to establish a working structure and establish a representative structure in order to solve the communicative problems. This is a critical area for the employees to be able to express themselves better by providing this representative communication pattern. For both human resources and public relations, this discipline is getting more and more valuable. When workers and institutions are in peaceful and fully communicative compliance, a much more efficient institution and positive work outcomes will emerge.

Keywords: Issues Management, Internal Communication, Public Relations

GİRİŞ

İletişim çalışmaları giderek değişmektedir. Halkla ilişkiler sahası da bu kapsamda yeni konulara mazhar olmaktadır. Bu konulardan biri de iletişim süreçlerinde ve halkla ilişkilerde sorun yönetimi sisteminin nasıl olması gerektiği ile ilgilidir. Sorun yönetimi halkla ilişkiler penceresinden bakıldığında çok daha farklı bir görev üstlenmektedir. Ekonomik bir boyut da kazanmaktadır. Ancak kurduğu iyi niyet köprüleri ile hakla ilişkilerin sorun yönetimi fonksiyonu ön plana çıkmaktadır.

Günümüz toplumunda kurumların iletişim örüntüsü ve halkla ilişkiler uygulamaları farklı akademik tartışmalara konu olmaktadır. Kurumlarda iletişim ve çalışma ahlakı kapsamındaki sorunlar gitgide kronikleşmekte, içinden çıkılmaz bir hal almaktadır. Ancak Halkla ilişkilerin sorun yönetimi fonksiyonu izleğinde tüm bu sorunları kapsayıcı bir uygulamalar seti sunabilmek mümkün bir hale gelmektedir.

Kişiler toplumsal davranışlarıyla belli sonuçlara sebebiyet verirler bunlar sosyal bakımdan kimi zaman müspet kimi zaman da menfidir. Özellikle bir davranış sorun yönetimi kapsamına giriyor ve iletişime göre “sorun-issue” olarak değerlendiriliyorsa, bu durumda konuya hem iletişim, hem ahlak çalışmaları açısından bakmak gerekmektedir. Zira iletişim tekil bir ilişkiden çok ikili yaşanmışlıkları

kapsar ve bireyin iletişim akışında hem güçlü hem de zayıf yönleriyle bulunmasını gerektirir.

Tam da bu noktada iletişim sosyal destek fonksiyonu ile devreye girmektedir. Olumlu sosyal etkileşimler toplumsal bakımdan destekleyici bir etki yaratırken, olumsuz etkileşimler yıkıcı olabilmektedir. İşte alışma yaşamında sorunlar da bu kapsamda ele alınmaktadır.

İktisaden konuyu ele alırsak sermaye birikim süreçleri boyunca protestan ahlakının çalışma yaşamında ve ahlaki şekilleniğte etkili olduğu söylenebilir. İyi olanı insanlık zamanın başlangıcından beri aramaktadır. Öyle ise iyi olan, ahlaki olan davranışı tanımlamaya çalışırken, din, iktisat ahlak iletişim gibi çoklu bir disiplinsel bakış açısından faydalanma gerekliliği ortaya çıkmaktadır.

KURUMSAL SORUNLARIN YÖNETİMİ ve İLETİŞİM

Çiçek DOĞAN¹

Melda CİNMAN²

ÖZ

İletişim çalışmalarında, kurumsal sorun yönetimi, kurum yöneticilerinin, fark oluşturmak ve değer yaratmak adına özenli bir biçimde yönetmesi gereken bir iletişim alanı haline dönüşmektedir. Çalışma yaşamında profesyonel yöneticiler ve kurum sahipleri çalışma barışını tesis etmek ve iletişimsel sorunları çözmek adına temsilsel bir yapı oluşturmak durumundadır. İşte Kurumsal sorun Yönetimi bu temsilsel iletişim örüntüsünü sağlayarak, çalışanların kendilerini daha iyi ifade edebilmeleri adına kritik bir alandır. Hem insan kaynakları hem de Halkla İlişkiler için, bu disiplin gün geçtikçe değer kazanmaktadır. Çalışanlar ve kurum barış içinde ve tam iletişimsel uyumluluk içinde olduğunda, çok daha verimli bir kurum ve pozitif çalışma neticeleri ortaya çıkacaktır.

¹ Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Halkla İlişkiler ABD, Doktora Öğrencisi, cicekdogan@gmail.com

² Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Halkla İlişkiler ABD, mcsimsek@marmara.edu.tr

İnceleme:

Amaç

Bu çalışmanın amacı, iç iletişimde ahlaki nedenler ve davranış bozuklukları nedeniyle tezahür eden kurum içi sorunların yönetiminde, modern stratejik uygulamaların Türkiye Bilişim Teknolojileri sektörü kapsamında incelenerek, İK departmanı olan yerli, İK departmanı olmayan yerli, İK departmanı Türkiye’de olmayan global ve İK departmanı Türkiye’de olan global firmaların günümüzdeki sorun yönetimi uygulamalarının nasıl olduğunun ele alınmasıdır. Ek olarak bu süreçlerde iletişimin oynadığı roldür. Temelde Bilişim teknolojileri firmalarının kurulu bulunduğu işkolunun kapsadığı sektörlerde, yüksek örgütlenme düzeyine sahip kurumların bulunması, entellektüel birikimin yüksek olması, genel disiplin ve sorun yönetimi uygulamalarında Halkla İlişkilerin ve iç iletişimin temel bir etmen olarak ele alınıp alınmadığının belirsiz olması ve Bilişim Teknolojileri sektöründeki çalışanların teknolojiyi yüksek seviyede kullanması, çalışan –işveren iletişiminin de daha nitelikli ve modern bir biçimde gelişmesini sağladığı düşünülmektedir. Bu kapsamda sektördeki çalışanlar en yeni iç iletişim modellerinin denenmesi veya başlatılması için uygun bir hedef kitleyi oluşturmaktadırlar. Araştırmanın Bilişim Teknolojileri sektörü kapsamında yapılmasının temel amacı, sorun yönetimi ve halkla ilişkiler meselelerine çalışanların ve temsilcilerinin içinde buldukları koşullar açısından yorum getirebilmektir.

Yöntem

Araştırma yöntemi olarak “yüz yüze görüşme” yöntemi kullanılmaktadır. Bilişim Teknolojileri firmalarında, çeşitli departmanlarda iletişim ve insan kaynakları departmanlarında uzman olarak görev alan ve yönetim pozisyonunda olan kişilere yüzyüze sorular yöneltilerek, cevaplar kayıt altına alınmıştır. Bu durum derinlemesine görüşmeler yapılmasına ve anlaşılmayan noktaların tekrardan sorgulanabilmesine de yardımcı olmuştur. Söz konusu avantaj sebebi ile tüm bu sorulara net bir biçimde yanıt alınmıştır. Tüm alanlar net bir biçimde sorgulanmıştır.

Kapsam

Bu araştırma, Türkiye Bilişim Teknolojileri sektöründe, yerel ya da global çapta faaliyet gösteren, önemli 4 büyük Bilişim Teknolojileri ve hizmetleri firmasının, İnsan Kaynakları Departmanı olan veya olmayan uygulamalarını kapsamaktadır. Türkiye’de güncel (2016) istatistik verilere göre BT sektöründe toplam 29 milyon 539 bin çalışan vardır. Bilişim sektörü kapsamındaki çalışanlar 2016 itibarı ile toplam 150 bin kişidir.

Bulgular ve Değerlendirme

Kurumlarda çalışma ahlakı ve sorun yönetiminin benimsenmesi için çeşitli iletişim uygulamalarından yararlanılması gerekmektedir.

İletişim araçları yönetimi bakımından, e-posta ihlalleri ve yazılı ihlallerde iletişim dinamikleri devreye girmezse olaylar işten çıkarılmaya kadar gidebilmektedir. E-posta ve yetki tanımları ile ilgili eğitimler devreye alınırsa, bu tür eğilimler azaltılabilir. Bunun gibi telefon, ve sesli araçların kullanımında da yazılı ve dökümanite edilmiş bir iç yasaya bağlı prosedürlerin çalışanlar tarafından benimsenmesi önem taşır. Bu çalışmalar uygulamalar ile pekiştirilebilir. Kurum, itibarının sarsılması, imaj kaybı, marka değeri kaybı gibi vakalardan böylelikle korunabilir.

Sözlü ve fiziksel saldırılar hukuken suç teşkil eder, ancak liyezon rolü üstlenen bazı uygulayıcılar, saldırı durumundan önce gerginliği fark ederek iki tarafı uzlaştırabilir ve suça dönülmeden vakaya karşı önlem alabilirler. Çalışma barışı bakımından en az bu denli önemli olan bir saldırı türü de psikolojik tacizdir. Bu kavram, küresel literatürde duygusal zorbalık-“mobbing”³ olarak da geçmektedir. Psikolojik taciz durumu işle ilgili olan çatışmalar tarafından aşama aşama tetiklenen bir süreç olarak tanımlanmaktadır. İletişimciler, şikayet hatları kurarak, gizlilik bildirimler kapsamında bu vakaları kayıt altına alabilir ve mağdurun şikayetlerini şikayet yönetimi ilkelerince dinleyip çözüm üretebilirler, ayrıca mağdurun daha az psikolojik hasar görmesi sağlanabilir ya da bu durumun tedavisi için vaka sonrası çalışmalar yapılabilirler. Saldırı kurumun müşterilerine yönelebilir bu çok ciddi bir konudur. Diğer çalışanlara ve müşterilere saldırı olmaması için yahut böyle durumlar oluştuğunda mutlaka

³ Duygusal Zorbalık

iletişimsel dinamikler devreye sokulmalı ve bir halkla ilişkiler, iç iletişim uzmanından danışmanlık alınmalıdır.

Dolandırıcılık ve hırsızlık eğilimine giren bazı çalışanlar işvereni kandırmaya çalışabilir, kurum kaynaklarını bu doğrultuda kullanmak isteyebilirler. Sorun yönetimi kurumlarda gerçekleşen dolandırıcılık, hırsızlık, dolandırıcılığa ve hırsızlığa katılma gibi vakaları da temel kurumsal iç iletişim sorunlarından saymaktadır. Hırsızlıkta irade dışı gerçekleşen bir durum vardır. Dolandırıcılıkta bir irade sakatlanması söz konusudur. Yani kişi hileli davranışlarla aldatıldığı, kandırıldığı için onay vermektedir (Meran, 2011: 49). Bu konuda çalışanların bilgilendirilmesi için eğitimler düzenlenmektedir. Hukuksal olarak olay davalaşmadan sorun yönetim uzmanları tarafından dolandırıcılık eğilimleri ele alınıp, değerlendirilerek gerekli tedbirler alınmalıdır. Dolandırıcılık ve hırsızlık vakaları işveren tarafından isnat unsuru olarak da kullanılabilir.

Her kurumun bir sorun yönetimi anayasası olmalıdır. Kurum kültür ve değerlerinin tanımı olan bu anayasa, tüm çalışanların ortak buluşma noktası olarak tanımlanabilmektedir. Rüşvet, suistimal, taciz, kayırma, yerel hukuk ve benzeri konulardaki kurumun “duruşu” net bir şekilde, herkes tarafından anlaşılabilir şekilde, bu anayasa içinde yer almalıdır (Kadıbeşegil, 2012: 174).

Halkla ilişkiler iç iletişim uzmanları tarafından dolandırıcılık eğilimlerinin, hırsızlık eğilimlerinin, buna iştirak eğilimlerinin kayıtları tutulmalı, önlenmesine yönelik çalışanlara bilgilendirici eğitimler verilmelidir.

Halkla ilişkiler uzmanları uyguladıkları programlar ile dolandırıcılık eğilimini azaltarak, durumları tespit etmekte ve çözüm bulmaktadırlar. Neticede, dolandırıcılık ve dolandırıcılık eğilimi gibi davranışsal konular insan ilişkileri, kişiler arası iletişim yani halkla ilişkiler konusuna girmektedir. Çalışma yaşamındaki davranışsal problemlere, çözüm getirmek için işverenlerin ve hatta STKların halkla ilişkiler uzmanları istihdam etmeleri gerekmektedir. Bu konuların uzman olmayan kişilerce yönetilmesi büyük problemlere yol açabilir, yıkıcı sonuçlar doğurabilir.

Aşırı derecede agresif kavgacı, kaba ve düzensiz çalışanların, bu problemleri normal yaşayışı etkiliyorsa akıl hastanesinde tedavi görmeleri mümkündür. Hasta çalışanlar çeşitli psikotik testlerden geçirilerek bu kararlar alınmalıdır. Kurumda, agresiflik, kabalık, kavgacılık gibi davranışların sorun yönetimi uzmanlarınca ele alınması önemlidir, çünkü bu durumlar psikotik reaksiyon yahut kişilik bozukluğundan kaynaklanabilmektedir. Psikotik bozuklukta kişiler, kendilerine gerçeklen kopuk bir dünya inşa etmektedirler. Gerçeğin dünyası yerine kendilerine otistik bir dünya inşa ederler ve bu dünyalarında yaşarlar. Psikotik reaksiyonlar afektif reaksiyonlar, paranoid reaksiyonlar, şizofrenik reaksiyonlar, kronik beyin sendromlarından kaynaklanabilmektedir (Morgan, 2008: 346). Bu yüzden düzensiz yaşayış gösteren çalışanın iletişimciler tarafından belli aralıklarda dinlenmesi, izlenmesi ve gerekli aksiyonlar alınması konusunda yönlendirilmesi çok önemlidir. İşini kaybetme durumunda olan çalışanın bu düzensiz yaşayışı düzeltilerek çalışma yaşamına geri kazandırılması kritiktir.

Kurumdaki düzenin çalışma ahenginin ve barışının bozulmasında temel bir etken, temel bir kurumsal iç iletişim sorunu da alkol ve uyuşturucu kullanımından kaynaklanan uygunsuzluklar ve bozukluklardır. Alkol kullanımı nedeniyle çalışmada “entoksikasyon psikozu⁴” ortaya çıkmaktadır. Bu psikoz iletişim problemlerinin ortaya çıkmasına sebep olabilmektedir. Çalışmada iletişim bozuklukları, hafıza sorunları, konfüzyon, empülsif davranışlar ortaya çıkabilmektedir. Bu belirtiler, beyin kabuğundaki herhangi bir hasar neticesinde de ortaya çıkabilmektedir (Morgan, 2008: 347).

Halkla ilişkiler iç iletişim uzmanları, olayın hem çalışanın hem de kurumun aleyhine olan hukuksal davalar başlamadan, vaka yönetimi kapsamında ele alınmasını sağlamaktadırlar. Olay hukuk kapsamına girmeden iletişimciler tarafından doğru yönlendirme ile rehabilite edilmelidir.

Temel kurumsal iç iletişim problemlerinden biri de hijyensizlik ve kılık-kıyafet bakımından uygunsuzdur. Halkla ilişkiler uzmanları, bu problemi teşhis ederek nedenini araştırmaktadırlar. Hijyensizlik diğer çalışanları da rahatsız etmekte ve kurum imajını zedelemektedir. Bu sebepten hijyensizlik bir depresyon olarak tezahür etmemiş ise, çalışan hızlıca uygulamalı hijyen eğitimlerine alınmaktadır.

Bu durum işveren açısından bir kalite problemi teşkil ettiği gibi; çalışan açısından itibar problemi teşkil etmektedir. Mesela çok önemli bir

⁴ Ağır alkol kullanımı nedeniyle, 10-30 yıl boyu günde yarım lt den 2 lt ye kadar alkol tüketen kişide bu psikoz ortaya çıkabilir. Bu psikoz, Akut Alkol Entoksikasyonu sonucu, ortaya çıkan delirium tremens ten farklıdır (Morgan, 2008: 347).

toplantıya işvereni temsilen katılan bir çalışan pijama ile giderse, yahut bir spor etkinliğine işvereni temsilen katılan bir çalışan gece kıyafeti ile giderse; kişiler o kurum hakkında şüphe duymaya başlar. Bu durum her iki tarafa da zarar verir. Kılık-kıyafet bakımından oluşturdukları prosedürler ile işleyişi düzenleyen halkla ilişkiler uzmanları çalışanları ve işvereni konu ile ilgili eğitir. İmaj yönetimi programları ile durumu sürekli kontrol ederek raporlarlar. Örnekteki gibi bir kriz yaşanmasının da önüne geçilmiş olur. Bu konu hem STKların hem de işverenin ortak sorumluluğundadır. Zira kılık kıyafet yüzünden hukuksal problem yaşayan çalışanın ilerideki kariyeri de bu durumdan olumsuz etkilenecektir ve bu durum çalışan örgütlerini de ilgilendirmektedir.

Engellilik, din, ırk, cinsiyet, cinsel tercih konularında da ayrımcılık çalışma barışını olumsuz etkilemekte ve işyeri iç iletişim sorunları ortaya çıkarmaktadır. Halkla ilişkiler uzmanları bu ayrımcılık vakalarını sınıflandırır ve vaka yönetimi kapsamında ele alırlar.

Hastalığı kötüye kullanan çalışanların genel davranış eğilimleri, kronik bir hastalığı yahut; başgösteren bir hastalığı öne sürerek devamsızlık yapmalarındır. Terapötik duygusal tarafsızlık ve nesnellik içerisinde, sorun yönetimi uzmanları bu problem karşısında, bozulmuş gerçek kendiliğin tedavisi için uğraşırlar. Kullanılan temel yöntem: “iletişimsel örtüşme”dir. Bu durum çok titizlikle halkla ilişkiler iç iletişim uygulamacıları tarafından programlar izleğinde uygulanmalıdır.

İşe geç gelmek de devamsızlığın kuruma en çok zarar veren türlerindedir. İşyeri iç iletişim sorunlarından biri olan işe geç gelme

davranışının düzeltilmesi, çalışmanın devamlılığı ve verimlilik için oldukça önemlidir. Kurumlarda halkla ilişkiler uzmanları işe geç gelme davranışını analiz ederek, sebepleri ortaya dökerek, davranışı değiştirme çalışmaları yapmaktadırlar. Burada çok farklı iletişimsel test ve taramalardan faydalanmak mümkündür. Johari'nin Pencere'si gibi farklı taramaları çalışanlarda bir istemsizlik yaratmadan dikkatlice uygularlar.

Kurumda sürekli çalışılan süreyi hesaplama, çalışılan sürenin peşinde koşma, bu arada iş yapmayı erteleme davranışına “işyerinde saat tutmak” denir. Bu durum genelde belgelenemez Halkla ilişkiler uzmanları işleri ikinci plana atarak, çalışılan saatleri ölçen çalışanın performansını artırtmaya çalışır aynı zamanda çalışma yaşamında da başarısız olmasının önüne geçmeye çalışırlar. İletişim uzmanları bu durumları teşhis ederek, çözümler geliştirmekte ve çalışanın işyerinde saat tutma davranışını düzelterek, kişiyi işine kanalize etmektedirler.

Çalışma saatleri içerisinde izinsiz olarak, (çoğu zaman habersiz bir biçimde) işyerinden çıkıp çıkıp gitme davranışına, “izinsiz olarak işyerinden ayrılma”denir. İş ilişkisinin bir unsuru da bu tür devamsızlıktır. Halkla ilişkiler uzmanları tarafından durum tespit edilerek, vaka yönetimi uygulamaları kapsamında davranış değiştirilmektedir. Böylelikle uzun vadede iş ilişkisi zarar görmemiş olmaktadır. Problemi ortaya koyarak farklı çözümsel uygulamaları iletişim programları kapsamında uygulayarak çalışma barışını tekrar tahsis ederler.

Hata yönetimi hem bir kalite problemi hem de sorun yönetiminin belli başlı konularından biridir. Motivasyondan kaynaklanan hataların iletişim uzmanlarınca tespit edilmesi gerekmektedir. Bunlar hem maliyet unsurudur hem de çalışma ilişkilerini olumsuz etkiler. Motivasyonu işverenin problemi olarak gören bazı yöneticiler bu konuda kendilerine düşen görevi ekonomik gerekçeler sebebi ile ikinci plana atmaktadır.

Oysa ki bir çalışan hata korkusu ile hata yapıyorsa, işin kalitesi ve toplam performans düşüyor demektir. Çalışanın neden hata yapmaktan korktuğunun ortaya konulması ve eğer işverenin bu konudaki tutumu hatalı ise düzeltilmesi gerekmektedir. Hepsi de halkla ilişkiler, iç iletişim uzmanlarına düşen önemli görevlerdir. İletişim uzmanları, hukuksal süreç başlamadan hata korkusu ile hata yapan çalışanları tespit edip bu kişileri iç iletişim-davranış düzeltme eğitimlerine almaktadırlar.

Hatalı iletişimden doğan birtakım iş akışı problemleri vardır. Bu problemler ancak halkla ilişkiler uzmanı olan iç iletişim uzmanları tarafından tespit edilebilir. Bir proses mühendisi sadece iş akışı problemini tespit edebilir ama aradaki iletişim problemini teşhis edemeyebilir. Neticede çalışma yaşamı olumsuz etkilenir. Bu yüzden problemlerin teşhis edilmesi ve sorun yönetimi uzmanlarınca düzeltilmesi gerekmektedir.

SONUÇ

Türkiye Bilişim Teknolojileri sektörünün önemli kurumları çalışma ahlakında iletişim uygulamalarının sistemsal bir biçimde ele alınmasına olumlu yaklaşmaktadır. Bu noktada IK sı olan ve global olan kurumlarda etik uygulamaların daha fazla iletişim süreçleri ile desteklenmektedir. Aynı zamanda, daha tek tip uygulamalar ve sistemler olduğu görülmektedir.

Sektördeki kurumların ortak bir özelliği, çalışanların genellikle kalifiye eleman olmaları, yüksek eğitim seviyeleri ve kurumsallaşma düzeylerinin yüksek olmasıdır. Ücret seviyeleri kalifikasyonlarından ve eğitim seviyelerinden dolayı modern halkla ilişkiler uygulamalarının ilk gelişeceği sektörlerin bu sektörler olacağı öngörülmektedir..

Bilişim Teknolojileri modern ahlak iletişimi sistemlerinin kurulup uygulanması için uygun bir sektördür. Kurumlar bu düzeyin farkındadır; ama henüz uygulamaların mahiyeti konusunda tam bir bilgi sahibi değillerdir. Dolayısı ile, Halkla ilişkiler kapsamında sorun yönetiminin toplu sistemlerde uygulanmasının zaman alacağı düşünülmektedir. Ekonomik gerekçeler ve projelendirme süreleri bunun sebebi olabilir.

Sorun yönetimi halen disiplin ve IK özelinde uygulanmaktadır ancak kişilere iletişim fonksiyonları da aktarılınca kullanılabileceğini öngörmektedirler. Yapılan araştırmanın gösterdiklerine göre; sorun yönetimi hep işverenin sorumluluğunda ya da hukukun düzenlemesi gereken bir mesele şeklinde görülmektedir.

Sorun yönetimi ve halkla ilişkiler uzmanları halkla ilişkilerci olarak hem endüstriyel ilişkiler hem de insan kaynakları uzmanlarına destekleyici ve yol gösterici kimlikleri ile stratejik bir öneme sahiptirler. Hatta yapılan araştırmanın gösterdiği üzere, sorun yönetimi uzmanlarının sendikalarca dahi istihdam edilebileceği düşünülmektedir.

Çalışanlar kurumlarının iç müşterileri olarak; çalıştıkları kuruma dair olumlu bir görüşe sahip olacaklar ve çalışanlarının gözünde olumlu bir imaja sahip olan kurumlar, uzun dönemde de rekabet avantajı sağlayacaklardır. Kurumsal anlamda yapılacak çalışan odaklı dizayn çalışmaları, uzun vadede çalışma yaşamının kalite ve refahına yönelik kazanımlar sağlayabilir.

Kurum çalışanları birer araç olarak değil, amaç olarak irdelenmelidir. Kurum varlığını borçlu olduğu insan gücüne, kişiliğine, görüş ve önerilerine saygılı davranmalıdır. Genelleştirmek gerekirse, toplum kurumun hizmetinde değil, kurum toplumun hizmetinde olmalıdır. Kurumun endüstriyel ilişkiler politikasına yeni bir yön çizmesi gerekmektedir. Çalışanların refah düzeyi artırılmalı, adil bir ücret düzeni getirilmeli, iş güvenliği sağlanmalı, kadın, sakat ve hükümlülere ilgi gösterilmeli ve çalışanların kararlara katılması sağlanmalıdır. Sorun yönetimi açısından kurumun sosyal sorumluluk çalışmalarını izlemek bir yöntemdir; lakin daha da etkili bir yöntem olarak iletişimcilerce yapılacak sosyal sorumluluk çalışmalarına katılması çalışanların gözünde kurumları daha güvenilir ve prestiji, sosyal açıdan daha duyarlı bir konuma yerleştirecektir.

Tüm bunların yanısıra disiplin sorunları da sorun yönetiminin uygulama sahasıdır ve bu başlık kapsamında devamsızlık durumuna ilişkin çeşitli uygulama araçları mevcuttur. Kurumlar bu uygulamaları işverenin kapsamında veya hukuksal meseleler olarak görmektedir. Oysa yapılan güncel çalışmaların gösterdiği üzere; sorun yönetimi uzmanları bu uygulamaları çalışanın, işverenin ve devletin eşit düzeydeki sorumlulukları olarak görmektedir.

Bunların dışında, iletişim araçlarından kaynaklanan sorunlar, hataların yönetilmesindeki iletişimsel sorunlar, birtakım davranışsal sorunların iletişimsel kök nedenleri de bu sahanın inceleme konularındandır. Son olarak da çeşitli iç iletişim, halkla ilişkiler programları ile kurumlardaki iletişimsel problemleri çözmeye odaklanan sorun yöneticilerinin mazhar olduğu konular giderek artmaktadır. Kurumlar, bu konuların bir çoğuna hakim değildir. İleriki dönemde çalışanlar ve temsilcileri konular ve uygulamalar konusunda daha yüksek düzeyde bilinçlendikleri takdirde bu programlar daha geniş bir çapta uygulanabilecektir.

Kurumlarda çalışanlar bireysel ve toplu düzeyde temsil edilmelidir. Kurum içi iletişimde bütünleşme sağlanması ve çalışanların kendilerini daha doğru ifade edebilmeleri için sorun yönetimi uygulamaları kullanılmaktadır. Çalışanlar iletişimsel açıdan sağlıklı kurumlarda daha yüksek verim elde edebilmekte ve işlerine sevgi ile bağlanmaktadır. Kurumlarda renklerin kullanımı gibi halkla ilişkiler uygulamaları, kurumsal ve bireysel iletişim anlayışının şekillendirilmesi, hepsinin ötesinde halkla ilişkiler, hem rekabet üstünlüğü sağlamada hem de kuruma dair alguların ardındaki itici güç olması

bakımından kurumsal itibarın en önemli bileşenidir. Kurumun bugün sahip olduğu olumlu imajı ve başarısını gelecekte de sürdürebilmesi için, sağlıklı ve istikrarlı bir iletişim örüntüsü bulunması gerekmektedir.

Halkla ilişkilerin sorun yönetimi fonksiyonu ile kurum kültürünün ve ortak değerlerin tanınması, gruplar arası uyum ve kurumsal bütünleşme sağlanarak, mutlu çalışanlar ve verimli kurumlar meydana gelmektedir. Verimli kurumların oluşması hem kurumlara hem devlete hem de çalışan kesime katkı sağlayacaktır. Kurum-işveren-çalışanların ortak olarak görevlendireceği sorun yönetimi uzmanları bu verimliliği ortaya çıkaracak uzmanlardır. Yapılan araştırmanın gösterdiğine göre ileride ahlaki bir kurum olarak sorun yönetimi sisteminin oluşması konusunda çalışan kesim olumlu ve yapıcı bir bakış açısına sahiptir. Türkiye’de sorun yönetimi disiplininin temelinde halkla ilişkiler fonksiyonudur ve sektörlerin konu ile ilgili bilgilendirilmesi gerekmektedir. Sorun yönetimi konusunda yapılacak bilgilendirmeler, yayınlar, eğitimler vasıtası ile bu bilgilendirme sağlanabilir.

Bu çalışmaya göre, sorun yönetimi oldukça önemli bir saha olarak önümüze çıkmaktadır. Bu da sahanın daha fazla yetişmiş işgücüne ve iletişim uzmanına ihtiyaç duyacağını göstermektedir. Multidisipliner uygulamalar olduğu için eğitim buna göre harmonize edilebilir. Stratejik bir sorun yönetimi kurup uygulayan kurumlar uzun dönemde fayda sağlayacaklardır. Bu sistemler butik şekilde kurumlara göre kurulabilir ve uygulanabilir. Tam bu noktada iletişim uygulamalarının kritik olduğu görülmektedir.

KAYNAKÇA

Abiddin Z. Norhasni “Mentoring and Coaching: The Roles and Practices”, University of Putra Malaysia, 2007, pp. 2-7.

Acas, “Employee Communications & Consultation, Acas Publications, London, 2013. Acas, “Health, Work and Wellbeing Booklet”, U.K., March, 2012, pp. 6-10

Anonim,” İlk Dinler, Büyük Dinler ve Mezhepler Ansiklopedisi “, Akşam Matbaası, 1964, İstanbul. pp. 9-10.

Anık, Cengiz, “Siyasal İkna”, Vadi Yayınları, İstanbul, 2000.

Argenti, P.A, “Reputation and The Corporate Brand, Tuck School of Business

Dartmouth, Working Paper No 03-13, 2003, pp. 5-6.

Armand & Mattelard, “İletişim Kuramları Tarihi”, İletişim Yayıncılık, İstanbul, 2013.

Aula P & Siira K,”Organizational Communication and Conflict Management Systems”, Nordicom Review, 31/1, 2010, pp. 125-141.

Bacon, Francis, “Denemeler” , Yapı Kredi Yayınları, İstanbul, 2006.

Baudrillard Jean, “Simülakrlar ve Simülasyon”, Doğu Batı Yayınları, İstanbul,2014.

Bauman, Zygmunt, “Küreselleşme-Toplumsal Sonuçları, Ayrıntı Yayınları, İstanbul, 2014.

Black E, “The Market Valuation of Firm Reputation,” Carnes T, University of Arkansas, Fayetteville, 1999, pp. 3-5.

Blatner, A, “Psikodramanın Temelleri”, Sistem Yayıncılık, İstanbul, 2001.

Botan, C, “Ethics in Strategic Communication Campaigns: The Case for a New Approach to Public Relations”, Journal of Business Communication, 1997, 34 (2), pp. 188-202.

Burke, Peter, “Bilginin Toplumsal Tarihi”, Yurt Yayınları, İstanbul, 2000.

Caird, Edward, “Comte’un Din ve Toplum Felsefesi”, Yeryüzü Yayınları, İstanbul, 2003.

Engström Per, “Worker Absenteeism in Search Equilibrium, Institute for the Holmlund Bertil”: Study of Labor,DP,2005.

Freud, Sigmund, “Metapsikoloji”, Yason Yayınları, Ankara, 2016.

Herrmann, Ned,”The Whole Brain Business Book, Hayat Yayınları, İstanbul, 2003.

Johannesen, R.L, “Ethics in Human Communication: Prospect heights” IL, Waveland Press, 1996 , (4), pp. 26-27.

Jamieson, Harry, “İletişim ve İkna”, Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir,1996.

Kadıbeşgil, Salim, “Şimdi Stratejik İletişim Zamanı, Mediacat Kitapları, İstanbul, 2012.

Kağıtçıbaşı, Çiğdem:”Günümüzde İnsan ve İnsanlar, Sosyal Psikolojiye”, Evrim Yayınevi, 2010, İstanbul.

Locke, E. A. ve Latham, “Goal setting: A motivational technique that works!Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall. 1984.

Masterson,”Gerçek Kendilik”, Litera Yayıncılık, İstanbul, 2009.

Meran, Necati, “Dolandırcılık, Sahtecilik Güveni Kötüye Kullanma”, Seçkin Kitabevi, Ankara, 2011

Moreno, J.L, “Who Shall Survive?”, Beacon House, New York, 1939.

Nietzsche, W. F:”Ahlakın Soykütüğü Üzerine”, Say Yayınları ,İstanbul, 2015.

Okay, Ayla, “Kurum Kimliği”, Mediacat Kitapları, İstanbul, 2008.

Okay Ayla ve Okay Aydemir,”Halkla İlişkiler, Kavram Strateji ve Uygulamaları,” Der Yayınları, İstanbul, 2007.

Özgen, Ebru, “Çalışanım Sen Çok Yaşa”, Derin Yayınları, İstanbul, 2011.

Platon, “Sokrates’in Savunması”, Kabalcı Yayınevi, İstanbul 2005.

Sabuncuoğlu, Zeyyat,” İşletmelerde Halkla İlişkiler”, Alfa Aktüel Bursa, 2010.

Solmuş, Tarık, “İş ve Özel Yaşama Psikolojik Bakışlar”, Epsilon Yayınları, İstanbul, 2008.

Spinoza, Benedictus, “Etika”, Dost Kitabevi, İstanbul, 2014.

Wallace, Edvin, “Dinamik Psikiyatri”,

Çevrimiçi:

(<http://www.mediamiser.com/resources/pr-glossary/public-relations-specialized-functions/>) (06.06.2012).

(<http://humanresources.about.com/od/retention/a/employeecomplaint.html/>) (13.03.2012).

(<http://www.focus.com/briefs/handling-employee-complaints/>) (13.03.2012).

(<http://www.wrklifebalance.com/worklifebalancedefined.html/>)

(22.03.2012). (<http://www.bothsidesofthetable.com/2010/09/30/how-to-manage-employees-when-they-make-mistakes/>) (25.04.2012).

(<http://senioreagles.wikispaces.com/Industrial%20Revolution%20Invention%20Proje+ct/>) (12.04.2012).

(<http://reicherz.edu.glogster.com/industrial-revolution/>) (15.04.2012).

(http://www.herisem.be/en/18th_19th_century.php/) (14.04.2012).

(<http://worldhistoryeducatorsblog.blogspot.com/2012/01/industrial-revolution-in-england.html/>) (14.04.2012).

(<http://intelbook.wordpress.com/2011/01/23/of-why-we-should-defend-capitalism-part-one-industrial-revolution/>) (13.04.2012).

(<http://bookponderings.blogspot.com/2010/09/ponderin-pastin-industrial-revolution.html>)/(13.04.2012).

Araştırma Makalesi
Makalenin Geliş Tarihi: 26 Nisan 2018.
Haziran 2018

Makalenin Kabul Tarihi: 27

Future of the Hospitality Management: The Emergence of Network Hospitality

Assoc. Dr. Ruhet Genç¹

Abstract

The future of hospitality management seems to reshape around the concept of network hospitality. After the emergence of particular hospitality platforms such as Airbnb and UBER, the demands of guests have changed and made hotels to adapt themselves to these changes in order to maintain their shares within the accommodation market. Previous studies have shown that the motivation behind the network hospitality in commercial houses, such as small hostels and bed and breakfasts, can be both financial and social. Hence, the living space industry, which focuses on providing guests a home-like environment with the use of universal brands in decoration as well as the possibility of socializing, has gained importance recently. Moreover, parallel to the development of technology, hotels may provide their customers a more personalized service by the use of internet and mobile devices. This paper initiates to reflect the trend of

¹ Turkish German University TURKEY, drgench@gmail.com

future hospitality management on the basis of the living space industry and the development of technology.

Key Words: Network Hospitality, Living Space Industry, Technology, Future

Introduction

In today's world, brands that are able to serve compelling content and integrate with differentiated design, food, beverage and technology, lure customers and keep generating economic value within the economy (Mirza, 2016). However, it is not an easy task for tourism companies that provide large-scale services to quickly adapt to changes in the market expectations. As a result, newly emerging brands which offer customers an opportunity to satisfy their more personalized desires have rapidly affected the economy at a global scale and dominated the market for accommodation. The success of these brands is definitely related to the concept of network hospitality.

By definition, network hospitality is referred to hospitality-exchange services where the social interaction and the exchange of accommodation occur simultaneously (Ikkala & Lampinen, 2015). The hospitality-exchange services include the exchange of lodging spaces for money and the terms of exchange have been negotiated beforehand, hence characterized as networks of negotiated social exchange, combining both economic transactions in a social

Araştırma Makalesi

Makalenin Geliş Tarihi: 29 Mayıs 2018 Makalenin Kabul Tarihi: 21 Haziran 2018

relationship and social transactions in an economic relationship (Ikkala & Lampinen, 2014). Network hospitality is also defined by Germann Molz (2011) as the way individuals “connect to one another using online networking systems, as well as to the kinds of relationships they perform when they meet each other offline and face to face (p. 216).

Previous studies on network hospitality reflect that facilitation of pleasant and meaningful social encounters by hospitality exchange is an important source of participation (Bialski, 2012; Germann Molz, 2007, 2011, 2014). Mainly, the host-guest in network hospitality implies a form of sociability which is an association where people involve in order to get the pleasure of the company of others (Bialski, 2012). Although the possibility of earning money has appeared to be an important factor for participation in the new sectors around network hospitality, social aspects have been argued to play the central role in maintaining the motivation of hosts to keep participating (Ikkala & Lampinen, 2015). On the other hand, presence of money within the hospitality exchange result in a structure and formality which makes participation easier for hosts via increasing their sense of control (Ikkala & Lampinen, 2015). Together with monetary rewards which serve the interests of hosts who provide accommodation for a price, the possibility of socializing with guests, listening to new stories or creating network with their guests form the basis of network hospitality. Similarly, guests who are looking for

Araştırma Makalesi

Makalenin Geliş Tarihi: 29 Mayıs 2018 Makalenin Kabul Tarihi: 21 Haziran 2018

cheaper options for accommodation combining with a desire of socializing such as getting to know local culture, take part in network hospitality. Deconstructing and reimagining hospitality spaces and considering new possibilities in the sense of meeting the newly emerging socializing desires of guests are especially necessary for hotels to protect their shares within the accommodation market and tourism industry (Lean, 2015).

In this paper, the aim is to capture the new trends in hospitality with respect to the changing demands of customers. First, the trend of creating a living space in accommodation services will be discussed through the example of a well-known service Airbnb, as well as the involvement of universal brands in the new design of accommodation facilities to make it similar to customers' own rooms or houses. Furthermore, the impact of technological progress will be taken into consideration, since use of technology allows customers to prepare easily for a vocation with lesser trouble due to lack of communication. Finally, the paper will present some concluding remarks regarding to the future of hospitality and provide some suggestions for the large-scale accommodation companies, such as hotels, to integrate with the demands in the market.

Araştırma Makalesi

Makalenin Geliş Tarihi: 29 Mayıs 2018 Makalenin Kabul Tarihi: 21 Haziran 2018

Rethinking Hospitality as “Living Space”

The increasing trend for personalization leads the evolution of hospitality management into a “living space industry”. Parallel to the rise of particular travel distribution networks, such as Airbnb and UBER, the traditional hotel brands have become threatened in terms of their hospitality applications.

Considering the previous studies on Airbnb as part of the networked economy, two main points have been discussed in order to explain the success behind of it. Along with economic benefits for hosts and guests, as summarized by Botsman and Rogers (2010) under the example of “collaborative lifestyle” which combine the benefits of ownership with reduced personal burden, cost and lower environmental effect, the idealistic motives and authenticity of peer-to-peer contact in the accommodation experience have a significant impact on the success of Airbnb (Oskam & Boswijk, 2016). Although economic benefits play an important role in the emergence of such alternative travel sectors (Ikkala & Lampinen, 2015), the presence of social interaction makes it attractive for customers to prefer these commercial travel organizations rather than looking for a better price to stay in a hotel. Therefore, creating a living space will not be independent from the desire for social interaction (Gansky, 2010; Ikkala & Lampinen, 2015). Moreover, the success of Airbnb is also explained by its capability to provide a connection with others in

Araştırma Makalesi

Makalenin Geliş Tarihi: 29 Mayıs 2018 Makalenin Kabul Tarihi: 21 Haziran 2018

creative and progressive way (Rothkopf, 2014) and taste of authentic neighborhood life (Tuttle, 2014). In the work of Chen et. al. (2013) personal interaction quality appears as significantly related to satisfaction and customer loyalty. Considering the neighborhood life provided in these types of accommodation options, satisfaction and loyalty of tourists are expected to increase on the basis of socializing with other tourists as well as service providers. In short, the need for socializing seems to be more effective than the need for making money in the new era of hospitality management, although they both play a crucial role in network hospitality.

It has been argued that the requirements of future hospitality seem to make restaurant, media, entertainment and retail brands to reshape themselves according to provide a living space for customers similar to their homes (Mirza, 2016). For instance, the entrance of IKEA into hotels is a new phenomenon. Hotels have started to design their rooms with universally known brands which offer high quality and high comfort as well as a sense of “being at home”, since the houses of customers are probably designed with some of those brands.

The argument is not restricted to private households and commercial hospitality businesses working at large scale facilities. As Lynch et al. (2016) argues there is a category of commercial houses in between these two concepts, which include small hotels, bed and breakfasts, and family accommodations. Similar to the previous

Araştırma Makalesi

Makalenin Geliş Tarihi: 29 Mayıs 2018 Makalenin Kabul Tarihi: 21 Haziran 2018

argument, accommodating guests provides the hosts of these commercial houses an important source of income as well as allowing both parties (i.e. hosts and guests) to involve in social engagement, for example, hosts may receive gifts from their guests and they also hear interesting stories about guests home countries (Lynch et. al., 2016).

However, the studies regarding to the actual motives of participants in network hospitality argue that idealism seems to have a secondary role as opposed to financial motivation (Oskam & Boswijk, 2016). For instance, Airbnb has appeared to be a low cost option for guests (Liang, 2015; Guttentag, 2015). Furthermore, participants who participated in the previous studies preferred Airbnb hosts with financial motives either in the first place (Stene & Holte, 2014; Hamari et. al., 2015) or to a significant degree (Van de Glind, 2013; Stors & Kagermeier, 2015). Hence, financial motives of network hospitality cannot be underestimated. Although financial motivation does not always contradict the social gains, both service providers and consumers try to reach an equilibrium where they both enjoy the social and financial returns.

Inevitable Impact of Technological Progress

Technology has the characteristics of growing exponentially such that it has acceleration for doubling itself, which phenomenon is known as Moore's Law named after the work of Gordon Moore

Araştırma Makalesi
Makalenin Geliş Tarihi: 29 Mayıs 2018 Makalenin Kabul Tarihi: 21 Haziran 2018

(1965) on integrated circuits. Therefore, adaptation of hospitality services to technological changes is a hard task especially for large-scale service providers, since the process of adaption is costly for them and they can never fully adapt, since there will be a new technology for them to adapt as they succeed to adapt to the previous technological changes.

The development of technology influences all aspects in the lives of individuals, starting from the way they communicate, to the way they produce energy and the way they distribute the resources (Oskam & Boswijk, 2016). The physical world has become digitalized with respect to the innovations in particular fields, such as 3D printing, robotics, solar energy, nanotech, biotech and life sciences (Oskam & Boswijk, 2016). Rifkin (2014) argues that the point that humanity stands indicates the third industrial revolution and after the spread of internet, we have become familiar with the internet of communication even more than face-to-face relationship.

The studies have shown that 95% of people think hotels will increasingly look to new technologies to increase their efficiency, reduce their costs, personalize their customer experiences and improve their services (Lean, 2015). Similarly, the future hotels will need to provide more personalized service and enhance the experiences of guests both online and offline, by connecting with their guests and allowing them to connect to their devices (Lean, 2015).

Araştırma Makalesi

Makalenin Geliş Tarihi: 29 Mayıs 2018 Makalenin Kabul Tarihi: 21 Haziran 2018

Starting with the connection to mobiles and apps, customers may enjoy the personalized services of the hotels. Grant Thornton's Hotel 2020 report (2015) claims that "46% of millennials agree that being able to check in/out using a mobile device would motivate them to return" (p. 5). Moreover, the report depicts that there is a new trend for hotels to connect with customers on digital platforms and 30% of global hoteliers are currently planning to hire new staff specifically for social media towards 2020 (Grant Thornton Hotel 2020 Report, 2015). These findings represent the fact that hotels require significant efforts to adapt themselves into the changes in the technology.

Pursuing this further, technology will surely continue to enhance guest experiences as guests become more able to control their room features through mobile devices (Lean, 2015). For instance, the potential of augmented reality technology to create an interactive and enjoyable tourism experience has been studied in previous research (Kounavis et. al., 2012; Yovcheva et. al., 2014; tom Dieck and Jung, 2015). Augmented Reality (AR) technology allows travellers to interact with the space around them by using mobile phones or even wearable technology (Lean, 2015). The example of Google Glass, which projects information in front of the users as they walk around will definitely be the reason for future guests to prefer such customized experiences based on their needs. Moreover, explosion of personal display devices, mind control headsets, 4G phones and intelligent interfaces are already widespread by 2015 and in five years,

Araştırma Makalesi

Makalenin Geliş Tarihi: 29 Mayıs 2018 Makalenin Kabul Tarihi: 21 Haziran 2018

5G phones, gesture interfaces and heads up displays are expected to become widespread (Amadeus, 2015).

In addition to augmented reality technology, augmented virtuality is a growing trend in the future of hospitality, since Augmented Virtuality (AV) technology allows user-generated options which is compatible with personalized needs of the future guests in hospitality services. In general, augmented virtuality augments an application mostly consisting of virtual elements with real elements (Pouke, 2015). The applications include 3D digitalization of physical objects as well as streaming video from physical space.

In general, technology currently allows guests centralized and personalized control of media, lighting and temperature via 3D TV, multimedia beds, IP telephony, IP TV, smartphone room access and in room concierge and in the next future will be at guests' service with particular improvements such as 4D TV, sensor-based room management and personal robots (Amadeus, 2015). The change in the technology will be particularly in favour of hotels, since they are more capable of investing in this type of technology, as opposed to the accommodation facilities operating at a small-scale, although it will be costlier for them. However, the initial argument that large-scale service providers will fail to adapt into new technology holds for the near future. In the long run, the hotels will have established their

Araştırma Makalesi

Makalenin Geliş Tarihi: 29 Mayıs 2018 Makalenin Kabul Tarihi: 21 Haziran 2018

technological facilities and they will be providing their customers a personalized experience through technology.

Having discussed the two major points, creating a living space on the basis of network hospitality and the impact of technology, the next section will provide concluding remarks regarding to the future of hospitality management and some suggestions with respect to the changing demands of future guests.

Concluding Remarks

The motivation of guests has become increasingly fragmented and diverse which makes it harder to categorize them into clearly definable customer groups. In the next future, guests will expect their stay to be personalized around a set of choices which they make before their arrival to the accommodation facility or at the time of booking. Future technology will allow guests to choose the size of their rooms, type of their beds, amenities, audio-visual facilities etc. on booking.

The investment in future hospitality sector will surely widen the choice of guests with respect to their needs as new investment increases competition among service providers within the hospitality market and would decrease the prices and profit margins across the spectrum of hotels and other accommodation facilities. Hotel industry will probably focus on new strategies and innovations in the face of

intense global competition. Adopting approaches such as crowd sourcing and open innovation to generate new ideas will be widespread in future hospitality management. While targeting potential customers in the future, hotels require taking various factors into consideration, such as cost of servicing, level of budget and average length of stay along with increasing efficiency, reducing costs, personalizing customer experience and improving service through new technology.

Parallel to the developments in technology and growing impact of network hospitality, future hotels will be definitely in need of developing strong social media networks in order to understand the needs of their customers, perceptions of their brands, and service quality. Meanwhile, they should be looking for developing service marketing messages and pricing solutions which reflect the needs of these increasingly diverse customers.

Last but not the least, all type of facilities varied from small-scale businesses to hotel chains should take the demands of guests into consideration and try to reshape their facilities or management policies accordingly. Providing the guests an atmosphere similar to environment where they “feel” that they are home, are able to socialize easily with local service providers to hear about their local culture in more detail as well as other tourists to interact with them and share their stories, and also integrated with technology.

Araştırma Makalesi

Makalenin Geliş Tarihi: 29 Mayıs 2018 Makalenin Kabul Tarihi: 21 Haziran 2018

Further studies may cover the detailed relationship between economic and social aspects of living space industry and technological impacts on the basis of network hospitality, such as modeling the impact in order to analyze the impact in a quantitative sense. In addition to this, future hospitality management studies may require practical implications of academic inquiry, since there is an inevitable change in the understanding of hospitality management. All in all, future tourism will be shaping around network hospitality where the benefits of technology and ability to socializing will jointly be serving to the more personalized demands and interests of future guests.

References

Amadeus (2015) Hotels 2020 – Beyond Segmentation Report. Retrieved from http://www.amadeus.com/web/binaries/1333077622343/blobheader=application/pdf&blobheadername1=Content-Disposition&blobheadervalue1=inline%3B+filename%3DHotels_Whitpaper_2020BeyondSegmentation.pdf, on February 23, 2017.

Bialski, P. (2012). Becoming Intimately Mobile. Peter Lang, Botsman, R., & Rogers, R. (2010). Beyond zipcar: Collaborative consumption. Harvard Business Review, 88(10), 30.

Chen, C. M., Chen, S. H., & Lee, H. T. (2013). Interrelationships between physical environment quality, personal interaction quality, satisfaction and behavioural intentions in relation

to customer loyalty: The case of Kinmen's bed and breakfast industry. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 18(3), 262-287.

Gansky, L. (2010). *The mesh: Why the future of business is sharing*. Penguin.

Germann Molz, J. (2014). *Toward a Network Hospitality*. *First Monday* 19(3).

Germann Molz, J. (2011). *CouchSurfing and Network Hospitality: 'It's Not Just about the Furniture.'* *Hospitality and Society* 1(3), 215–25.

Germann Molz, J. (2007). *Cosmopolitans on the Couch: Mobile Hospitality and the Internet*. In J. Germann Molz & S. Gibson (Eds.) *Mobilizing Hospitality: The Ethics of Social Relations in a Mobile World*. Farnham, 65–80.

Grant Thornton (2015) *Hotels 2020: Welcoming tomorrow's guests* report. Retrieved from https://www.grantthornton.global/globalassets/1.-member-firms/global/insights/article-pdfs/2015/gt_hotelfutures_lowres.pdf, on February 23, 2017.

Guttentag, D. (2015). Airbnb: disruptive innovation and the rise of an informal tourism accommodation sector. *Current issues in Tourism*, 18(12), 1192-1217.

Hamari, J., Sjöklint, M., & Ukkonen, A. (2015). The sharing economy: Why people participate in collaborative consumption. *Journal of the Association for Information Science and Technology*.

Ikkala, T., & Lampinen, A. (2014, February). Defining the price of hospitality: networked hospitality exchange via Airbnb. In *Proceedings of the companion publication of the 17th ACM conference on Computer supported cooperative work & social computing* (pp. 173-176). ACM.

Ikkala, T., & Lampinen, A. (2015). Monetizing network hospitality: Hospitality and sociability in the context of Airbnb. In *Proceedings of the 18th ACM conference on computer supported cooperative work & social computing* (pp. 1033-1044). ACM.

Kounavis, C. D., Kasimati, A. E., & Zamani, E. D. (2012). Enhancing the tourism experience through mobile augmented reality: Challenges and prospects. *International Journal of Engineering Business Management*, 4.

Araştırma Makalesi

Makalenin Geliş Tarihi: 29 Mayıs 2018 Makalenin Kabul Tarihi: 21 Haziran 2018

Lean, G. May 7, 2015. Briefing: Look to the Future of Hospitality. Accessed online at <http://hospitalitypeoplegroup.com/2015/05/07/look-future-hospitality/> on February 22, 2017.

Liang, L. J. (2015). Understanding repurchase intention of Airbnb consumers: perceived authenticity, EWOM and price sensitivity (Doctoral dissertation).

Lynch P., Di Domenico M. L., Sweeney M. (2016) Resident Hosts and Mobile Strangers: Temporary Exchanges within the Topography of the Commercial Home. In J. Germann Molz & S. Gibson (Eds.) Mobilizing Hospitality: The Ethics of Social Relations in a Mobile World. Farnham, 122–145.

Mirza, A. (2016) What is the future of hospitality. Cachet Hotel Group. Retrieved from <http://www.cachethotelgroup.com/en/content/what-future-hospitality> on February 22, 2017.

Moore, G. (1965) Cramming More Components onto Integrated Circuits

Oskam, J., & Boswijk, A. (2016). Airbnb: the future of networked hospitality businesses. *Journal of Tourism Futures*, 2(1), 22-42.

Araştırma Makalesi

Makalenin Geliş Tarihi: 29 Mayıs 2018 Makalenin Kabul Tarihi: 21 Haziran 2018

Pouke, M. (2015) Augmented virtuality: transforming real human activity into virtual environments (Doctoral Thesis).

Rifkin, J. (2014). The zero marginal cost society: The internet of things, the collaborative commons, and the eclipse of capitalism. Palgrave Macmillan.

Rothkopf, E. (2014), "CCTP-725: remix and dialogic culture". Retrieved from <https://blogs.commons.georgetown.edu/cctp-725-fall2014/2014/01/27/transitioning-to-post-postmodernism-a-look-at-twitterairbnb/> on February 22, 2017.

Stene, A. K., & Holte, H. F. (2015). A new lease on life: Why do Norwegian Consumers Participate in Collaborative Consumption? A case study of Airbnb and Bilkollektivet.

Stors, N., & Kagermeier, A. (2015). Motives for Using Airbnb in Metropolitan Tourism—Why do People Sleep in the Bed of a Stranger?. *Regions Magazine*, 299(1), 17-19.

tom Dieck, M.C. & Jung, T. (2015). A theoretical model of mobile augmented reality acceptance in urban heritage tourism. *Current Issues in Tourism* 18: 1-21

Tuttle, B. (2014), "Marriott's CEO just made a pretty good sales pitch for... Airbnb?" Retrieved

Araştırma Makalesi
Makalenin Geliş Tarihi: 29 Mayıs 2018 Makalenin Kabul Tarihi: 21 Haziran 2018

from <http://time.com/money/2964290/marriottairbnbarnesorensoneighborhoods/> on February 23, 2017.

Van de Glind, P. B. (2013). The consumer potential of Collaborative Consumption: Identifying the motives of Dutch Collaborative Consumers & Measuring the consumer potential of Collaborative Consumption within the municipality of Amsterdam (Master's thesis).

Yovcheva, Z., Buhalis, D. & Gatzidis, C. (2014). Empirical Evaluation of Smartphone Augmented

DOĞRUDAN YABANCI YATIRIM EKONOMİK BÜYÜME İLİŞKİSİ: TÜRKİYE ÖRNEĞİ

F. Dila TAŞDEMİR¹
Hüseyin ERDAŞ²

ÖZ: Uluslararası literatürde doğrudan yabancı yatırım ve ekonomik büyüme ilişkisini ele alan çalışmalar incelendiğinde, farklı sonuçların elde edildiği gözlemlenmiştir. Bazı çalışmalar doğrudan yabancı yatırımlar ile ekonomik büyümenin ilişkili olduğu sonucunu elde ederken, bazı çalışmalarda ise iki değişken arasında ilişki saptanamamıştır. Bu çalışma kapsamında, 2006Ç1-2016Ç4 dönemini kapsayan süreçte, Türkiye ekonomisi için Doğrudan Yabancı Yatırım (DYY) ve ekonomik büyüme arasındaki ilişki incelenmiştir. Uygulanan ekonometrik analizler sonucunda, DYY'nin ekonomik büyümeye neden olduğu görülmüş, elde edilen bu sonuç, etki-tepki analizi ve varyans ayrıştırması analizi ile doğrulanmıştır

Anahtar Kelimeler: Doğrudan yabancı yatırım; Ekonomik büyüme; Nedensellik analizi; Etki-tepki analizi; Varyans Ayrıştırması

ABSTRACT: When studies dealing with the relationship between foreign direct investment and economic growth are examined in the international literature, it is observed that different results are obtained. While some studies have concluded that direct foreign investment is associated with economic growth, some studies have not found a relationship between the two variables. In this study, the relationship between FDI and economic growth for the Turkish economy was examined during the period of 2006Q1-2016Q4. As a result of the applied econometric analyzes, FDI was found to cause economic growth, and this result was confirmed by impulse-response analysis and variance decomposition analysis.

¹ Trakya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat A.B.D. Doktora Öğrencisi,
e-posta: fdilatasdemir@gmail.com

² Trakya Üniversitesi, Öğr. Gör. Dr., Havsa MYO, e-posta:
huseyinerdas@trakya.edu.tr

Araştırma Makalesi

Makalenin Geliş Tarihi: 29 Mayıs 2018 Makalenin Kabul Tarihi: 9 Haziran 2018

Keywords: Foreign direct investment; Economic growth; Causality analysis; Impulse-response analysis; Variance Decomposition.

GİRİŞ

Uluslararası Para Fonu (IMF), doğrudan yabancı yatırımı; bir yatırımcının yerleştiği olduğu bir ekonomi dışındaki bir ekonomide uzun vadeli ve kalıcı yatırım yapmak, işletmenin yönetimini kontrol etmek veya yönetiminde söz sahibi olmak şeklinde tanımlamıştır.

Başlangıç tarihi sömürgecilik dönemine kadar uzanan yabancı sermaye yatırımı, kürselleşen dünyada giderek yaygınlık kazanmıştır. Sanayi devrimi sonrasında batı ülkeleri, bünyelerinde biriktirdikleri sermayelerini farklı ülkelerde en çok karı sağlayacak yatırım alanına yöneltmişlerdir. Tarımsal ve doğal kaynaklar ile başlayan yabancı sermaye yatırımı günümüzde, nükleer madde, teknoloji, bilişim sistemleri ve hizmet sektörü gibi geniş bir perspektifte uygulanmaktadır.

Doğrudan Yabancı Yatırımlar (DYY), ev sahibi ülke ve yatırımcı ülke olmak üzere iki açıdan ele alınırsa; ev sahibi ülkeye, doğal kaynakların değerlendirilmesi, ekonomik büyümenin arttırılması, istihdam düzeyinin arttırılması, üretim ve yönetim bilgisinde gelişme, dış ticaret açığının azalması gibi birçok fayda sağlamaktadır. Aynı zamanda DYY'ler döviz darboğazından kurtulma ve teknolojik yetersizlikleri gidermede de büyük önem arz etmektedir. Konuyu yatırımcı ülke açısından ele alırsak, ucuz işgücü, ucuz hammadde, yatırım teşvikleri, ham madde kaynaklarına yakın olmak ve düşük vergilendirme sistemi yatırımcı ülkeyi teşvik eden unsurlar arasında yer almaktadır. Yatırım yapılacak ülkeyi seçmeye yönelik karar almada etki eden faktörler ise; alt yapı tesislerinin yeterliliği, talep ve pazar büyüklüğü, ekonomik istikrar, ticari dışa açıklık, döviz kuru, sermaye stoku, politik risk, beşeri sermaye ve özelleştirme uygulamaları hukuk düzeni, demokrasiye bağlılık, mevzuatın sadeliği olarak gösterilebilir.

Bu çalışmanın amacı ekonometrik yöntemler kullanarak DYY ve ekonomik büyüme ilişkisini Türkiye ekonomisi için analiz etmektir. Bu bağlamda çalışmada ilk olarak DYY hakkında temel birkaç bilgiye

Araştırma Makalesi

Makalenin Geliş Tarihi: 29 Mayıs 2018 Makalenin Kabul Tarihi: 9 Haziran 2018

değınilmiş, ardından konu ile ilgili literatürde yer alan çalışmalara yer verilmiş ve son olarak da Türkiye'deki ekonomik büyüme ve DYY ilişkisi ekonometrik analiz ile irdelenmiştir.

Literatür Özeti

Gerek yerli gerekse yabancı literatürde DYY'nin GSYH'ye etkisi oldukça ilgi uyandıran bir araştırma konusudur. Yapılan çalışmalarda konuya dahil edilen değişkenler farklılık gösterse de, değişkenler arasındaki etkileşim neredeyse tüm çalışmaların ortak sonucu halini almıştır. Aşağıda literatürden seçilen birkaç örnek yer almaktadır.

1960-1995 dönemi verilerini kullanarak, gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler için doğrudan yabancı yatırım ve ekonomik büyüme ilişkisini ele alan Carkovic ve Levine (2002), yabancı sermaye yatırımlarının büyüme üzerinde anlamlı bir etkisinin bulunmadığı sonucunu elde etmiştir.

Ücretler ve büyüme ile doğrudan yabancı yatırımlar arasındaki ilişkiyi 1980-2002 dönemi için ele alan Açıkalın ve arkadaşları (2006), ücretler ve GSYH' nin doğrudan yabancı yatırımlar ile uzun dönemli ilişkili olduğunu ve değişkenler arasında da çift yönlü nedenselliğin olduğunu saptamıştır.

Gelişmekte olan dokuz ülkenin 1970-2006 verilerini kullanarak DYY-GSYH ilişkisini ele alan Okuyan ve Erbaykal (2007), Brezilya, Meksika, Malezya, Güney Kore, Tayland ve Türkiye'de ekonomik büyümeden yabancı yatırımlara doğru, Singapur ve Endonezya'da karşılıklı ve Hindistan'da ise doğrudan yabancı yatırımlardan ekonomik büyümeye doğru nedensellik ilişkisi elde etmiştir.

Örnek (2008), yabancı sermaye akımlarının yurtiçi tasarruf ve ekonomik büyüme üzerine etkisini, 1996-2006 döneminde, Türkiye ekonomisi için ele almıştır. Kısa vadeli sermaye girişleri ve doğrudan yatırımların ekonomik büyümeyi olumlu yönde etkilediği, doğrudan yatırımların yurtiçi tasarrufları kısa ve uzun vadede olumlu yönde etkilediği ve son olarak da kısa vadeli sermaye akımlarının da kısa ve uzun dönemde yurtiçi tasarrufları üzerinde negatif bir etki yarattığı saptanmıştır.

Araştırma Makalesi

Makalenin Geliş Tarihi: 29 Mayıs 2018 Makalenin Kabul Tarihi: 9 Haziran 2018

Türkiye’de doğrudan yabancı sermaye hareketlerini belirleyen faktörlerin ekonometrik analizini yapan Kar ve Tatlısöz (2008), 1980-2003 dönemini ele almıştır. Uluslararası net rezervlerdeki %1 birimlik artışın doğrudan yatırımları %0,72 arttırdığı, dışa açıklık oranındaki %1 birimlik artışın doğrudan yatırımları %1,72 arttırdığı, elektrik enerjisi üretimindeki %1 birimlik artışın doğrudan yatırımları %0,90 arttırdığı, yatırım teşvik belgelerindeki %1 birimlik artışın ise doğrudan yatırımları %1,05 arttırdığı saptanmıştır. Bunlara ek olarak; reel döviz kurundaki %1 birimlik artışın doğrudan yatırımları %4,22 oranında azalttığı ve iş gücü maliyetlerindeki %1 birimlik artışın ise doğrudan yatırımları %3,37 oranında azalttığı elde edilmiştir.

Türkiye’deki ekonomik büyüme ve doğrudan yatırımlar arasındaki ilişkiyi 1992-2007 dönemi için ele alan Alagöz ve arkadaşları (2008), değişkenler arasında nedensellik ilişkisinin bulunmadığını saptamıştır. Doğrudan yabancı sermaye gelirlerindeki %10’luk sürekli artışın, ekonomik büyümeyi %3,6 arttırdığı elde edilmiştir.

Doğrudan yabancı yatırımlar ve ekonomik büyüme arasında uzun dönemli bir ilişkinin varlığının saptandığı çalışmalardan biri de, Türkiye ekonomisi için 1992-2007 dönemi verilerini kullanan Mucuk ve Demirel (2009)’e aittir. Çalışmada ayrıca etki-tepki analizi ve varyans analizi uygulanmış ve sonuçların birbirini desteklediği gözlemlenmiştir. Granger nedensellik testi sonucunda da değişkenler arasında çift yönlü nedensellik elde edilmiştir.

Bir diğer çalışma Ekinci (2011)’nin doğrudan yabancı yatırımların Türkiye ekonomisinde büyüme ve istihdama olan etkisini analiz eden çalışmadır. 1980-2010 döneminin ele alındığı çalışmada, doğrudan yabancı yatırımlar ile ekonomik büyüme arasında uzun dönemli bir ilişki saptanırken, istihdam ve doğrudan yabancı yatırımlar arasında bir ilişki tespit edilememiştir. Ayrıca doğrudan yabancı yatırımlar ile ekonomik büyüme arasında çift yönlü nedensellik ilişkisi elde edilmiştir.

BRICS’de doğrudan yabancı yatırımın belirleyicileri hakkında Jadhav (2012)’in yaptığı bir araştırmada, 2000-2009 dönemi ele alınmış, reel GSYH

Araştırma Makalesi

Makalenin Geliş Tarihi: 29 Mayıs 2018 Makalenin Kabul Tarihi: 9 Haziran 2018

tarafından ölçülen pazar büyüklüğü, ticaret açıklığı, doğal kaynağın bulunabilirliği, hukukun üstünlüğü DYY'ın önemli belirleyicileri olduğu ifade edilmiştir. Pazar büyüklüğündeki % 1'lik artışın DYY'yi yaklaşık % 2,5 oranında arttırdığı saptanmıştır.

ARDL sınır testi ile ulaştırma altyapısı, doğrudan yabancı yatırım ve Hindistan'daki ekonomik büyüme (GSYİH) arasındaki uzun soluklu ilişkiyi araştıran Pradhan ve arkadaşları (2013), değişkenler arasında eş bütünleşme olduğunu saptamıştır. Ayrıca uygulanan VECM metodu ile, DYY ile ekonomik büyüme arasında çift yönlü bir nedensellik ve ulaşım altyapısından hem ekonomik büyümeye hem de doğrudan yabancı yatırıma tek yönlü nedensellik saptanmıştır.

Diaconu (2014), Güneydoğu Asya'daki doğrudan yabancı yatırımları 1997-2007 dönemi için ele almış, bu dönem içerisinde, dış yatırımların gelişimini sadece dış çevre değil, aynı zamanda her ASEAN ülkesinin iç siyasi koşullarının etkilediği ifade edilmiştir. DYY'nin 2007 yılında, tepe noktasına, küresel DYY miktarının % 3,52'sine ulaştığı gözlemlenmiştir.

1990-2010 döneminde Katar ekonomisi için, DYY girişlerinin ekonomik büyüme üzerindeki etkisini araştıran Almfraji (2014), değişkenlerin uzun vadede birbirleriyle etkileşime girdiğini ortaya koyan bir sonuç elde etmiştir.

Doğrudan yabancı yatırımlar ve gayri safi yurtiçi hasıla ilişkisini Çin ekonomisi için analiz eden Ferrer ve Zermeno (2015), 1995-2012 dönemini ele almış, GSYH'deki büyümenin DYY'de bir artışa neden olduğu fakat, doğrudan yabancı yatırımdaki değişmelerin GSYİH üzerinde bir etkisinin olmadığı sonucuna varmıştır.

Ibrahiem (2015), Mısır'da yenilenebilir elektrik tüketimi, doğrudan yabancı yatırım ve ekonomik büyüme ilişkisini ARDL yaklaşımı ile 1980-2011 dönemi için ele almıştır. Değişkenlerin eş bütünleştiğini ve aralarında uzun dönemli ilişkinin var olduğunu saptamıştır. Ayrıca Granger nedensellik testinden, doğrudan yabancı yatırımdan ekonomik büyümeye doğru tek

Araştırma Makalesi

Makalenin Geliş Tarihi: 29 Mayıs 2018 Makalenin Kabul Tarihi: 9 Haziran 2018

yönlü nedensellik ilişkisi ve ekonomik büyüme ile yenilenebilir elektrik tüketimi arasında çift yönlü nedensellik olduğunu elde etmiştir.

1977-2013 döneminde, Pakistan ekonomisi için DYY ve ekonomik büyüme arasında pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişki elde eden Tahir ve arkadaşları (2015), doğrudan yabancı yatırımlardaki % 1'lik bir artışın ekonomik büyümeyi %0,42 oranında etkileyeceği sonucunu elde etmiştir.

Literatürde yer alan örnekler incelendiğinde, çalışmaların odak noktasının DYY ve ekonomik büyüme ilişkisi olduğu ve buna ek olarak da DYY girişlerine etki eden faktörlerin de literatürde geniş yer kapladığı gözlemlenmiştir. Seçilmiş örnekler göz önünde bulundurulduğunda, ekonomik büyüme-DYY ilişkisi için net bir görüş birliği elde edilmese de, hakim görüş ekonomik büyüme ile DYY arasında uzun dönemli bir ilişkinin varlığı yönündedir.

Veri Seti ve Ekonometrik Analiz

Bu çalışmada 2006Ç1-2016Ç4 dönemini kapsayan süreçte Türkiye'deki Gayri Safi Yurtiçi Hasıla (GSYH) ve Doğrudan Yabancı Yatırım (DYY) ilişkisi irdelenmiştir. DYY serisi, Merkez Bankası elektronik veri dağıtım sisteminden milyon dolar cinsinde derlenmiş olup yine Merkez Bankası elektronik veri dağıtım sisteminden elde edilen dolar kuru yardımıyla TL'ye dönüşümü yapılmıştır. GSYH serisi ise Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) resmi sitesinden alınmıştır. Analizde kullanılacak serilerin ilk olarak doğal logaritmaları alınmıştır.

İki değişken arasında anlamlı bir regresyon ilişkisinin olabilmesi için değişkenlerin aynı dereceden bütünleşik ya da durağan olmaları gerekmektedir. Durağan olmayan seriler ile çalışılması durumunda sahte regresyon problemi olacaktır. Bu sebeple de seriler arasında yapılan analiz gerçekten sapmalı ve yanıltıcı olabilmektedir (Granger & Newbold, 1974). Bu nedenle analizde ilk olarak serilerin durağanlıkları analiz edilmiştir.

Ele alınan serilerin durağanlıklarını analiz etmek amacıyla Genişletilmiş Dickey-Fuller(ADF) testi ve Phillips-Perron(PP) testi uygulanmıştır. Analiz yapılırken sabitli, sabitsiz ve trendsiz ile sabitli ve

Araştırma Makalesi

Makalenin Geliş Tarihi: 29 Mayıs 2018 Makalenin Kabul Tarihi: 9 Haziran 2018

trendli modeller karşılaştırılmış ve her iki seri için de sabitli modelin uygun olduğuna karar verilmiştir.

Tablo 1: Birim Kök Testi (ADF) Sonuçları

Değişkenler	Derece	ADF İstatistik Değeri	Mc-Kinnon Kritik değeri		
			% 1	% 5	% 10
DYY	Yalın	-0,9045	-3,5924	-2,9314	-2,6039
DYY	Birinci fark	-6,7349	-3,5966	-2,9331	-2,6048
GSYH	Yalın	0,1870	-3,5924	-2,9314	-2,6039
GSYH	Birinci fark	-5,9935	-3,5966	-2,9331	-2,6048

Tablo 2: Birim Kök Testi (PP) Sonuçları

Değişkenler	Derece	PP İstatistik Değeri	Mc-Kinnon Kritik değeri		
			% 1	% 5	% 10
DYY	Yalın	-1,0914	-3,5924	-2,9314	-2,6039
DYY	Birinci fark	-7,3275	-3,5966	-2,9331	-2,6048
GSYH	Yalın	0,2863	-3,5924	-2,9314	-2,6039
GSYH	Birinci fark	-5,9241	-3,5966	-2,9331	-2,6048

Tablo 1 ve Tablo 2 incelendiğinde, seviyede, GSYH ve DYY serileri için ADF ve PP test istatistiklerinin, mutlak değer olarak, Mc-Kinnon kritik değerleri olan %1, %5 ve %10 anlamlılık düzeylerinden büyük olmadığı yani serilerin birim kök içerdiği görülmektedir. Serilerin birinci farkları alındığında ise test istatistiğinin mutlak değer olarak kritik değerden büyük olduğu, serinin birim kök içermediği görülmektedir. Buradan her iki serinin de seviyede durağan olmadığı ancak birinci farkları alındığında durağan hale geldikleri anlaşılmaktadır.

Değişkenlerin durağanlıkları analiz edildikten sonra seriler arasında nedenselliğin olup olmadığını, var ise de yönünü belirlemek için Granger nedensellik testi uygulanmıştır. Ele alınan değişkenleri nedensellik analizine tabi tutmadan önce değişkenlerin optimal gecikme uzunluğu bulunmalıdır.

Araştırma Makalesi

Makalenin Geliş Tarihi: 29 Mayıs 2018 Makalenin Kabul Tarihi: 9 Haziran 2018

Akaike Bilgi Kriterleri (AIC)'den yararlanarak gecikme uzunluğu 2 olarak belirlenmiştir.

Tablo 3: Granger Nedensellik Analizi Sonuçları

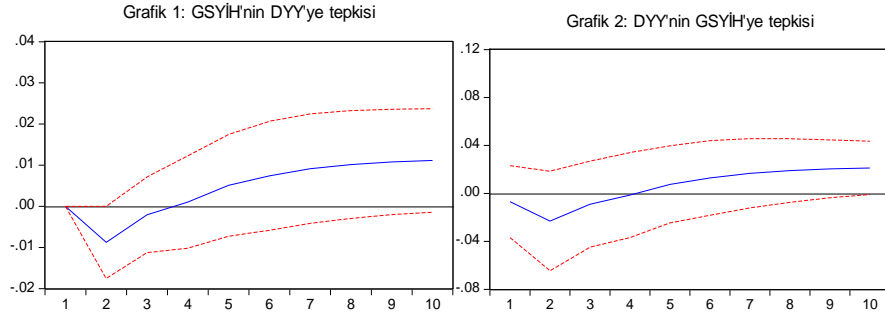
H_0 hipotezi	F Değeri	Olasılık Değeri	Karar
DYY, GSYH'nin nedeni değildir.	6,8657	0,0323	Ret
GSYH, DYY'nin nedeni değildir.	3,9794	0,1367	Kabul

Tablo 3'deki test sonuçlarına göre “doğrudan yabancı yatırım ekonomik büyümenin Granger nedeni değildir” temel hipotezi, olasılık değerinin yüzde beşten küçük olması nedeni ile reddedilerek doğrudan yabancı yatırımın ekonomik büyümenin nedenin olduğu sonucuna varılır. Benzer şekilde “ekonomik büyüme doğrudan yabancı yatırımın nedeni değildir” temel hipotezi, olasılık değerinin yüzde beşten büyük olması nedeni ile reddedilemeyerek ekonomik büyümenin doğrudan yabancı yatırımın nedeni olmadığı sonucuna varılır. Kısaca belirtmek gerekirse nedensellik analizi sonuçlarına göre, DYY'den GSYH'ye doğru tek yönlü bir nedensellik ilişkisinin mevcut olduğu görülmektedir.

Bu çalışmada, DYY-GSYH ilişkisi nedensellik analizinin yanı sıra etki-tepki fonksiyonları ve varyans ayrıştırması analizi de kullanılarak incelenmiş, elde edilen sonuçlar kıyaslanmıştır. Rassal hata terimlerinden birindeki bir standart sapmalık şokun içsel değişkenlerin gelecekteki ve şimdiki değerlerine olan etkisini analiz etmek, sistemdeki değişkenlerin birinde meydana gelecek şoka diğer değişkenlerin vereceği dinamik tepkiyi analiz etmek, için kullanılan önemli araçlardan biri etki-tepki fonksiyonlarıdır. Varyans ayrıştırması ise bir makro büyüklüğün üzerinde etkili değişkenin hangisinin olduğunu analiz etmeye, değişkenlerin kendilerinde ve diğer değişkenlerde meydana gelen şokların kaynaklarını yüzde olarak ifade etmeye, değişkenlerin sistemde yer alan tüm değişkenlerde ortaya çıkan şoklar karşısında gösterdiği duyarlılığı göstermeye imkan sağlamaktadır. Ayrıca Varyans ayrıştırması analizi, kullanılan değişkenlerde meydana gelecek bir değişimin yüzde kaçının kendisinden, yüzde kaçının diğer değişkenlerden kaynaklandığını gösterir (Enders, 1995).

Araştırma Makalesi

Makalenin Geliş Tarihi: 29 Mayıs 2018 Makalenin Kabul Tarihi: 9 Haziran 2018



Yukarıdaki grafikte kesikli çizgiler bir standart hatalık güven sınırlarını, düz çizgiler ise nokta tahminlerini göstermektedir. Grafik 1, GSYİH'de meydana gelen bir standart hatalık şokun DYY'ye etkisini göstermektedir. Grafikten görüldüğü üzere etki başlangıçta negatif iken dördüncü dönemden sonra pozitif bir seyir izlemektedir. DYY'de meydana gelen bir standart hatalık şokun GSYİH'ye etkisini gösteren Grafik 2'den ise etkinin başlangıçta negatif azalan yönde seyir gösteren, dördüncü döneme kadar negatif yönde ilerleyen, ancak artan seyir oluşturan, ayrıca beşinci dönemden sonra ise pozitif yönde bir etkiye neden olduğu anlaşılmaktadır.

Tablo 4: DYY için Varyans Ayrıştırması Sonuçları

Period	Standart Hata	GSYİH	DYY
1	0,097	0,499	99,500
2	0,127	3,538	96,461
3	0,147	3,038	96,961
4	0,157	2,683	97,316
5	0,163	2,703	97,296
6	0,167	3,169	96,830
7	0,170	4,018	95,981
8	0,173	5,093	94,906
9	0,175	6,289	93,710
10	0,178	7,524	92,475

Araştırma Makalesi

Makalenin Geliş Tarihi: 29 Mayıs 2018 Makalenin Kabul Tarihi: 9 Haziran 2018

Tablo 5: GSYİH için Varyans Ayrıştırması Sonuçları

Period	Standart Hata	GSYİH	DYY
1	0,026	100,000	0,000
2	0,036	94,114	5,885
3	0,042	95,574	4,425
4	0,046	96,268	3,731
5	0,050	95,720	4,279
6	0,053	94,219	5,780
7	0,055	92,068	7,931
8	0,058	89,717	10,282
9	0,060	87,384	12,615
10	0,063	85,203	14,796

Varyans Ayrıştırması tablosu incelendiğinde, DYY değişkeninin önemli bir bölümü kendisi tarafından açıklanmaktadır. Örneğin dördüncü dönemde doğrudan yabancı yatırımdaki değişmelerin yaklaşık %97'si kendisinden, %3'si ise gayri safi yurtiçi hasıla değişkeninden kaynaklanmakta iken onuncu dönemin sonunda yaklaşık olarak %92'si kendisinden, %8'i ekonomik büyümeden kaynaklanmaktadır. Buna karşın GSYH değişkeninin ikinci dönemden itibaren DYY'den etkilendiği, etkinin giderek artış gösterdiği ve onuncu dönemde de %15 düzeyine ulaştığı görülmektedir. Varyans ayrıştırması sonucuna göre DYY'de meydana gelen değişimler ekonomik büyüme meydana gelen değişimlerin önemli bir kaynağını oluşturmaktadır. Elde edilen bu sonuç Ekinci (2011) ile Mucuk ve Demirsel (2009)'in ulaştıkları sonuçlar ile benzerlik göstermektedir. Bu bulgular, DYY değişkeninin iktisadi büyüme açısından önemini bir kez daha ortaya koymaktadır. Ayrıca, elde edilen sonucun, nedensellik analizinden elde edilen sonucu da destekler nitelikte olduğu görülmektedir.

Araştırma Makalesi

Makalenin Geliş Tarihi: 29 Mayıs 2018 Makalenin Kabul Tarihi: 9 Haziran 2018

SONUÇ

Ekonomik büyüme ile yabancı sermaye yatırımları arasındaki ilişkiyi ele alan çalışmalar göz önünde bulundurulursa, bir görüş birliği elde edilemediği, farklı sonuçlara ulaşıldığı gözlemlenmektedir. Çalışmaların çoğunda, Ekinci (2011) ile Mucuk ve Demirsel (2009)'in çalışmalarında olduğu gibi, doğrudan yabancı yatırımlar ile ekonomik büyüme arasında uzun dönemli ve pozitif bir ilişki olduğunu saptanırken; diğer bir grup çalışmada ise, Carkovic ve Levine (2002)'nin çalışmalarındaki gibi, değişkenler arasında anlamlı bir ilişki elde edilememiştir. Bu çalışmada amaç, doğrudan yabancı yatırım ve ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi Türkiye için irdeleyerek literatürdeki fikir farklılıklarına katkı sağlamaktır.

Türkiye ekonomisi için, 2006Ç1-2016Ç4 dönemi ele alınarak, doğrudan yabancı yatırım ve ekonomik büyüme ilişkisini analiz etmek amacıyla ilk olarak ADF ve PP testleri ile serilerin durağanlıkları incelenmiştir. Değişkenlerin düzeyde durağan olmadıkları ancak birinci farkları itibariyle durağan oldukları anlaşılmıştır. Ardından uygulanan nedensellik analizi sonucunda, doğrudan yabancı yatırımlardan ekonomik büyümeye doğru tek yönlü bir nedensellik olduğu saptanmıştır. Daha sonra varyans ayrıştırması ve etki-tepki analizi uygulanmış, ekonomik büyümenin doğrudan yabancı yatırımları açıklama yüzdesinin daha düşük olduğu sonucuna varılmıştır. Varyans ayrıştırması sonuçları ve etki-tepki analizi sonuçları nedensellik analizi sonuçları ile birlikte değerlendirildiğinde sonuçların uyumlu olduğu görülmektedir.

Elde edilen sonuçların genel değerlendirilmesi yapıldığında, Türkiye ekonomisi açısından doğrudan yabancı yatırımların ekonomik büyüme için büyük önem taşıdığı sonucuna varılmıştır.

KAYNAKÇA

Maxim, L. D. (2014). The foreign direct investments in South-East Asia during the last decades. *Emerging Markets Queries in Finance and Business*, 903 – 908.

Araştırma Makalesi

Makalenin Geliş Tarihi: 29 Mayıs 2018 Makalenin Kabul Tarihi: 9 Haziran 2018

Açıklan, S., Gül, E., & Yaşar, E. (2006). Ücretler ve Büyüme ile Doğrudan Yabancı yatırımlar Arasındaki İlişkinin Ekonometrik Analizi. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* , 271-282.

Alagöz, M., Erdoğan, S., & Topallı, N. (2008). Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımları ve Ekonomik Büyüme:Türkiye Deneyimi 1992-2007. *Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 79-89 .

Almfrajia, M. A., Almsafir, M. K., & Yao, L. (2014). Economic Growth and Foreign Direct Investment Inflows:The Case of Qatar. *2ndWorld Conference On Business, Economics And Management*, (s. 1040 – 1045).

Carkovic, M., & Levine, R. (2002). Does Foreign Direct Investment Accelerate Economic Growth? *Working Paper (University of Minnesota Department of Finance, available at: www//ssrn.com/abstract=314924)*.

Ekinci, A. (2011). Doğrudan Yabancı Yatırımların Ekonomik Büyüme ve İstihdama Etkisi: Türkiye Uygulaması (1980-2010). *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, 71-96.

Encinas-Ferrer, C., & Villegas-Zermeño, E. (2015). Foreign direct investment and gross domestic product growth. *International Conference on Applied Economics*, (s. 198 – 207). Kazan, Russia.

Enders, W. (1995). *Applied Econometric Time Series*. John Wiley and Sons Inc.

Granger, C., & Newbold, v. P. (1974). Spurious regressions in econometrics. *Journal of Econometrics*, 111-120.

Ibrahiem, D. M. (2015). Renewable Electricity Consumption, Foreign Direct Investment and Economic Growth in Egypt: An ARDL Approach. *3rd Economics & Finance Conference*, (s. 313 – 323). Rome, Italy,.

Jadhav, P. (2012). Determinants of foreign direct investment in BRICS economies: Analysis of economic, institutional and political factor.

Araştırma Makalesi

Makalenin Geliş Tarihi: 29 Mayıs 2018 Makalenin Kabul Tarihi: 9 Haziran 2018

International Conference on Emerging Economies - Prospects and Challenges, (s. 5-14).

Kar, M., & Tatlısöz, F. (2008). Türkiye’de Doğrudan Yabancı Sermaye Hareketlerini Belirleyen Faktörlerin Ekonometrik Analizi. *KMU İİBF Dergisi* .

Karagöz, K. (2007). Türkiye’de Doğrudan Yabancı Yatırım Girişlerini Belirleyen Faktörler: 1970-2005 . *Journal of Yaşar University*, 929- 948.

Mucuk, M., & Demirsel, M. T. (2009). Türkiye’de Doğrudan Yabancı Yatırımlar ve Ekonomik Performans. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 365-373.

Okuyan, H. A., & Erbaykal, E. (2007). Gelişmekte Olan Ülkelerde Doğrudan Yabancı Yatırımlar ve Ekonomik Büyüme İlişkisi. *Ekonomik Yaklaşım*, 47-58.

Örnek, İ. (2008). Yabancı Sermaye Akımlarının Yurtiçi Tasarruf ve Ekonomik Büyüme Üzerine Etkisi :Türkiye Örneği. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 199-217.

Pradhana, R. P., Norman, N. R., Badir, Y., & Samadhan, B. (2013). Transport Infrastructure, Foreign Direct Investment and Economic Growth Interactions in India: The ARDL Bounds Testing Approach. *2nd Conference of Transportation Research Group of India*, (s. 914 – 921).

Szkorpová, Z. (2014). A causal relationship between foreign direct investment, economic growth and export for Slovakia. *Procedia Economics and Finance* , 123 – 128.

Tahir, M., Khan, I., & Shah, A. M. (2015). Foreign Remittances, Foreign Direct Investment, Foreign Imports and Economic Growth in Pakistan: A Time Series Analysis. *Arab Economic and bussines journal*, 82-89.

Araştırma Makalesi

Makalenin Geliş Tarihi: 29 Mayıs 2018 Makalenin Kabul Tarihi: 9 Haziran 2018

AVRUPA BİRLİĞİ ÜLKELERİNDE İŞSİZLİK ORANLARININ CİNSİYET VE EĞİTİM DÜZEYİNE GÖRE İSTATİSTİKSEL ANALİZİ

Ayhan UÇAK*, Gamze SART**, Funda SEZGİN***

ÖZ

Avrupa Birliği 2008 küresel ekonomik krizinden önemli ölçüde etkilenmiştir. Ekonomik büyümeden işsizliğe kadar önemli olumsuz etkiler gözlemlenmiştir. Avrupa Birliği ekonomik krizin etkilerini aşabilmek için çeşitli iktisat politikaları uygulamıştır. Çalışmada Avrupa Birliği ülkeleri için işsizlik oranları; eğitim düzeyi ve cinsiyete göre istatistiksel olarak incelenmiştir. Çalışmada, Avrupa Birliği ülkelerinde aynı eğitime sahip kadın ve erkeklerin ortalama işsizlik oranlarının istatistiksel olarak birbirine yakın olduğu ve eğitim düzeylerine göre genel işsizlik ortalamalarının farklı olduğu sonucu ortaya çıkmıştır. Sonuç olarak Avrupa Birliği ülkelerinde işsizlikte cinsiyet eşitsizliği sorunu olmayıp, eğitim düzeyi arttıkça da işsizlik oranı azalmaktadır.

Anahtar Kelimeler: : Cinsiyet Eşitsizliği, Yüksek Öğrenim, Türkiye

STATISTICAL ANALYSIS OF UNEMPLOYMENT RATES BY GENDER AND EDUCATIONAL LEVELS IN EUROPEAN UNION COUNTRIES

ABSTRACT

The European Union has been heavily influenced by the 2008 global economic crisis. Significant negative effects from economic growth to unemployment have been observed. The European Union has implemented various economic policies to overcome the effects of the economic crisis. In the study, the unemployment rate for the European Union countries was statistically analyzed according to education level and sex. The study concluded that the average unemployment rates of males and females with the same education in the European Union countries were statistically equal and that the general unemployment rates were different according to education levels. As a result, there is no problem of gender inequality in unemployment in

*Doç.Dr. Trakya Üniversitesi, İİBF, İktisat bölümü, ayhanucak@trakya.edu.tr

** Dr.Öğr.Üyesi, İstanbul Üni. HAYEF, Eğitim Bilimleri Bölümü, gamze.sart@istanbul.edu.tr

***Dr.Öğr.Üyesi, İstanbul Üni., Mühendislik Fak., Endüstri Müh., hfundasezgin@yahoo.com

European Union countries, and as the level of education increases, the rate of unemployment decreases.

Keywords: Gender Inequality, Higher Education, Turkey

1. GİRİŞ

Avrupa Birliği 2008 küresel ekonomik krizinden önemli ölçüde etkilenmiştir. Bunun sonucunda ekonomik büyümeden işsizliğe kadar önemli olumsuz etkiler gözlemlenmiştir. Avrupa Birliği ekonomik krizin etkilerini aşabilmek için çeşitli iktisat politikaları uygulamıştır. Tablo.1, Tablo.2. ve Şekil.1.’de Avrupa Birliği için seçilmiş makroekonomik göstergelerin değerleri verilmiştir. Buna göre, küresel ekonomik krizin ekonomik büyüme üzerindeki etkisi 2008 yılında hissedilmeye başlanmış, 2009’da dip görülmüş ancak istikrarlı bir şekilde krizin etkilerini geride bırakmak hala günümüzde de tam anlamıyla mümkün olmamıştır. Ekonomik kriz kendisini ekonomik büyüme ile bağlantılı olarak en fazla işsizlik üzerinde hissettirmiştir. Toplam işsizlik oranlarında artış görüldüğü gibi eğitim düzeyi ve cinsiyete göre işsizlik oranlarındaki artış farklılıklar göstermiştir. Eğitim düzeyine göre işsizlikteki değişime baktığımızda, eğitim düzeyi yükseldikçe krizden etkilenme düzeyi azalmış, düşük eğitim seviyesine sahip işgücü daha fazla iş kaybına maruz kalırken, yüksek eğitim düzeyine sahip işgücünün iş kaybı göreceli olarak az olmuştur. Cinsiyete göre ise eğitim düzeyi göz önüne alındığında bazı yıllarda küçük farklılıklar olsa da yaklaşık benzer oranlarda kadın ve erkeklerin iş kaybına uğradıklarını gözlemliyoruz. Ancak 2016 yılında Avrupa Birliği genelinde erkeklerde işsizlik oranı ortalaması kadınlara göre biraz daha yüksek gerçekleşmiştir. Literatürde cinsiyete göre işsizliğin farklılaşmasında ülkelerin gelişmişlik düzeyi başta olmak üzere ulusal düzeyde sosyo-ekonomik-politik faktörler, sektöre ve bireysel tercih ve özelliklere göre sebepler dikkat çekmektedir. Öte yandan ülkeler geliştikçe bu farklılaşmanın azalması beklenmektedir. Benzer biçimde, eğitim düzeyi arttıkça istihdam oranlarının yükselmesi veya eğitim azaldıkça işsizliğin artması emek arz ve talep kanunlarına uygundur. Eğitimde verimlilik, verimlilik artışları da emek talebini ve emeğin kazancını artırır. Dolayısıyla literatürde yer alan çalışmaların bu doğrultuda olduğu söylenebilir.

Tablo.1 Avrupa Birliği İçin Eğitim Düzeyi ve Cinsiyete Göre İşsizlik Oranları ve Seçilmiş Makroekonomik Göstergeler

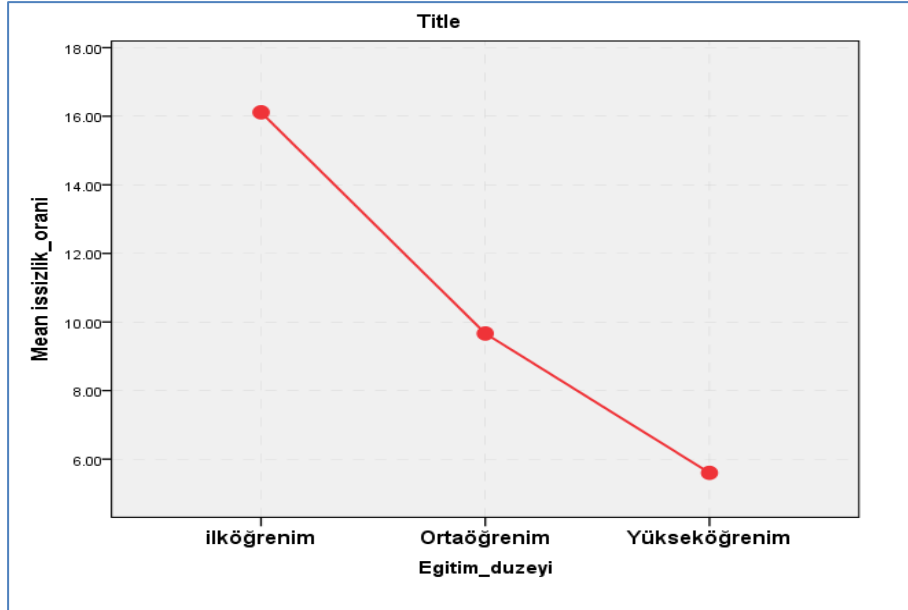
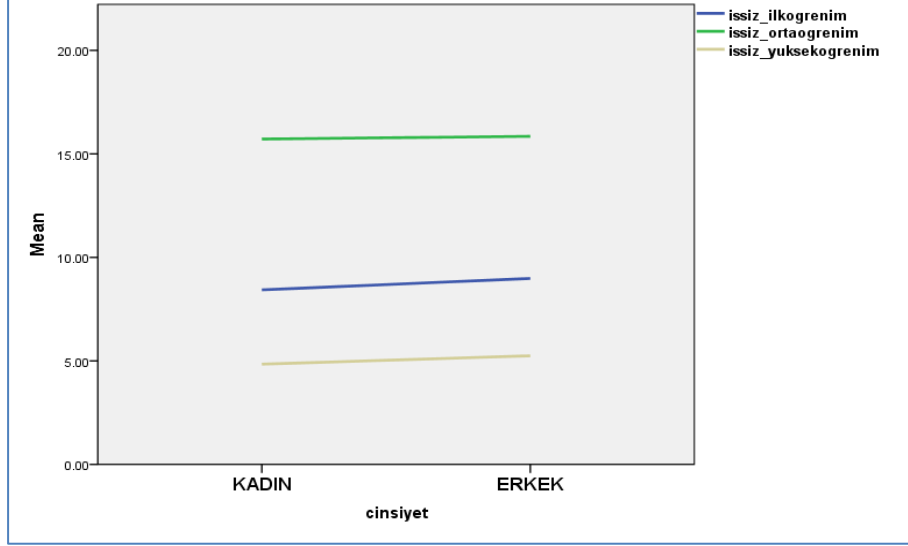
	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
GSYİH Büyüme (%)	3.3	3.1	0.5	-4.4	2.1	1.7	-0.4	0.3	1.7	2.3	1.9
Kamu Eğitim Harcaması (%GSYİH)	5.1	4.9	5.1	5.6	5.4	5.1	5.0	5.3	5.3
Enflasyon (Deflatör, %)	3.0	2.9	3.2	1.6	0.9	1.8	1.7	1.4	1.0	1.1	0.9
Yükseköğrenim mezunu işsiz (Yükseköğrenim mezunu işgücü oranı)	5.4	4.8	4.7	5.8	6.6	7.4	8.8	9.6	9.1	8.4	7.7
Kadın Yükseköğrenim mezunu işsiz (Kadın yükseköğrenim mezunu işgücüne oranı)	4.3	3.7	3.5	5.2	5.8	6.2	7.4	7.9	7.5	6.9	6.2
Erkek yükseköğrenim mezunu işsiz (Erkekyükseköğrenim mezunu işgücüne oranı)	4.8	4.1	4.0	5.5	6.2	6.8	8.0	8.6	8.2	7.4	6.7
Kadın ortaöğrenim mezunu işsiz (Kadın ortaöğrenim mezunu işgücüne oranı)	7.8	6.5	6.3	9.5	10.5	11.1	13.1	13.9	13.0	11.9	10.7
Erkek ortaöğrenim mezunu işsiz (Erkek ortaöğrenim mezunu işgücüne oranı)	8.7	7.3	7.1	9.9	11.1	11.9	13.7	14.5	13.7	12.4	11.3
İlköğrenim mezunu işsiz (İlköğrenim mezunu işgücüne oranı)	15.2	13.2	13.0	16.0	17.5	18.2	20.5	21.7	20.9	19.7	18.7
Kadın ilköğrenim mezunu işsiz (Kadın ilköğrenim mezunu işgücüne oranı)	14.2	12.4	12.2	16.4	18.1	18.6	20.8	21.8	20.7	19.2	17.6
Erkek ilköğrenim mezunu işsiz (Erkek ilköğrenim mezunu işgücüne oranı)	14.7	12.7	12.4	16.3	17.8	18.4	20.5	21.4	20.4	18.8	17.4
Kadın toplam işsiz (toplam kadın işgücüne oranı)	9.0	7.8	7.5	8.9	9.5	9.8	10.5	10.9	10.3	9.5	8.7
Erkek toplam işsiz (toplam erkek işgücüne oranı)	7.6	6.6	6.6	8.9	9.6	9.5	10.4	10.8	10.1	9.3	8.4

Kaynak: World Bank, World Development Indicators, 2018

Tablo.2 Avrupa Birliği İçin Eğitim Düzeyine Göre İşsizlik Oranları (2016)

	İlköğrenim	Ortaöğrenim	Yükseköğrenim
Avusturya	10.8	5.4	3.4
Belçika	15.5	8.2	4.4
Bulgaristan	22.5	6.6	3.3
Hırvatistan	17.7	15.9	8.6
Güney Kıbrıs	12.7	16.5	11.5
ek Cumh.	20.6	4.2	2.3
Danimarka	10.2	5.8	5.2
Estonya	13.8	7.4	3.7
Finlandiya	20.8	9.2	5.7
Fransa	17.0	11.0	5.8
Almanya	8.7	3.3	2.3
Yunanistan	29.6	32.6	22.2
Macaristan	12.5	5.1	1.8
İrlanda	11.4	8.3	4.3
İtalya	17.3	12.8	8.0
Letonya	19.6	11.1	4.1
Litvanya	22.2	9.9	2.8
Lüksemburg	10.0	7.9	3.7
Malta	10.5	3.3	1.9
Hollanda	10.7	6.7	3.8
Polanya	14.0	7.6	3.6
Portekiz	11.7	13.4	8.6
Romanya	5.8	5.4	3.2
Slovenya	14.8	9.2	6.5
Slovakya	32.1	10.6	6.3
İspanya	31.1	22.3	13.2
İsveç	20.0	5.6	3.5
İngiltere	7.6	5.3	3.1
AB (28)	18.7	12.9	7.7

Kaynak: World Bank, World Development Indicators, 2018



Şekil.1. Avrupa Birliği İçin Cinsiyet ve Eğitime Göre İşsizlik Ortalamaları (2016)

2. VERİ VE YÖNTEM

Çalışmada kullanılan veriler Dünya Bankası, Dünya Kalkınma Göstergeleri veri tabanından elde edilen 2016 dönemi istatistiki verilerdir. Çalışmada kullanılan yöntem parametrik varsayımlar sağlanmadığı için iki grup için Mann-Whitney U ve üç grup için ise Kruskal Wallis testidir.

Çalışmanın birinci hipotezi:

H₀: Avrupa Birliği ülkelerinde aynı eğitim düzeylerindeki kadın ve erkeklerin ortalama işsizlik oranları eşittir

H₁: Avrupa Birliği ülkelerinde kadın ve erkeklerin ortalama işsizlik oranları eşit değildir

Çalışmanın ikinci hipotezi:

H₀: Avrupa Birliği ülkelerinde farklı eğitim düzeylerinde ortalama işsizlik oranları eşittir

H₁: Avrupa Birliği ülkelerinde farklı eğitim düzeylerinde ortalama işsizlik oranları eşit değildir

3. AMPİRİK SONUÇLAR

Avrupa Birliği için Tablo.3'de işsizlik değişkenlerine ait tanımlayıcı istatistikler verilmiştir.

	İlköğretim Mezunu İşsizler		Ortaöğretim Mezunu İşsizler		Yükseköğretim Mezunu İşsizler		Toplam İşsizler	
	Kadın	Erkek	Kadın	Erkek	Kadın	Erkek	Kadın	Erkek
Ortalama	8.4	9.0	15.7	15.8	4.8	5.2	8.8	8.5
Medyan	7.6	7.9	14.6	14.9	4.4	4.1	6.6	7.8
Varyans	16.8	25.0	36.1	39.2	7.7	12.6	28.3	14.8
Std. Sapma	4.1	5.0	6.0	6.3	2.8	3.5	5.3	3.8
Minimum	3.0	3.4	6.3	7.4	1.0	1.4	3.7	3.4
Maksimum	21.2	26.2	31.2	31.6	13.4	18.0	28.1	19.9
Range	18.2	22.8	24.9	24.2	12.4	16.6	24.4	16.5
Çarpıklık	1.3	1.8	0.7	0.8	1.4	2.1	2.4	1.4
Basıklık	2.3	4.4	0.2	0.2	2.5	5.4	6.3	2.4

Buna göre, eğitim düzeylerine göre işsizlik oranları arasında önemli farklılıklar olmasına karşın aynı eğitime sahip kadın ve erkekler için işsizlik oranlarındaki fark oldukça düşüktür. Cinsiyete bağlı işsizlik oranı farkının istatistik olarak anlamlı olup olmadığını anlamak için parametrik varsayımlar sağlanmadığı için Mann-Whitney U testini kullanacağız

Avrupa Birliği için Tablo.4.'te işsizlik değişkenlerine ait normal dağılım test sonuçları verilmiştir. Bu sonuçlara göre serilerin normal dağıldığı temel hipotezi %5 anlam düzeylerinde reddedilmektedir.

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
İlköğretim Mezunları	.134	56	.014	.869	56	.000
Ortaöğretim Mezunları	.126	56	.028	.949	56	.019
Yükseköğretim Mezunları	.173	56	.000	.835	56	.000
Toplam İşsizlik oranı	.178	56	.000	.797	56	.000

a. Lilliefors Significance Correction

Tablo.5'de "Avrupa Birliği ülkelerinde aynı eğitim düzeylerindeki kadın ve erkeklerin ortalama işsizlik oranları eşittir" temel hipotezi için Mann-Whitney U Test Sonuçları verilmiştir.

	İlköğretim Mezunu İşsizler	Ortaöğretim Mezunu İşsizler	Yükseköğretim Mezunu İşsizler	Toplam İşsizler
Mann-Whitney U	378.500	391.000	376.500	377.000
Wilcoxon W	784.500	797.000	782.500	783.000
Z	-.221	-.016	-.254	-.246
Asymp. Sig. (2-tailed)	.825	.987	.799	.806

a. Grouping Variable: cinsiyet

Buna göre, “Avrupa Birliği ülkelerinde aynı eğitim düzeylerindeki kadın ve erkeklerin ortalama işsizlik oranları eşittir” temel hipotezi tüm eğitim düzeyleri ve toplam işsizlik oranları için red edilememektedir. Böylece, tüm anlam düzeylerinde Avrupa Birliği ülkelerinde kadın ve erkeklerin ortalama işsizlik oranları istatistiksel olarak ortalama eşit olup cinsiyet eşitliğini yansıtmaktadır.

Tablo.6’da “Avrupa Birliği ülkelerinde farklı eğitim düzeylerindeki ortalama işsizlik oranları eşittir” hipotezi için Kruskal Wallis test sonuçları verilmiştir. Buna göre, tüm anlam düzeylerine bu hipotez ilk, orta ve yüksek öğrenim için aynı anda reddedildiği gibi Tablo.7’den görülebileceği gibi ikili alt gruplar için yapılan Mann-Whitney U testlerinde de reddedilmiştir. Bu sonuçlara göre, “Avrupa Birliği ülkelerinde eğitim düzeylerine göre işsizlik ortalamaları farklı olup eğitim düzeyi düştükçe işsizlik oranı da yükselmektedir” kanaatine ulaşmaktayız.

Tablo.6. Avrupa Birliği ülkelerinde farklı eğitim düzeylerindeki ortalama işsizlik oranları eşittir hipotezi için Kruskal Wallis Test Sonuçları ^{a,b}	
	issizlik_orani
Chi-Square	38.765
df	2
Asymp. Sig.	.000
a. Kruskal Wallis Test	
b. Grouping Variable: egitim_duzeyi	

Tablo.7. Avrupa Birliği ülkelerinde farklı eğitim düzeylerindeki ortalama işsizlik oranları eşittir hipotezine göre alt gruplar için Mann-Whitney U Test Sonuçları ^a			
	İlk-Orta Öğrenim	İlk-Yüksek Öğrenim	Orta-Yüksek Öğrenim
Mann-Whitney U	176.500	53.000	150.000
Wilcoxon W	582.500	459.000	556.000
Z	-3.532	-5.556	-3.966
Asymp. Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000
a. Grouping Variable: egitim_duzeyi			

4. SONUÇ

Çalışmada Avrupa Birliği ülkeleri için eğitim düzeyine ve cinsiyete göre işsizlik oranlarının ortalama farklılaşıp farklılaşmadığı istatistiksel olarak incelenmiştir.

Çalışmada, “Avrupa Birliği ülkelerinde aynı eğitime sahip kadın ve erkeklerin ortalama işsizlik oranları eşittir” temel hipotezi reddedilememiştir. Bundan dolayı da, bu sonucun bizi cinsiyet eşitliğini yansıttığı kanaatine ulaştığımızı belirtebiliriz. Diğer yandan bu çalışmada, Avrupa Birliği ülkelerinde eğitim düzeylerine göre genel işsizlik ortalamalarının tüm öğrenim grupları için farklı düzeylerde olduğu sonucu ortaya çıkmıştır. Bu ise bizi, eğitim düzeylerine göre işsizlik ortalamalarının farklı olduğu ve eğitim düzeyi düştükçe işsizlik oranının da yükseldiği sonucuna ulaştırmaktadır.

Sonuç olarak diyebiliriz ki; “Avrupa Birliği ülkelerinde işsizlik bahsinde cinsiyet eşitsizliği bir sorun teşkil etmemekte ve eğitim düzeyi arttıkça da işsizlik oranı azalmaktadır”.

KAYNAKÇA

Albanesi, S., & Şahin, A. (2018). The gender unemployment gap. *Review of Economic Dynamics*.

Ashenfelter, O., & Ham, J. (1979). Education, unemployment, and earnings. *Journal of Political Economy*, 87(5, Part 2), S99-S116.

Baussola, M., Mussida, C., Jenkins, J., & Penfold, M. (2015). Determinants of the gender unemployment gap in Italy and the United Kingdom: A comparative investigation. *International Labour Review*, 154(4), 537-562.

Brown, P., & Ashton, D. (1987). *Education, unemployment and labour markets*. Falmer.

Eggert, W., Krieger, T., & Meier, V. (2010). Education, unemployment and migration. *Journal of Public Economics*, 94(5-6), 354-362.

Heath, A. F., Rethon, C., & Kilpi, E. (2008). The second generation in Western Europe: Education, unemployment, and occupational attainment. *Annu. Rev. Sociol.*, 34, 211-235.

Kettunen, J. (1997). Education and unemployment duration. *Economics of Education Review*, 16(2), 163-170.

Mincer, J. (1991). Education and unemployment (No. w3838). National bureau of economic research.

Mirica, A. (2014). Higher Education—A Solution To Unemployment? Case Study: Romania. *Romanian Statistical Review*, 62(3), 63-75.

Nickell, S. (1979). Education and lifetime patterns of unemployment. *Journal of Political Economy*, 87(5, Part 2), S117-S131.

Nickell, S., & Bell, B. (1996). Changes in the Distribution of Wages and Unemployment in OECD Countries. *The American Economic Review*, 86(2), 302-308.

Queneau, H., & Sen, A. (2007). Evidence regarding persistence in the gender unemployment gap based on the ratio of female to male unemployment rate. *Economics Bulletin*, 5(23), 1-10.

Queneau, H., & Sen, A. (2009). Regarding the unemployment gap by race and gender in the United States. *Economics Bulletin*, 29(4), 2749-2757.

Queneau, H., & Sen, A. (2010). On the persistence of the gender unemployment gap: evidence from eight OECD countries. *Applied Economics Letters*, 17(2), 141-145.

Rafferty, A. (2012). Ethnic penalties in graduate level over-education, unemployment and wages: evidence from Britain. *Work, employment and society*, 26(6), 987-1006.

Riddell, W. C., & Song, X. (2011). The impact of education on unemployment incidence and re-employment success: Evidence from the US labour market. *Labour Economics*, 18(4), 453-463.

Wolbers, M. H. (2000). The effects of level of education on mobility between employment and unemployment in the Netherlands. *European Sociological Review*, 16(2), 185-200.

World Bank. (2018). *World Development Indicators*,