

KIRKLARELİ ÜNİVERSİTESİ

İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi

ISSN: 2146-3417 / E-ISSN: 2587-2052



**KIRKLARELİ
UNIVERSITY**
**Journal of the Faculty
of Economics and
Administrative Sciences**

Yıl / Year: 2019

Cilt / Volume: 8

Sayı / Number: 2



KIRKLARELİ ÜNİVERSİTESİ
İKTİSADİ ve İDARİ
BİLİMLER FAKÜLTESİ
DERGİSİ

KIRKLARELİ UNIVERSITY
JOURNAL of the FACULTY of
ECONOMICS and ADMINISTRATIVE
SCIENCES

ISSN: 2146-3417 - E-ISSN: 2587-2052

Yıl / Year: 2019

Cilt / Volume: 8

Sayı / Number: 2

KIRKLARELİ ÜNİVERSİTESİ
İKTİSADİ ve İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ DERGİSİ

Yıl: 2019 Cilt: 8 Sayı: 2
ISSN: 2146-3417 - E-ISSN: 2587-2052
Yılda İki Defa Yayınlanır

SAHİBİ

Prof. Dr. Bülent ŞENGÖRÜR,
Rektör (İİBF Dekan V.)

EDİTÖRLER

Doç. Dr. Muharrem EKŞİ
Doç. Dr. Ramazan TİYEK
Dr. Öğr. Üyesi Muhammet ATALAY

EDITÖR YARDIMCILARI

Arş. Gör. Betül GÜLTEKİN
Arş. Gör. Altuğ KOÇ

SORUMLU YAZI İŞLERİ MÜDÜRÜ

Harun AÇIL (İİBF Fakülte Sekreteri)

YAYIN KURULU

Prof. Dr. Alpaslan ÖZERDEM • (Coventry Üni.)
Prof. Dr. Bauyrzhan OMAROV •
(L.N. Gumiyov Eurasia National Üni.)
Prof. Dr. Desiree PANGERC • (CIELS Üni.)
Prof. Dr. Mehmet Seyfettin EROL • (Hacı Bayram Veli Üni.)
Prof. Dr. Rengin AK • (Kırklareli Üni.)
Prof. Dr. Nezih Müsaoglu • (Kırklareli Üni.)
Doç. Dr. Andrei NESTIAN • (Alexandru Ioan Cuza Üni.)
Doç. Dr. Bülent Sarper AĞIR • (Adnan Menderes Üni.)
Doç. Dr. Bülent ŞEN • (Kırklareli Üni.)
Doç. Dr. Mujib ALAM • (Jamia Millia Islamia Central Üni.)
Doç. Dr. Oleg B. ALEKSANDROV • (MGIMO Üni.)
Doç. Dr. Raif CERGİBOZAN • (Kırklareli Üni.)
Doç. Dr. Samaghan MYRZAİBRAİMOV • (Osh State Üni.)
Doç. Dr. Timur KOZUKULOV • (Kırgızistan Osh state Üni.)
Doç. Dr. Valerij DERMOL • (International School for
Social and Business Studies)
Dr. Öğr. Üyesi Aarbakke VEMUND • (Aristotelis Üni.)
Dr. Öğr. Üyesi Ebrar İBRAİMİ • (Tetova Üni.)
Dr. Öğr. Üyesi Emre OZAN • (Kırklareli Üni.)
Dr. Öğr. Üyesi Gökhan ALBAYRAK • (Kırklareli Üni.)
Dr. Öğr. Üyesi İsmail DÜLGEROĞLU • (Kırklareli Üni.)
Dr. Öğr. Üyesi Nassef Manabilang ADIONG • (Philippines Üni.)
Dr. Öğr. Üyesi Nilüfer VATANSEVER TOYLAN • (Kırklareli Üni.)
Dr. Öğr. Üyesi Ömer Faruk GÜLEÇ • (Kırklareli Üni.)
Dr. Öğr. Üyesi Senem ÇEVİK • (California Üni.)
Dr. Öğr. Üyesi Toygar Sinan BAYKAN • (Kırklareli Üni.)
Dr. Öğr. Üyesi Yasin ÇAKİREL • (Kırklareli Üni.)

DANIŞMA KURULU

Prof. Dr. Ata ATUN • (Yakın Doğu Üni.)
Prof. Dr. Bahar ŞANLI • (İstanbul Üni.)
Prof. Dr. Cem SAATÇIOĞLU • (İstanbul Üni.)
Prof. Dr. Halil TUNALI • (İstanbul Üni.)

Prof. Dr. Hüseyin BAĞCI • (Orta Doğu Teknik Üni.)
Prof. Dr. Kamer KASIM • (Abant İzzet Baysal Üni.)
Prof. Dr. Mesut Hakkı CAŞIN • (İstinye Üni.)
Prof. Dr. Sayım YORGUN • (İstanbul Üni.)
Prof. Dr. Süleyman ÖZDEMİR • (Bandırma 17 Eylül Üni.)
Prof. Dr. Yerden KAZHYBEK • (Language Science Enst.)
Prof. Dr. Yüksel BAYRAKTAR • (İstanbul Üni.)
Prof. Dr. Zekai ÖZDEMİR • (İstanbul Üni.)
Prof. Dr. Zeki PARLAK • (İstanbul Üni.)
Doç. Dr. Hasan KORKUT • (Marmara Üni.)
Doç. Dr. Mahmut DOĞAN • (Marmara Üni.)
Prof. Dr. Muzaffer KOÇ • (Marmara Üni.)
Dr. Öğr. Üyesi Ali HUSEYİNOĞLU • (Trakya Üni.)
Dr. Öğr. Üyesi İskender KARAKAYA • (Yozgat Bozok Üni.)
Dr. Öğr. Üyesi Nuri Gökhan TOPRAK • (Kırklareli Üni.)
Dr. Özüm Sezin UZUN • (İstanbul Aydın Üni.)
Dr. İbrahim KARABAYIR •
(University of Tennessee Health Science Center)

YURTDIŞI TEMSİLCİLERİ

Prof. Dr. Ata ATUN • (Yakın Doğu Üni.)
Prof. Dr. Desiree PANGERC • (CIELS Üni.)
Doç. Dr. Mujib ALAM • (Jamia Millia Islamia Central Üni.)
Doç. Dr. Timur KOZUKULOV • (Kırgızistan Osh state Üni.)
Dr. Öğr. Üyesi Sheharyar KHAN • (Iqra Üni.)
Dr. Derya BÜYÜKTANIR • (George Washington Üni.)
Erdis Mekonen FARIS • (Sarajevo Uluslararası Üni.)
Oktay KURTULUŞ • (National Graduate Enst.)

2019 EYLÜL SAYISI HAKEMLERİ

Prof. Dr. Ömer Selçuk EMSEN • (Atatürk Üni.)
Prof. Dr. Ramazan GÜNLÜ • (Muğla Sıtkı Koçman Üni.)
Prof. Dr. Şafak KAYPAK • (Hatay Mustafa Kemal Üni.)
Doç. Dr. Bora YENİHAN • (Kocaeli Üni.)
Doç. Dr. Erkan ÖZTÜRK • (Kırklareli Üni.)
Doç. Dr. Fatih DEMİR • (Manisa Celal Bayar Üni.)
Doç. Dr. Fatma NİSAN • (İnönü Üni.)
Doç. Dr. Gürbüz ÖZDEMİR • (Çankırı Karatekin Üni.)
Doç. Dr. Oğuz BAŞOL • (Kırklareli Üni.)
Doç. Dr. Sevim BUDAK • (İstanbul Üni.)
Dr. Öğr. Ü. Ahmet TAN • (Gaziantep Üni.)
Dr. Öğr. Ü. Alaettin İŞERİ • (Kırklareli Üni.)
Dr. Öğr. Ü. Cumhur ŞAHİN • (Bilecik Şeyh Edibalı Üni.)
Dr. Öğr. Ü. Emre SAVUT • (Mehmet Akif Ersoy Üni.)
Dr. Öğr. Ü. Erdem ÖZKAN • (İstanbul Üni.)
Dr. Öğr. Ü. Esin Cumhur YALÇIN • (Kırklareli Üni.)
Dr. Öğr. Ü. Esin Hamdi DİNÇER • (Artvin Çoruh Üni.)
Dr. Öğr. Ü. Ferit KARAHAN • (Kütahya Dumlupınar Üni.)
Dr. Öğr. Ü. Günay KURTULDU • (Kırklareli Üni.)
Dr. Öğr. Ü. Hakan YAŞ • (Trakya Üni.)
Dr. Öğr. Ü. Hüseyin TEMİZ • (Samsun Üni.)
Dr. Öğr. Ü. Ömer Faruk GÜLEÇ • (Kırklareli Üni.)
Dr. Öğr. Ü. Ömer Faruk TAŞANLI • (İstanbul Aydın Üni.)
Dr. Öğr. Ü. Yavuz YILDIRIM • (Niğde Ömer Halisdemir Üni.)
Dr. Öğr. Ü. Yasin ÇAKİREL • (Kırklareli Üni.)
Dr. Kevser Tüter ŞAHİNOĞLU • (Kırklareli Üni.)

YAZIŞMA-HABERLEŞME

Kırklareli Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Merkezi Derslik 2, B Blok Kat: 3 Kayalı Kampüsü, Kofçaz Yolu Üzeri
KIRKLARELİ, Tel: 0 (288) 246 17 09; Fax: 0 (288) 246 17 71,
E-Posta Adresi: iibfdergi@klu.edu.tr Web Adresi: <http://dergipark.org.tr/tr/pub/klujfeas>

GRAFİK TASARIM ve BASKI

Kırklareli Üniversitesi Rektörlüğü, Basın Yayın ve Halkla İlişkiler Birimi, Kırklareli Üniversitesi Basımevi,
Rektörlük Binası C Blok Kat:3, Kayalı Kampüsü / KIRKLARELİ Santral: 444 40 39, Dahili: (10 35) - (10 36)
Faks: 0 (288) 212 96 79, Mail: halklaileskiler@klu.edu.tr, basimevi@klu.edu.tr
Öğr. Gör. Yılmaz KUS

YAYIN TÜRÜ

Uluslararası Hakemli Süreli Yayın

YAYIN TARİHİ

Eylül 2019

KIRKLARELİ UNIVERSITY
JOURNAL OF THE FACULTY OF ECONOMICS AND ADMINISTRATIVE SCIENCES

Year: 2019, Volume: 8, No: 2
ISSN: 2146-3417 - E-ISSN: 2587-2052
Published twice a year

OWNER

Prof. Dr. Bülent ŞENGÖRÜR,
Rector (Dean of EAS Faculty)

EDITORS

Assoc. Prof. Muharrem EKŞİ
Assoc. Prof. Ramazan TİYEK
Asst. Prof. Muhammet ATALAY

VICE-EDITORS

Res. Assist. Altuğ KOÇ
Res. Assist. Betül GÜLTEKİN

DESK EDITOR

Harun AÇIL (EAS Faculty Secretary)

EDITORIAL BOARD

Prof. Dr. Alpaslan ÖZERDEM • (Coventry Uni.)
Prof. Dr. Bauyrzhan Omarov •
(L.N. Gumiyov Eurasia National Uni.)
Prof. Dr. Desiree PANGERC • (CIELS University)
Prof. Dr. Mehmet Seyfettin EROL • (Hacı Bayram Veli Uni.)
Prof. Dr. Rengin AK • (Kırkklareli Uni.)
Prof. Dr. Neziha MUSAOĞLU • (Kırkklareli Üni.)
Assoc. Prof. Andrei NESTIAN • (Alexandru Ioan Cuza Uni.)
Assoc. Prof. Bülent Sarper AĞIR • (Adnan Menderes Uni.)
Assoc. Prof. Bülent ŞEN • (Kırkklareli Uni.)
Assoc. Prof. Mujib ALAM • (Jamia Millia Islamia Central Uni.)
Assoc. Prof. Oleg B. ALEKSANDROV • (MGIMO University)
Assoc. Prof. Raif CERĞİBOZAN • (Kırkklareli Uni.)
Assoc. Prof. Samaghan MYRZAİBRAİMOV • (Osh State Uni.)
Assoc. Prof. Timur KOZUKULOV • (Kırgızistan Osh State Uni.)
Assoc. Prof. Valerij DERMOL • (International School
for Social and Business Studies)
Asst. Prof. Aarbakke VEMUND • (Aristotelis Uni.)
Asst. Prof. Ebrar İBRAİMİ • (Tetova Uni.)
Asst. Prof. Emre OZAN • (Kırkklareli Uni.)
Asst. Prof. Gökhan ALBAYRAK • (Kırkklareli Uni.)
Asst. Prof. İsmail DÜLGEROĞLU • (Kırkklareli Uni.)
Asst. Prof. Nassef Manabilang ADIONG • (Philippines Uni.)
Asst. Prof. Nilüfer VATANSEVER TOYLAN • (Kırkklareli Uni.)
Asst. Prof. Ömer Faruk GÜLEÇ • (Kırkklareli Uni.)
Asst. Prof. Senem ÇEVİK • (California Uni.)
Asst. Prof. Toygar Sinan BAYKAN • (Kırkklareli Uni.)
Asst. Prof. Yasin ÇAKİREL • (Kırkklareli Uni.)

ADVISORY BOARD

Prof. Dr. Ata ATUN • (Near East Uni.)
Prof. Dr. Bahar ŞANLI • (İstanbul Uni.)
Prof. Dr. Cem SAATÇIOĞLU • (İstanbul Uni.)
Prof. Dr. Halil TUNALI • (İstanbul Uni.)

Prof. Dr. Hüseyin BAĞCI • (METU)
Prof. Dr. Kamer KASIM • (Abant İzzet Baysal Uni.)
Prof. Dr. Mesut Hakkı CAŞIN • (İstinye Uni.)
Prof. Dr. Sayım YORGUN • (İstanbul Uni.)
Prof. Dr. Süleyman ÖZDEMİR • (Bandırma 17 Eylül Uni.)
Prof. Dr. Yerden KAZHYBEK • (Language Science Enstitute.)
Prof. Dr. Yüksel BAYRAKTAR • (İstanbul Uni.)
Prof. Dr. Zekai ÖZDEMİR • (İstanbul Uni.)
Prof. Dr. Zeki PARLAK • (İstanbul Uni.)
Assoc. Prof. Hasan KORKUT • (Marmara Uni.)
Assoc. Prof. Mahmut DOĞAN • (Marmara Uni.)
Prof. Dr. Muzaffer KOÇ • (Marmara Uni.)
Asst. Prof. Ali HUSEYİNOĞLU • (Trakya Uni.)
Asst. Prof. İskender KARAKAYA • (Yozgat Bozok Uni.)
Asst. Prof. Üyesi Nuri Gökhan TOPRAK • (Kırkklareli Uni.)
Dr. Özüm Sezin UZUN • (İstanbul Aydın Uni.)
Dr. İbrahim KARABAYIR •
(University of Tennessee Health Science Center)

REPRESENTATIVES ABROAD

Prof. Dr. Ata ATUN • (Near East Uni.)
Prof. Dr. Desiree PANGERC • (CIELS Uni.)
Assoc. Prof. Mujib ALAM • (Jamia Millia Islamia Central Uni.)
Assoc. Prof. Timur KOZUKULOV • (Osh State Uni.)
Asst. Prof. Sheharyar KHAN • (Iqra Uni.)
Dr. Derya BÜYÜKTANIR • (George Washington Uni.)
Erdis Mekonen FARIS • (International University of Sarajevo)
Oktaç KURTULUŞ • (National Graduate Institute)

REFEREES OF THE SEPTEMBER 2019 ISSUE

Prof. Dr. Ömer Selçuk EMSEN • (Atatürk Uni.)
Prof. Dr. Ramazan GÜNLÜ • (Muğla Sıtkı Koçman Uni.)
Prof. Dr. Şafak KAYPAK • (Hatay Mustafa Kemal Uni.)
Assoc. Prof. Bora YENİHAN • (Kocaeli Uni.)
Assoc. Prof. Erkan ÖZTÜRK • (Kırkklareli Uni.)
Assoc. Prof. Fatih DEMİR • (Manisa Celal Bayar Uni.)
Assoc. Prof. Fatma NİSAN • (İnönü Uni.)
Assoc. Prof. Gürbüz ÖZDEMİR • (Çankırı Karetekin Uni.)
Assoc. Prof. Oğuz BAŞOL • (Kırkklareli Uni.)
Assoc. Prof. Sevim BUDAK • (İstanbul Uni.)
Asst. Prof. Ahmet TAN • (Gaziantep Uni.)
Asst. Prof. Alaettin İŞERİ • (Kırkklareli Uni.)
Asst. Prof. Cumhur ŞAHİN • (Bilecik Şeyh Edipali Uni.)
Asst. Prof. Emre SAVUT • (Mehmet Akif Ersoy Uni.)
Asst. Prof. Erdem ÖZKAN • (İstanbul Uni.)
Asst. Prof. Esin Cumhuri YALÇIN • (Kırkklareli Uni.)
Asst. Prof. Esin Hamdi DİNÇER • (Artvin Çoruh Uni.)
Asst. Prof. Ferit KARAHAN • (Kütahya Dumlupınar Uni.)
Asst. Prof. Günay KURTULDU • (Kırkklareli Uni.)
Asst. Prof. Hakan YAŞ • (Trakya Uni.)
Asst. Prof. Hüseyin TEMİZ • (Samsun Uni.)
Asst. Prof. Ömer Faruk GÜLEÇ • (Kırkklareli Uni.)
Asst. Prof. Ömer Faruk TAVŞANLI • (İstanbul Aydın Uni.)
Asst. Prof. Yavuz YILDIRIM • (Niğde Ömer Halisdemir Uni.)
Asst. Prof. Yasin ÇAKİREL • (Kırkklareli Uni.)
Dr. Kevser Tüter ŞAHİNOĞLU • (Kırkklareli Uni.)

CORRESPONDANCE-COMMUNICATION

Kırkklareli Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Merkezi Derslik 2, B Blok Kat: 3 Kayalı Kampüsü, Kofçaz Yolu Üzeri
KIRKLARELİ, Tel: 0 (288) 246 17 09; Fax: 0 (288) 246 17 71,
E-Posta Adresi: iibfdergi@klu.edu.tr, Web Adresi: <http://dergipark.org.tr/en/pub/klujfeas>

GRAPHIC DESIGN AND PUBLISHING HOUSE

Kırkklareli Üniversitesi Rektörlüğü, Basın Yayın ve Halkla İlişkiler Birimi - Kırkklareli Üniversitesi Basımevi Rektörlük Binası C Blok
Kat:3 Kayalı Kampüsü / KIRKLARELİ Santral: 444 40 39, Dahili: (10 35) - (10 36)
Faks: 0 (288) 212 96 79, Mail: halklailiskiler@klu.edu.tr, basimevi@klu.edu.tr
Lec. Yılmaz KUS

PERIODICAL TYPE

Biannual, double blind Peer Reviewed and
International, Periodical Academic Journal

PUBLISHING DATE

September 2019

KIRKLARELİ ÜNİVERSİTESİ İKTİSADİ ve İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ DERGİSİ

ISSN: 2146-3417

E-ISSN: 2587-2052

Yıl: 2019 / Cilt: 8 / Sayı: 2

AMAÇ VE KAPSAM

Kirklareli Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi; akademiye, bilime ve literatüre katkı sağlamak amacıyla 2012 yılında yayın hayatına başlamış olup, sosyal bilimler alanında disiplinler arası özgün araştırma makaleleri, derlemeleri, araştırma notları, teknik notları, kitap eleştirileri/incelemleri ve bilimsel nitelikli editöre mektupları yayınlayan ulusal (ASOS, SOBİAD, Arastirmax) ve uluslararası endekslerce (DRJI, Cite- Factor, Index Copernicus, Academic Keys, ResearchBib, Sindex, Google Scholar, Eurasian Scientific Journal Index, International Scientific Indexing, I-Focus, Rootindexing) taranan uluslararası, çift taraflı kör hakemli ve bilimsel nitelikte bir dergidir.

Kirklareli Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi; sosyal bilimler alanındaki, İşletme, Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri, İktisat, Ekonometri, İstatistik, Maliye, Siyaset Bilimi, Kamu Yönetimi ve Uluslararası İlişkiler alanıyla ilgili olan çalışmalarını kapsamaktadır. Derginin yayın dili Türkçe ve İngilizce olup Mart ve Eylül aylarında olmak üzere yılda iki kez yayınlanır.

KIRKLARELİ UNIVERSITY JOURNAL OF THE FACULTY OF ECONOMICS AND ADMINISTRATIVE SCIENCES (KLUJFEAS)

ISSN: 2146-3417

E-ISSN: 2587-2052

Year: 2019 / Volume: 8 / No: 2

AIM AND SCOPE

Kirklareli University Journal of the Faculty of Economics and Administrative Sciences (KLUJFEAS) is a national (ASOS, SOBİAD, Arastirmax) and international (DRJI, CiteFactor, Index Copernicus, Academic Keys, ResearchBib, Sindex, Google Scholar, Eurasian Scientific Journal Index, International Scientific Indexing, i-Focus, Rootindexing) indexed and abstracted international, two-side blinded peer reviewed journal, welcoming papers for publications as original research articles, research notes, technical notes, reviews, book reviews and scientific letters to editors, in the field of social sciences in order to contribute to academia, science and literature which has begun to publish in 2012.

KLUJFEAS accepts papers from social sciences which are Business Management, Labor Economics and Industrial Relations, Economics, Public Finance, Public Administration and International Relations disciplines. The language of the journal is Turkish and English and is published twice per year in March and September.

YAZIM KURALLARI

1. Gönderilen makalenin ilk sayfasında orijinal dili Türkçe ise Türkçe başlık, yazar bilgileri, Türkçe özet, Türkçe anahtar kelimeler, varsa Türkçe bilgilendirme; İngilizce başlık, İngilizce abstract, İngilizce keywords ve varsa İngilizce acknowledgement; makalenin orijinal dili İngilizce ise İngilizce başlık, yazar bilgileri, İngilizce abstract, İngilizce keywords, varsa İngilizce acknowledgement, Türkçe başlık, yazar bilgileri, Türkçe özet, Türkçe anahtar kelimeler, varsa Türkçe bilgilendirme yer almalıdır.
2. Makaleye ait başlık 11 punto, büyük harfli, kalın (bold), Cambria yazı tipinde ve sayfaya ortali olarak yazılmalıdır.
3. Makale başlığının altına, ortali, Yazar(lar)ın adlarının ilk harfleri büyük diğer harfler küçük, soyadlarının ise tamamı büyük olacak şekilde, tam adları kalın (bold) olarak yazılmalıdır. Adın altına yine ortali şekilde ünvan, kurum ve bir alta da, e-posta adresi ile ORCID numarası verilmelidir.
4. Özet/Abstract kısımlarının altında hem Türkçe hem İngilizce ayrı olacak şekilde anahtar kelimeler (keywords) yazılmalıdır. Anahtar kelimelerin ilki ve özel isimlerin dışındaki tüm kelimeler küçük harfle başlanmalı ve virgül ile ayrılmalıdır. Özet/Abstract yazımında kısaltma kullanılmamalıdır. Özet/Abstract kısımları 100 kelimeyi aşmamalıdır.
5. Özet/Abstract başlıkları, 11 punto, ilk harfleri büyük, diğer harfleri küçük, kalın (bold) ve sola dayalı olarak yazılmalıdır. Başlık, yazar bilgileri, özet, anahtar kelimeler, İngilizce başlık, abstract, keywords, bilgilendirme ve acknowledgement tek sayfaya sığdırılmalıdır.
6. Çalışma daha önce sunulmuşsa, bir projeden veya tezden üretilmişse Anahtar kelimeler/Keywords başlıklarının altına hem Türkçe hem İngilizce ayrı olacak şekilde "Bilgilendirme/Acknowledgement" başlığında gerekli açıklama yapılmalıdır.
7. "Giriş" bölümü bir sonraki sayfadan başlamalıdır.
8. "Dergipark Makale Başvuru Sistemi"ne başvuru yapılırken telif hakkı formu tüm yazarlarca doldurulmalıdır. Bu form, dergimizin web sayfasında ve başvuru sistemi üzerinde bulunmaktadır.
9. Dergimizde metin içi atıf sistemi (APA 6.0) kullanılmaktadır. Ayrıntılı bilgi için: <https://www.apastyle.org/>
10. Gönderilen makaleler önce ve sonra 6nk ve tek satır aralıklı yazılmalıdır. Makaleler; başlık, yazar bilgisi, özet, anahtar kelimeler, title, abstract, keywords, metin, tablo, şekiller ve kaynakça ile birlikte 4.000 ile 7.500 kelime arasında olmalıdır (Genişletilmiş özet hariç). Yazı 11 puntoda Cambria ve Türkçe font kullanılarak hazırlanmalıdır. Sayfa yapısı alt, üst, sağ ve soldan 1,5 cm olmalı, cilt payı bırakılmamalıdır. Kenardan uzaklık alt bilgi 0,5 cm, üst bilgi 0,5 cm olmalıdır. Ayrıca Türkçe kaleme alınmış eserler için kaynakçadan sonra; metnin sonuna "Genişletilmiş İngilizce Özet" yazının İngilizce başlığı ve yazar(lar)ın adıyla eklenmelidir. Bu özet 700 ile 1.000 kelime arasında olmalıdır.
11. Metinde başlık sınıflandırması rakamlarla yapılmalıdır. 1, 1.1., 1.1.1.; 2., 2.1., 2.1.1., 3., 3.1., 3.1.1. gibi.
12. Giriş başlığına numara verilmeyecektir. Makalenin metin içindeki tüm başlıkları; bütün kelimelerin olacak şekilde ilk harfleri büyük, diğer harfleri küçük olacak şekilde, kalın (bold), 11 punto, Cambria yazı tipinde ve sola dayalı olarak yazılmalıdır. Sonuç kısmı da başlık sınıflandırmasına dâhil edilmemelidir.
13. Makalede alt orta kısımda olmak üzere sayfa numarası belirtilmelidir.

AUTHOR GUIDELINES

1. If the original language of the submitted article is Turkish, Turkish title, Turkish abstract, keywords, English title, English abstract and keywords; If the original language of the article is English, English title, English abstract and keywords Turkish title, Turkish abstract and keywords should be included. Exceptionally, foreign authors do not have to write Turkish abstracts and titles.
2. The title of the manuscript should be written in 11 font size, capital, bold, Cambria font and centered on the page.
3. Under the title of the manuscript, the first letters of the author's names should be capitalized, the other letters should be small, and the last names should be in capital and full name should be bold and centered. Title, institution and contact information (e-mail address and ORCID) should be given under the name and centered.
4. Keywords should be written under abstract. All words except the first and special names in the keywords should start with lowercase letters and separated by commas. Abbreviations should not be used in abstract writing. Abstract should not exceed 100 words.
5. Abstract headings should be written in 11 pt, with the first letters capitalized of each words, the other letters small, bold and left aligned. Title, author information, abstract, keywords, English title, abstract, keywords, information and acknowledgement should be placed on one page.
6. If the study has been presented before, if it is produced from a project or thesis, an explanation should be given under the title Keywords as "Acknowledgment".
7. The "Introduction" section should start from the next page.
8. The copyright form must be filled by all authors when applying to the Dergipark Article Application System. This form is available on our web site and on the application system.
9. In-text citation system (APA 6.0) is used in our journal. For more information: <https://www.apastyle.org/>
10. Submitted articles should be written before and after 6nk and single line spaced. Articles; title, author information, abstract, keywords, title, text, tables, figures and references, should be between 4,000 and 7,500 words. Manuscript should be written in 11 font size using Cambria. Page structure should be 1.5 cm from the top, bottom, right and left and no binding should be left. The distance from the edge should be 0.5 cm in the footer and 0.5 cm in the top. In addition, after the bibliography for works written in Turkish; "Extended English Summary" should be added at the end of the text. This abstract should be between 700 and 1,000 words.
11. The title classification in the text should be made with numbers. Such as; 1, 1.1., 1.1.1. ; 2., 2.1., 2.1.1., 3., 3.1., 3.1.1.
12. The entry/intro title will not be assigned a number. All titles of the article in the text; the first letters should be in capital letters and the other letters small, all in bold, in 11 font size, in Cambria font and left aligned. The result also should not be included in the title classification.
13. The page number should be specified in the article at the bottom center.
14. Articles submitted for publication should not contain any paragraph indent in the text and titles. Only with the quotations in quotation marks or in the lists, 1 cm substance should be written from the inside.

14. Yayınlanmak üzere gönderilen makalelerde metnin içinde ve başlıklarda paragraf girişimi olmamalıdır. Sadece çalışma içerisinde kullanılan maddelendirmelerde ve tırnak içerisindeki alıntılarda 1 cm madde, 1,5 cm yazı olacak şekilde içeriden yazılmalıdır.

15. Grafikler ve tablolar olabildiğince atıf yapılan sayfada veya hemen devamında yer almalıdır. Grafik ve tabloların altındaki kaynaklar ve notlar bu materyalleri ana metne bakmaksızın anlaşılabilir hale getirme amacını taşımaktadır.

16. Tablo ve şekil başlığı, ortalı, kalın (bold) olmalı ve rakam ile sıralanmalıdır ("Tablo 1:" veya "Şekil 5:" gibi...).

17. Tablo ve şekil başlıkları, tablo ya da şeklin üstünde olmalıdır (Örnek: **Tablo 1:** 1989-2016 Kamu Yatırım Harcamaları). Tablo ve şekiller ortalı ve metin kaydırma özelliği kapalı olmalıdır. Tablonun altına düşülen notlar ve kaynaklar Cambria yazı tipinde 11 punto ve ortalı olarak yazılmalıdır.

18. Tablo ve şekillerden önce ve sonra (not ya da kaynak varsa, not ya da kaynaktan sonra olacak şekilde) bir satır boşluk bırakılmalıdır.

19. Makalede yer verilen her bir ek, ayrı sayfalarda ve kaynakçadan sonra verilmelidir. Eklerin başlığında yer alan kelimelerin her birinin ilk harfi büyük ve sola dayalı sadece Ek kelimesi kalın (bold) şekilde yazılmalıdır ("**Ek 1:** Anket Formu" gibi).

20. Metinde kaynaklara atıfta bulunurken yazarların soyadı ve yayın tarihi (ve gerekiyorsa sayfa bilgisi) kullanılmalıdır. Örneğin: Özçelik (2015)...; Özçelik (2015, s. 150)...; Özçelik (2015, s. 182-186)...; Özçelik'e (2014) göre...; Özçelik ve Tuncer'e (2014) göre...; Özçelik ve Tuncer (2014)...; Özçelik vd., (2016) (üç ve daha fazla yazarlı ise)... gibi. Cümle sonunda birden fazla esere atıfta bulunuluyorsa bu kaynaklar parantez içinde yıl sırası ile verilmelidir. Örneğin: (Tuncer, 2004; Tuncer ve Özçelik, 2007; Tuncer vd., 2009; Özçelik, 2014).

21. Kaynaktan aynen alıntı yapıldıysa, alıntı tırnak içinde gösterilmelidir.

22. Kaynaklar, "Kaynakça" başlığı altında sonuç kısmından hemen sonra yazılmalıdır. Kaynaklar yazılırken yazarların tümünün adları verilmelidir. Araştırmacı çalışmada kullandığı kaynakları yazar soyadlarının alfabetik sırasına göre yazmalıdır. Her kaynağın yazımında birinci satır hariç diğer tüm satırları 1 cm içeriden yazılır. Aynı yazarın birden fazla eserine gönderme yapıldığında kaynaklar basım yılına göre eskiden yeniye doğru verilir. Yazarın aynı tarihten birden fazla yayını varsa, yayın tarihi yanına a, b gibi harfler konarak kaynaklar birbirinden ayrılır. Makalelerde makalenin yayınlandığı kaynaktaki başlangıç ve bitiş sayfa numarası (numaraları) verilmelidir.

Kaynakça bilgileri APA 6.0 ışığında aşağıdaki örneklerde olduğu gibi düzenlenmelidir:

Ön not: Tüm eserlerin başlıklarının ilk kelimesinin ilk harfi büyük, diğerleri küçük harf olmalıdır.

a) Kitap;

a1) Tek yazarlı kitap:

Yazar Soyadı, A. (Yayın Yılı). *Kitap Adı*. Yayın Yeri: Yayınevi.

a2) Çok yazarlı kitap:

Yazar 1 Soyadı, A., Yazar 2 Soyadı, A., Yazar 3 Soyadı, A. (Yayın Yılı). *Kitap Adı*. Yayın Yeri: Yayınevi.

a3) Kitapta bölüm:

Yazar Soyadı, A. (Yayın Yılı). Eser Adı. Editör Soyadı, A. (Haz./Ed.), *Kitap adı* (ss. sayfa numaraları). Yayın yeri: Yayınevi.

a4) Çeviri kitaplar:

Yazar Soyadı, A. (Yayın Yılı). *Kitap adı* (Çev. Soyadı, A.). Yayın yeri: Yayınevi, Kaynak Yapıtın Yayın Yılı.

a5) Elektronik kitaplar:

Yazar Soyadı, A. (Yayın Yılı). *Kitap Adı*. doi:

b) Kurum Yayınları:

Kurum Adı. (Yayın Yılı). *Yayın adı*. Yayın Yeri: Yayınevi.

c) Tezler:

15. Graphs and tables should appear as much as possible on the cited page or immediately after. The references and notes under the charts and tables should aim to make these materials understandable regardless of the main text.

16. The table and figure title should be bold, centered and numbered ("**Table 1:**" or "**Figure 5:**").

17. Table and figure titles should be above the table or figure (Example: **Table 1:** 1989-2016 Public Investment Expenditures). Tables and figures should be centered and the text scrolling feature should be turned off. Notes and references below the table should be written in Cambria font, 11 points and centered.

18. After and before the tables and figures (if there is a note or source, after the note or source), one line space should be left.

19. Each appendix to the article should be given on separate pages and after the bibliography. The first letter of each of the words in the title of the Appendix should be capitalized and left aligned only the word Appendix with number should be bold (such as "**Appendix 1:** Questionnaire").

20. Authors' surnames and publication dates (and page information, if necessary) should be used when referring to references. For example: Özçelik (2015) ...; Ozcelik (2015, p. 150) ...; Özçelik (2015, p. 182-186) ...; According to Özçelik (2014) ...; According to Özçelik and Tuncer (2014) ...; Özçelik and Tuncer (2014) ...; Özçelik et al., (2016) (if there are three or more authors)... If more than one work is referred to at the end of the sentence, these references should be given in parentheses in the order of the year. For example: (Tuncer, 2004; Tuncer and Ozcelik, 2007; Tuncer et al., 2009; Ozcelik, 2014).

21. If the source is quoted exactly, it should be shown in quotation marks.

22. The reference should be written under the title Bibliography immediately after the conclusion. Names of all authors should be given when writing references. The researcher should write the sources used in his / her work in alphabetical order of surnames. In the writing of each resource, all the lines except the first line are written 1 cm inside. When referring to more than one work of the same author, references are given from old to new according to the year of publication. If the author has more than one publication with the same date, the sources are separated by placing letters such as a, b next to the publication date. Articles should include the starting and ending page number(s) in the source where the article is published.

Bibliography information should be organized in the guidance of APA 6.0 as in the following examples:

Preliminary note: Only the first words of the titles should be capital, the other of all words of title should be lower case.

a) Book;

a1) Single author book:

Author Surname, N. (Year of Publication). *Book Title*. Place of Publication: Publisher.

a2) Multi-author book:

Author 1 Surname, N., Author 2 Surname, N., Author 3 Surname, N. (Year of Publication). *Book Title*. Place of Publication: Publisher.

a3) Chapter in the book:

Author Surname, N. (Year of Publication). Title of Work. Editor (Prep./Ed.). *Book name* (page numbers). Publication place: Publisher.

a4) Translation books:

Author Surname, N. (Year of Publication). *Name of the book* (Translator Surname, N.). Place of publication: Publisher, Year of the source publication.

a5) Elektronik books:

Author Surname, N. (Year of Publication). *Name of the book*. doi:

or

Author Surname, N. (Year of Publication). *Name of the book*. URL Date of access:

b) Corporate Publications:

Name of the Institution (Year of Publication). Title of publication. Place of Publication: Publisher.

Yazar Soyadı, A. (Yayın Yılı). Tez Adı (Yüksek Lisans / Doktora Tezi). Enstitü Adı, Yer.

d) Yazarı Olmayan Eser: Eser Adı. (Yayın Yılı). Yayın Yeri: Yayınevi.

e) Bilimsel Dergi Makalesi:

Yazar 1 Soyadı, A., Yazar 2 Soyadı, A., Yazar 3 Soyadı, A. (Yayın Yılı). Makale Adı. *Dergi Adı, cilt (sayı), sayfa aralığı.* doi:

veya,

Yazar 1 Soyadı, A., Yazar 2 Soyadı, A., Yazar 3 Soyadı, A. (Yayın Yılı). Makale Adı. *Dergi Adı, cilt (sayı), sayfa aralığı.* Makale bağlantısı Erişim tarihi:

DOI veya URL, çevrimiçi erişilen makaleler içindir.

f) Gazete Makalesi:

f1) Yazarı olan:

Yazar Soyadı, A. (Yıl, Ay Gün). Makale Adı. *Gazete Adı, sayfa aralığı.*

f2) Yazarı olmayan:

Makale adı. (Yıl, Ay Gün). *Gazete adı, sayfa aralığı.*

f3) Çevrimiçi:

Yazar Soyadı, A. (Yıl, Ay Gün). Makale Adı. *Gazete Adı.* Makale bağlantısı Erişim tarihi:

g) Bildiri:

g1) (Yayımlanmış ise):

Yazar Soyadı, A. (Yayın Yılı). Bildiri Adı. Editör (Ed.). *Kitap Adı (sayfa numarası).* Yayın Yeri: Yayınevi.

g2) (Yayımlanmamış ise):

Konuşmacı Soyadı, A. (Yıl, Ay). Bildiri Adı. *Toplantı Adı.* Kuruluş Adı, Toplantı Yeri.

h) Poster:

Yazar Soyadı, A. (Yıl, Ay). *Posterin Adı.* Toplantı Adı. Kuruluş Adı, Toplantı Yeri.

i) Ansiklopedi Maddesi:

Yazar Soyadı, A. (Yayın Yılı). Madde Adı. *Yapıt Adı, (cilt no: sayfa no).* Yayın Yeri: Yayınevi.

j) Rapor:

Kurum Adı. (Yayın Yılı). *Rapor Adı (Rapor No).* Yayın Yeri: Hazırlatan Kuruluş.

veya

Yazar Soyadı, A. (Yayın Yılı). *Rapor Adı (Rapor No).* Yayın Yeri: Hazırlatan Kuruluş.

k) Yasa ve Yönetmelikler:

Yasa Adı. (Kabul Edildiği Yıl, Ay Gün). Yayın Adı, Sayı.

23. Makalelerde Türk Dil Kurumu'nun yazım kılavuzu ve yazım kuralları örnek alınmalıdır. Detaylı bilgi için Türk Dil Kurumu'nun web sayfasına bakınız: www.tdk.gov.tr. Yabancı sözcükler yerine olabildiğince Türkçe sözlükler kullanılmalıdır. Türkçe alışılmamış sözcükler kullanılırken ilk geçtiği yerde yabancı dildeki karşılığı parantez içinde verilebilir.

24. İngilizce gönderilen makalelerin ve Türkçe gönderilen makalelerin İngilizce yazılmış bölümlerinin, gönderim öncesinde yetkin bir dil kontrolünden geçirilmiş olması gerekmektedir. İçerikten bağımsız olarak, dil yönüyle yetersiz olan makaleler iade/ret edilmektedir. Yazarların bu hususa azami dikkat göstermeleri önemlidir.

25. Gönderilen çalışmaların **Dergi Etik Beyanı ve Yayın İlkeleri'**ne uygun olması gerekmektedir.

26. Gönderilen makaleler yukarıda belirtilen şartlara uygun olmadığı takdirde değerlendirme sürecine dahil edilmeden editörler kurulu tarafından reddedilir.

c) Thesis:

Author Surname, N. (Year of Publication). *Thesis Title (Master / PhD Thesis).* Name of the Institute, Location.

d) Titles without Author:

Title (Year of Publication). Place of Publication: Publisher.

e) Scientific Journal Article:

Author 1 Surname, N., Author 2 Surname, N., Author 3 Surname, N. (Year of publication). Article Title. *Journal Name, volume (number), page range.* doi:

or

Author 1 Surname, N., Author 2 Surname, N., Author 3 Surname, N. (Year of publication). Article Title. *Journal Name, volume (number), page range.* URL Date of access:

The DOI or URL are for articles accessed online.

f) Newspaper Article:

f1) With author:

Author Surname, N. (Year, Month Day). Article Name. *Newspaper Name, page range.*

f2) Without author:

Article Name. (Year, Month Day). *Newspaper Name, page range.*

f3) Online:

Author Surname, N. (Year, Month Day). Article Name. *Newspaper Name.* URL Date of access:

g) Proceedings:

g1) Published:

Author Surname, N. (Year of Publication). Name of the paper. Editor (Ed.). *Book Title (page number).* Place of Publication: Publisher.

g2) Unpublished:

Speaker Surname, N. (Year, Month). Proceedings Name. *Meeting Name.* Institution Name, Meeting Place.

h) Poster:

Author Surname, N. (Year, Month). *Poster Name.* Meeting Name. Institution Name, Meeting Place.

i) Encyclopedia Article:

Author Surname, N. (Year of Publication). Article Name. Name of *Encyclopedia, (volume no: page no)* Place of Publication: Publisher.

j) Report:

Institution Name. (Year of Publication). *Report Name (Report No).* Place of Publication: Issuer.

or

Author Surname, N. (Year of Publication). *Report Name (Report No).* Place of Publication: Issuer.

k) Laws and Regulations:

Name of the Law. (Year Month Day of Acceptance). Publication Name, Issue.

23. [For Turkish authors or articles in Turkish.] The articles should be taken as examples of the spelling guide and spelling rules of the Turkish Language Association. For detailed information, please refer to the website of the Turkish Language Association: www.tdk.gov.tr. Turkish dictionaries should be used instead of foreign words. When using unusual words in Turkish, the equivalent in foreign language can be given in parentheses.

24. The articles written in English and the English sections of the articles submitted in Turkish should be subjected to a proficient language check prior to submission. Regardless of the content, articles that are insufficient in terms of language are returned / rejected. It is important that authors pay maximum attention to this issue.

25. The submitted manuscripts must comply with **the Journal Ethics Statement and Publication Principles.**

26. If the submitted articles do not meet the above mentioned requirements, they will be rejected by the editorial board without being included in the evaluation process.

KIRKLARELİ ÜNİVERSİTESİ
İKTİSADİ ve İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ
DERGİSİ

ISSN: 2146-3417
E-ISSN: 2587-2052
Yıl: 2019 / Cilt: 8 /
Sayı: 2

KIRKLARELİ ÜNİVERSİTESİ
İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ
DERGİ YAYIN ETİĞİ VE AYKIRI EYLEM BEYANI

Kırklareli Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, bilimsel araştırma ile ilgili olarak yayımlanan bağımsız bir yayındır ve yayın politikasını Editör Kurulu belirlemektedir. Bu bildiri dergi imtiyaz sahibi, editörler, hakemler ve yazarların etik davranışlarını içermektedir. Derginin etik beyanı, Committee on Publication Ethics (COPE) beyan ve esaslarına dayanmaktadır ve bu kaynaklar www.publicationethics.org web adresinde ücretsiz olarak paylaşılmaktadır. (Kaynak 1, Kaynak 2, Kaynak 3, Kaynak 4, Kaynak 5, Kaynak 6, Kaynak 7, Kaynak 8, Kaynak 9, Kaynak 10, Kaynak 11, Kaynak 12, Kaynak 13, Kaynak 14)

A. DERGİ İMTİYAZ SAHİBİNİN SORUMLULUKLARI

1. Editöryal Bağımsızlık

KLÜ İİBF Dergi, herhangi bir kimse veya ticari ortaklarının etkisi olmadan editöryal kararların bağımsızlığının sağlanmasını taahhüt etmektedir.

2. Fikri Mülkiyet ve Telif Hakkı

KLÜ İİBF Dergi, dergide yayımlanan makalelerin mülkiyet ve telif haklarını korur ve her makalenin yayımlanmış versiyonunun kaydını sağlamaktadır. KLÜ İİBF Dergi yayımlanmış her makalenin bütünlüğünü ve şeffaflığını sağlamaktadır.

3. Bilimsel Suistimal

KLÜ İİBF Dergi, hileli yayın veya yayıncı intihali ile ilgili olarak daima uygun tedbirleri almaktadır.

B. EDITÖRLERİN SORUMLULUKLARI

1. Yayın ve Sorumluluk Kararı

KLÜ İİBF Dergi editörü, dergideki her şeyi kontrol altında tutmaktadır ve okuyucular ile yazarların ihtiyaçlarına cevap vermek için çaba göstermektedir. Editör ayrıca, dergiye gönderilen makalelerden hangilerinin dergide yayınlanacağını ve hangilerinin onur kırıcı yayın, telif hakkı ihlali ve intihal ile ilgili yasal gerekliliklere tabi politikalarla karar verilmesinden sorumludur. Editör, yayın kararı verilirken hakemler ile müzakere edebilir. Editör, içerik ve genel olarak yayın kalitesinden sorumludur. Editör adil ve uygun bir hakem süreci sağlamalıdır.

2. Tarafsızlık

Dergiye gönderilen makaleler daima, herhangi bir ön yargı olmaksızın değerlendirilmektedir.

3. Gizlilik

Dergiye gönderilen bir makale ile ilgili herhangi bir bilgi, editör tarafından yayın kurulu, hakemler ve dergi sahibi dışında herhangi bir kimseye ifşa edilmemelidir.

4. Çıkar Çatışmaları ve İfşa Etme

KLÜ İİBF Dergi editörü; yazarlar, hakemler ve editörler gibi taraflar arasındaki herhangi çıkar çatışmalarına izin vermez. Dergiye gönderilen bir makaledeki yayınlanmamış materyaller, yazarın sarıh bir yazılı onayı olmadan herhangi biri tarafından kullanılmamalıdır.

C. HAKEMLERİN SORUMLULUKLARI

1. Değerlendirme

Hakemler yazarların kökeni, cinsiyeti, cinsel eğilimi veya siyasal

KIRKLARELİ UNIVERSITY JOURNAL OF
THE FACULTY OF ECONOMICS AND
ADMINISTRATIVE SCIENCES (KLUJFEAS)

ISSN: 2146-3417
E-ISSN: 2587-2052
Year: 2019 / Volume: 8 /
No: 2

KIRKLARELİ UNIVERSITY JOURNAL OF THE FACULTY
OF ECONOMICS AND ADMINISTRATIVE SCIENCES
PUBLICATION ETHICS AND MALPRACTICE STATEMENT

Journal of Faculty of Economics and Administrative Sciences (KLUJFEAS) is an independent publication with regards to scientific research and the editor decide its publication policy. The statement signifies the ethical behavior of the publisher, the editor, the reviewers and the authors. The ethics statement for KLU JFEAS is based on COPE Code of Conduct and Best Practice Guidelines for Journal Editors and COPE Best Practice Guidelines for Journal Editors available at www.publicationethics.org. (Source 1, Source 2, Source 3, Source 4, Source 5, Source 6, Source 7, Source 8, Source 9, Source 10, Source 11, Source 12, Source 13, Source 14)

A. DUTIES OF PUBLISHER

1. Editorial Autonomy

KLU JFEAS is committed to ensure the autonomy of editorial decisions without influence from anyone or commercial partners.

2. Intellectual Property and Copyright

KLU JFEAS protects property and copyright of the articles published in the Journal and maintains each article's published version of record. KLU JFEAS provides the integrity and transparency of each published articles.

3. Scientific Misconduct

KLU JFEAS always takes all appropriate measures in respect to fraudulent publication or plagiarism the publisher.

B. DUTIES OF EDITORS

1. Decision on Publication and Responsibility

The editor of KLU JFEAS keeps under control everything in the journal and strives to meet the needs of readers and authors. The editor also is responsible for deciding which articles submitted to journal ought to be published in the journal, and may be guided by the policies subjected to legal requirements regarding libel, copyright infringement and plagiarism. The editor might discuss with reviewers while making publication decision. Editor is responsible for the contents and overall quality of the publication. Editor ought to provide a fair and appropriate peer-review process.

2. Objectivity

Articles that submitted to journal are always evaluated without any prejudice.

3. Confidentiality

Any information about a submitted article must not be disclosed by editor to anyone other than editorial staff, reviewers, and publisher.

4. Conflicts of Interest and Disclosure

The Editor of KLU JFEAS does not allow any conflicts of interest between the parties such as authors, reviewers and editors. Unpublished materials in a submitted article must not be used by anyone without the express written assent of the author.

C. DUTIES OF REVIEWERS

1. Evaluation

Reviewers evaluate manuscripts without origin, gender, sexual orientation or political philosophy of the authors. Reviewers also ensure a fair blind peer review of the submitted manuscripts for evaluation.

felsefesine bakılmaksızın eserleri değerlendirmektedirler. Hakemler ayrıca, dergiye gönderilen metinlerin değerlendirilmesi için adil bir kör hakemlik süreci sağlamaktadırlar.

2. Gizlilik

Dergiye gönderilen makalelere ilişkin tüm bilgiler gizli tutulmaktadır. Hakemler ve editör tarafından yetkilendirilmiş olanlar dışında başkaları müzakere etmemelidir.

3. İfşa Etme ve Çıkar Çatışması

Hakemlerin; yazarlar, fon sağlayıcılar, editörler vb. gibi taraflar ile menfaat çatışması bulunmamaktadır.

4. Editöre Destek

Hakemler, karar verme aşamasında editörlere yardım ederler ve ayrıca metinlerin iyileştirilmesinde yazarlara yardımcı olabilmektedirler.

5. Tarafsızlık

Objektif bir karar değerlendirmesi, daima hakemler tarafından yapılmaktadır. Hakemler, uygun destekleyici iddialarla, açık bir şekilde görüşlerini ifade etmektedirler.

6. Kaynakların Referansı

Hakemler ayrıca, kendi bilgileri dahilindeki yayınlanmış diğer herhangi bir makale ile dergiye gönderilen metin arasında herhangi önemli bir benzerlik veya örtüşme ile ilgili olarak editörü bilgilendirmelidir.

D. YAZARLARIN SORUMLULUKLARI

1. Bildirme Standartları

Dergiye gönderilen bir metin özgün olmalıdır ve yazarlar, metnin daha önce herhangi bir dergide yayınlanmamış olmasını sağlamalıdır. Araştırmanın verileri, makalede tam olarak belirtilmelidir. Dergiye gönderilen bir metin, başkalarının çalışmayı türetmesine izin vermek üzere yeterli detay ve referansları içermelidir. Çalışma eğer yazarın önceden yaptığı bir çalışmadan türetiliyorsa (tez, bildiri, vb.) bu durum bilgilendirme olarak verilmelidir. Tüm bilim dallarında yapılan araştırmalar için ve etik kurul kararı gerektiren klinik ve deneysel insan ve hayvanlar üzerindeki çalışmalar için ayrı ayrı etik kurul onayı alınmış olmalı, bu onay makalede belirtilmeli ve belgelendirilmelidir.

2. Özgünlük

Çalışmalarını dergiye göndermek isteyen yazarlar, çalışmalarının tamamen özgün olmasını sağlamalıdır ve literatürden elde edilen kelimeler ile cümleler uygun bir şekilde alıntılanmalıdır. Tüm çalışma [Dergi Yazım Kuralları](#)'na uygun olarak hazırlanmalıdır.

3. Birden Fazla Yerde Yayın

Yazarlar, aynı çalışmayı herhangi bir başka dergide yayınlanmak üzere göndermemelidirler. Aynı çalışmanın birden fazla dergiye eş zamanlı gönderilmesi etik olmayan bir davranış teşkil etmektedir ve kabul edilemez.

4. Kaynakların Referansı

Başkalarının çalışmalarıyla ilgili olarak uygun referanslar verilmelidir. Yazarlar, çalışmalarının belirlenmesinde etkili olmuş yayınlara referans vermelidirler. Çalışma sürecinde kullanılan kaynakların tümü belirtilmelidir.

5. Makale Yazarlığı

Makale yazarlığı, çalışmaya kayda değer katkıda bulunan kişilerle sınırlı olmalıdır. Araştırma sürecine katılan başkaları var ise, bu kişiler katkıda bulunanlar olanlar listelenmelidir. Yazarlık ayrıca, derginin editörü ile iletişim halinde olan yazışmadan sorumlu olan bir yazar içermelidir. Yazışmadan sorumlu yazar, tüm yardımcı yazarların makaleye dahil olmasını sağlamalıdır.

6. İfşa Etme ve Çıkar Çatışmaları

Finansal destek ile ilgili tüm kaynaklar açıklanmalıdır. Tüm yazarlar, çalışmalarının oluşturulması sürecinde yer alan çıkar çatışmasını ortaya koymalıdır.

7. Yayınlanmış Çalışmalardaki Temel Hatalar

Yazarlar göndermiş oldukları çalışmalarında dikkat çekici bir hata bulduklarında, bu hata ile ilgili olarak derhal dergiye bilgilendirmek

2. Confidentiality

All the information relative to submitted articles is kept confidential. The reviewers must not be discussed with others except if authorized by the editor.

3. Disclosure and Conflict of Interest

The reviewers have no conflict of interest with regard to parties such as authors, funders, editors and etc..

4. Contribution to editor

Reviewers give helps the editor in making decisions and may also assist the author in improving the manuscript.

5. Objectivity

The objective judgment evaluation is always done by them. The reviewers express their views clearly with appropriate supporting arguments.

6. Acknowledgement of Sources

Reviewers ought to identify relevant published study that has not been cited by the authors. Reviewers also call to the editor's attention any substantial similarity or overlap between the manuscript and any other published paper of which they have personal knowledge.

D. DUTIES OF AUTHORS

1. Reporting Standards

A submitted manuscript should be original and the authors ensure that the manuscript has never been published previously in any journal. Data of the research ought to be represented literally in the article. A manuscript ought to include adequate detail and references to allow others to replicate the study. If the study is derived from a previous work of the author (thesis, paper, etc.), this should be given as acknowledgement. Ethics committee approval must be obtained for research conducted in all disciplines and for studies on clinical and experimental humans and animals requiring ethical committee decision, this approval should be stated and documented in this article.

2. Originality

The authors who want to submit their study to the journal must ensure that their study entirely original and the words and sentences getting from literature should be appropriately cited. Articles should be prepared in accordance with the [Journal Writing Guidelines](#).

3. Multiple Publications

Authors should not submit the same study for publishing any other journals. Simultaneous submission of the same study to more than one journal is unacceptable and constitutes unethical behavior.

4. Acknowledgment of Sources

Convenient acknowledgment of the study of others has to be given. Authors ought to cite publications that have been efficient in determining the study. All of the sources that used process of the study should be remarked.

5. Authorship of a Paper

Authorship of a paper ought to be limited to those who have made a noteworthy contribution to study. If there are others who have participated process of the research, they should be listed as contributors. Authorship also includes a corresponding author who is in communication with editor of a journal. The corresponding author should ensure that all appropriate co-authors are included on a paper.

6. Disclosure and Conflicts of Interest

All sources of financial support should be disclosed. All authors ought to disclose a meaningful conflict of interest in the process of forming their study.

7. Fundamental Errors in Published Works

If authors find out a remarkable error in their submitted study, they have to instantly inform it. Authors have a liability to cooperate with editor to provide corrections of errors.

zorundadırlar. Yazarların, hataların düzeltilmesini sağlamak üzere editör ile birlikte çalışma yükümlülükleri vardır.

8. Sorumluluk

Dergide yayınlanacak eserlerin her türlü sorumluluğu yazara/ yazarlarına aittir.

9. Rıza

Dergiye makale gönderen yazar(lar) derginin etik beyanlarını ve yazım kurallarını kabul etmiş sayılmaktadır.

E. DERGI İŞLEYİŞİ (Yönetmelik)

1. Eser Gönderimi

Tüm eserler, Dergipark sistemi (<https://dergipark.org.tr/tr/pub/klujfeas>) üzerinden gönderilmelidir. Yayınlanmak üzere gönderilen eserlerin başka bir yerde yayınlanmamış veya yayınlanmak üzere gönderilmemiş olması gerekmektedir. Dergide yayınlanacak eserlerin her türlü sorumluluğu yazar(lar)ına aittir. Eserler gönderilirken, gönderim ekranında bulunan Telif Hakkı Devir Formu tüm yazarlarca imzalanarak editörlüğe gönderilmelidir. Dergide yayınlanması kabul edilen ve yayınlanan yazıların (yazılı ve elektronik ortam) yazar(ları) telif haklarını Kırklareli Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi'ne devretmiş sayılır. Makale sunum ve değerlendirme süreçlerine ilişkin tüm iletişim Dergipark sistemi ile gerçekleştirilir. Telefonla bilgi verilmez.

2. İnceleme

Dergiye gönderilen makaleler, öncelikle Editörler Kurulu tarafından bilimsel içerik ve şekil bakımından ön incelemeye tabi tutulur. Editörler Kurulu, yayınlanabilecek nitelikte bulmadığı veya yazım kurallarına uygun hazırlanmayan makaleleri hakemlere göndermeden ret kararı verme hakkına sahiptir. Değerlendirmeye alınabilecek olan makaleler, incelenmek üzere iki ayrı hakeme (kör hakem) gönderilir. İki hakemin görüşleri bir ret bir kabul şeklinde gerçekleşirse, çalışma üçüncü bir hakeme gönderilir. Editörler Kurulu, hakem raporlarını dikkate alarak makalelerin yayınlanmak üzere kabul edilip edilmemesine karar verir.

3. Esaslar

- Yazarlardan herhangi bir ücret talep edilmemektedir.
- Çift yönlü kör hakem uygulaması kullanılmaktadır. Yazarlar, hakemleri; hakemler, yazarları bilmemektedir.
- Benzerlik oranı Ithenticate ve Turnitin programıyla denetlenmekte olup çalışmanın özelliklerine göre değerlendirilerek, Editör Kurulu tarafından incelenmekte ve karar verilmektedir.
- KLU İİBF Dergi, açık erişimli bir dergi olup, **Creative Commons Atıf-GayriTicari 4.0 Uluslararası Lisansı** ile lisanslanmıştır.



8. Responsibility

All kinds of responsibility for the works to be published in the journal belongs to the author(s).

9. Consent

The author (s) who submit an article to the journal are deemed to have accepted the journal's ethical statements and rules of writing.

E. JOURNAL PROCESSES (Regulations)

1. Sending Article

Studies must be sent via Dergipark website (<https://dergipark.org.tr/en/pub/klujfeas>). The manuscripts submitted for publication should not be published elsewhere or sent for publication. All responsibility of the works to be published in the journal belongs to the author(s). For the studies accepted for publication in our journal, signed Copyright Transfer Form must be sent to the journal editorial. The author(s) of articles accepted and published in the journal (written and electronic media) are deemed to have transferred their copyrights to the Journal of the Faculty of Economics and Administrative Sciences of Kırklareli University. All communication related to article submission and evaluation processes is carried out with Dergipark system. No information is provided by phone.

2. Review

Papers are firstly checked for their eligibility for technical and journal's style. The manuscripts that do not suit journal's standards or not suitably correspond to the scope journal are refused with unexplained reason. Manuscripts that are found suitable for peer review will be assigned to two expert reviewers (blind review). If one of the reviewer's decision is rejection and the other one's is acceptance, then the article is sent to third reviewer. The final decision to accept or reject a manuscript will be made by the Editorial Boards. After the review process, the Editorial Boards will inform the authors of acceptance, rejection or necessity of revision of the manuscript.

3. Principles

- The journal is not charging any submission or processing fee from authors.
- The journal is using double-blind review policy.
- The similarity rate is controlled by Ithenticate and Turnitin program and evaluated according to the characteristics of the study, examined and decided by the Editorial Board.
- Journal is open-access journal and licensed under a **Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License**.



ÖNSÖZ

Kırklareli Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi bünyesinde hazırladığımız dergimizin 2019 Eylül sayısı ile karşınızda olmaktan büyük mutluluk duyuyoruz. 2012 yılında yayın hayatına başlayan dergimiz, Sosyal Bilimler alanındaki güncel tartışmaları takip eden eserleri yayınlamayı hedeflemektedir. Dergimiz Asos Index, Directory of Research Journals Indexing (DRJI), CiteFactor, Google Scholar, Index Copernicus, Academic Keys, ResearchBib, Arastirmax, Sosyal Bilimler Atıf Dizini (Sobiad), Scientific Indexing Services (SIS), Eurasian Scientific Journal Index (ESJI), i-Focus, International Scientific Indexing (ISI) ve RootIndexing gibi önde gelen indeksler tarafından taranmaktadır. 2019 Eylül sayısı için 16 eser başvuruda bulunmuş, 14 eser editörler kurulu ve hakemler tarafından yeterli bulunarak yayına kabul edilmiştir.

Bu sayımızda Yerel Ölçekte Çevre Güvenliğine İlişkin Bir Model Önerisi; Örgütsel Bağlılık ile İş Etiği Arasındaki İlişkinin Sağlık Çalışanları Tarafından Değerlendirilmesi; İsviçre, İspanya, Kanada ve Malezya Örneklerinde Kamu Yönetimi Pratikleri Eksenli Birlikte Yaşama Modelleri; Türkiye’de Siyasal Ayrışma ve Medya: 28 Şubat Sürecinin Merkez Medyada Sunumunun Eleştirel Söylem Analizi ile Çözümlemesi; Bireylerin Tüketim Tercihlerinde Etkili Olan Faktörlerin Belirlenmesi: Sivas İli Örneği; Sosyal Bilimler Öğrencilerinin Araştırma Yöntemlerini Öğrenmeye Yönelik İsteklerinin Belirlenmesi: Fenomenolojik Bir Çalışma; Öznel İyi Oluş Halinin İşe Tutkunluğa Etkisi: Sinop İli Tekstil Sektörü Örneği; Tüketicilerin Sponsorluk Etkinliklerine Yönelik Tutumlarının Uyum Teorisi Ekseninde Sanat ve Spor Sponsorlukları Kapsamında İncelenmesi; Türkiye’de ARGE Harcamalarının BİST Endeksleri Üzerine Etkisi; Sosyal Medya Etkileyicisi Olarak Vloggerların Gençlerin Satın Alma Niyetine Etkisi; Türkiye’de Enflasyon ve İşsizlik Arasındaki İlişki: ARDL Sınır Testi Yaklaşımı ve son olarak da Dünyada ve Türkiye’de Finansal ve Yerel Raporlama Standartlarının Gelişim Süreci makalelerine yer verdik. Makalelere ek olarak Eylül sayımızda Türk Birliğinin Mümkün Yolları ve Antropoloji ve Güvenlik Çalışmaları başlıklı eserlerin incelemeleri yer almaktadır.

Ayrıca dergimize desteklerini esirgemeyen Rektörümüz Prof. Dr. Bülent ŞENGÖRÜR’e teşekkürlerimizi ve saygılarımızı sunarız. Son olarak dergimize katkı sağlayan yayın kurulumuza, hakemlerimize ve yazarlarımıza teşekkürlerimizi ve saygılarımızı sunarız.

Kırklareli Üniversitesi

İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi (iibfdergi@klu.edu.tr)

Editörler

Doç. Dr. Muharrem EKŞİ, Kırklareli Üniversitesi (muharremeksi@klu.edu.tr)

Doç. Dr. Ramazan TİYEK, Kırklareli Üniversitesi (ramazan.tiyek@klu.edu.tr)

Dr. Öğr. Üyesi Muhammet ATALAY, Kırklareli Üniversitesi (atalay@klu.edu.tr)

Editör Yardımcıları

Arş. Gör. Betül GÜLTEKİN, Kırklareli Üniversitesi (betul.gultekin@klu.edu.tr)

Arş. Gör. Altuğ KOÇ, Kırklareli Üniversitesi (altugkoc@klu.edu.tr)

PREFACE

We are very glad to present the September 2019 issue of Kirklareli University Journal of the Faculty of Economics and Administrative Sciences (KLUJFEAS). Our Journal, which started broadcasting in 2012, aimed to publish researches following the current debates in the field of Social Sciences. Our journal is indexed by leading indexes such as Asos Index, Directory of Research Journals Indexing (DRJI), CiteFactor, Google Scholar, Index Copernicus, Academic Keys, ResearchBib, Arastirmax, Social Sciences Citation Index (Sobiad), Scientific Indexing Services (SIS), Eurasian Scientific Journal Index (ESJI), i-Focus, International Scientific Indexing (ISI) and RootIndexing. For the September 2019 issue of our Journal, 16 out of 14 articles were found acceptable by the editorial board and referees. KLUJFEAS aims to continue to broadcast without sacrificing its scientific quality with an awareness of the difficulties such as being accepted as a reputational journal by authors and audience.

The included articles in this issue are A Model Proposal on Environmental Security at Local Scale; Assessment of the Relationship Between Organizational Commitment and Business Ethics by Health Employees; Models of Coexistence Based on Public Administration Practices in the Cases of Switzerland, Spain, Canada and Malaysia; Political Disintegration and Media in Turkey: The Analysis of the Presentation of February 28 Process in Center Printed Press; Determination of the Factors Affecting the Consumption Preferences of Individuals: Sample of Sivas; Identifying The Motives of Social Sciences Students for Learning Research Methods: A Phenomenological Study; The Effect of Subjective Well-Being On Working Passion: Sinop Province Textile Sector; Investigation of Consumers Perceptions of Sponsorship Activities Within the Axis of Congruity Theory in the Scope of Art and Sports Sponsorship; The Effects of Research and Development Expenditures on BIST Indexes in Turkey; The Effects of Vloggers As Social Media Influencer on Purchase Intention of Young People; The Relationship Between Inflation and Unemployment in Turkey: An ARDL Bounds Testing Approach and Development Process of Financial and Local Reporting Standards in Turkey and The World. In addition to the articles, the book reviews of "Türk Birliğinin Mümkün Yolları" and "Antropoloji ve Güvenlik Çalışmaları" are covered in our September issue.

We would also wish to express our sincere gratitude to our Rector Prof. Dr. Bülent Şengörür for his unflagging support. Lastly, we would like to thank our editorial board, writers and referees for their contribution.

Kirklareli University

Journal of the Faculty of Economics and Administrative Sciences (iibfdergi@klu.edu.tr)

Editors

Assoc. Prof. Muharrem EKŞİ, Kirklareli University (muharremeksi@klu.edu.tr)

Assoc. Prof. Ramazan TİYEK, Kirklareli University (ramazan.tiyek@klu.edu.tr)

Asst. Prof. Muhammet ATALAY, Kirklareli University (atalay@klu.edu.tr)

Assistant Editors

Res. Assist. Betül GÜLTEKİN, Kirklareli Üniversitesi (betul.gultekin@klu.edu.tr)

Res. Assist. Altuğ KOÇ, Kirklareli Üniversitesi (altugkoc@klu.edu.tr)

TARANAN İNDEKSLER ve VERİ TABANLARI INDEXES and DATABASES

Kirklareli Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi Asos Index, DRJI, CiteFactor, Google Scholar, Index Copernicus, Academic Keys, ResearchBib, Arastirmax, Sobiad, Sindex, Eurasian Scientific Journal Index, International Scientific Indexing, i-Focus ve Rootindexing tarafından taranmaktadır.

Kirklareli University Journal of the Faculty of Economics and Administrative Sciences indexed by Asos Index, DRJI, CiteFactor, Google Scholar, Index Copernicus, Academic Keys, ResearchBib, Arastirmax, Sobiad, Sindex, Eurasian Scientific Journal Index, International Scientific Indexing, i-Focus and Rootindexing.



İÇİNDEKİLER

Makaleler

- Yerel Ölçekte Çevre Güvenliğine İlişkin Bir Model Önerisi*
İmam Bakır KANLI, Burak KAPLAN.....97-115
- Örgütsel Bağlılık ile İş Etiği Arasındaki İlişkinin Sağlık Çalışanları Tarafından Değerlendirilmesi*
A. Yunus SARIYILDIZ.....116-130
- İsviçre, İspanya, Kanada ve Malezya Örneklerinde Kamu Yönetimi Pratikleri Eksenli Birlikte Yaşama Modelleri*
Barış AYDIN, Fatih Fuat TUNCER.....131-143
- Türkiye’de Siyasal Ayrışma ve Medya: 28 Şubat Sürecinin Merkez Medyada Sunumunun Eleştirel Söylem Analizi ile Çözümlemesi*
Oğuzhan KOCA.....144-160
- Bireylerin Tüketim Tercihlerinde Etkili Olan Faktörlerin Belirlenmesi: Sivas İli Örneği*
Şükran KARACA, İbrahim YEMEZ.....161-177
- Sosyal Bilimler Öğrencilerinin Araştırma Yöntemlerini Öğrenmeye Yönelik İsteklerinin Belirlenmesi: Fenomenolojik Bir Çalışma*
Burak HERGÜNER.....178-187
- Öznel İyi Oluş Halinin İşe Tutkunluğa Etkisi: Sinop İli Tekstil Sektörü Örneği*
Gaye ATİLLA, Gizem YILDIRIM.....188-205
- Tüketicilerin Sponsorluk Etkinliklerine Yönelik Tutumlarının Uyum Teorisi Ekseninde Sanat ve Spor Sponsorlukları Kapsamında İncelenmesi*
Aylin Ecem GÜRŞEN, Abdullah OKUMUŞ.....206-225
- Türkiye’de Arge Harcamalarının BIST Endeksleri Üzerine Etkisi*
Zafer ŞAHİN, Metin BAŞ.....226-234
- Sosyal Medya Etkileyicisi Olarak Vloggerların Gençlerin Satın Alma Niyetine Etkisi*
Perihan ŞIKER.....235-245
- Türkiye’de Enflasyon ve İşsizlik Arasındaki İlişki: ARDL Sınır Testi Yaklaşımı*
Deniz Dilara DERELİ.....246-257
- Dünyada ve Türkiye’de Finansal ve Yerel Raporlama Standartlarının Gelişim Süreci*
Ömer Faruk GÜLEÇ, Şener ERGİ.....258-277

Kitap İncelemeleri

- Ahmet Nafiz Ünalmiş ve Mehmet Nuri Parmaksız (Ed.). (2019). Türk Birliğinin Mümkün Yolları. Ankara: Akçağ Yayınları.*
Kadir Ertaç ÇELİK.....278-280
- Fina Anton Hurtada ve Giovanni Ercolani (Ed.). (2017). Antropoloji ve Güvenlik Çalışmaları. (Çev. Aşkın İnci Sökmen), İstanbul: Uluslararası İlişkiler Kütüphanesi.*
Emre OZAN.....281-284

CONTENT

Articles

- A Model Proposal On Environmental Security At Local Scale*
İmam Bakır KANLI, Burak KAPLAN.....97-115
- Assessment Of The Relationship Between Organizational Commitment And Business Ethics By Health Employees*
A. Yunus SARIYILDIZ.....116-130
- Models Of Coexistence Based On Public Administration Practices In The Cases Of Switzerland, Spain, Canada And Malaysia*
Barış AYDIN, Fatih Fuat TUNCER.....131-143
- Political Disintegration And Media In Turkey: The Analysis Of The Presentation Of February 28 Process In Center Printed Press*
Oğuzhan KOCA.....144-160
- Determination Of The Factors Affecting The Consumption Preferences Of Individuals: Sample Of Sivas*
Şükran KARACA, İbrahim YEMEZ.....161-177
- Identifying The Motives Of Social Sciences Students For Learning Research Methods: A Phenomenological Study*
Burak HERGÜNER.....178-187
- The Effect Of Subjective Well-Being On Working Passion: Sinop Province Textile Sector*
Gaye ATILLA, Gizem YILDIRIM.....188-205
- Investigation Of Consumers Perceptions Of Sponsorship Activities Within The Axis Of Congruity Theory In The Scope Of Art And Sports Sponsorship*
Aylin Ecem GÜRŞEN, Abdullah OKUMUŞ.....206-225
- The Effects of Research and Development Expenditures on BIST Indexes in Turkey*
Zafer ŞAHİN, Metin BAŞ.....226-234
- The Effect Of Vloggers As Social Media Influencer On Purchase Intention Of Young People*
Perihan ŞIKER.....235-245
- The Relationship Between Inflation And Unemployment In Turkey: An ARDL Bounds Testing Approach*
Deniz Dilara DERELİ.....246-257
- Development Process Of Financial And Local Reporting Standards In Turkey And The World*
Ömer Faruk GÜLEÇ, Şener ERGİ.....258-277

Book Reviews

- Ahmet Nafiz Ünalmiş ve Mehmet Nuri Parmaksız (Ed.). (2019). Türk Birliğinin Mümkün Yolları. Ankara: Akçağ Yayınları.*
Kadir Ertaç ÇELİK.....278-280
- Fina Anton Hurtada ve Giovanni Ercolani (Ed.). (2017). Antropoloji ve Güvenlik Çalışmaları. (Çev. Aşkın İnci Sökmen), İstanbul: Uluslararası İlişkiler Kütüphanesi.*
Emre OZAN.....281-284

MAKALELER
ARTICLES

YEREL ÖLÇEKTE ÇEVRE GÜVENLİĞİNE İLİŞKİN BİR MODEL ÖNERİSİ

İmam Bakır KANLI

Doç. Dr., Marmara Üniversitesi, Siyasal Bilgiler Fakültesi, Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Bölümü

bkanli@yahoo.com | ORCID: 0000-0002-5715-8752

Burak KAPLAN

Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kamu Politikası Yüksek Lisans Programı

kaplanburak94@gmail.com | ORCID: 0000-0002-4501-0718

Özet

Çevre sorunlarının önüne geçilmesinde yerel ölçekte mücadele edilmesi stratejik öneme sahiptir. Dolayısıyla bu çalışmada, çevre güvenliğinin sağlanmasında etkin ve verimli bir örgütsel yapının, sürdürülebilir kalkınma ve toplumsal yapılar elde etmedeki önemi ortaya koyularak, mahalle ölçeğinde bir model önerisi sunulması amaçlanmaktadır. SWOT analizi modelin değerlendirilmesinde yöntem olarak belirlenmiş, ayrıca literatür taraması ve ilgili kurum ve kuruluşların yayınladıkları teknik ve analitik raporlardan da faydalanılmıştır. Böylece önerilen model, çevrenin korunmasına ve sürdürülebilirliğine katkı sağlayabilmektedir.

Anahtar kelimeler: Çevre, güvenlik, kooperatif, çevresel güvenlik, ENVSEC.

Bilgilendirme: Bu çalışma 11-13 Mayıs 2018 tarihleri arasında Antalya'da düzenlenen Uluslararası Sosyal Bilimler ve İnovasyon Kongresi'nde sunulan "Yerel Ölçekte Çevre Güvenliğine İlişkin Bir Model Önerisi" tebliğinden türetilmiştir.

A MODEL PROPOSAL ON ENVIRONMENTAL SECURITY AT LOCAL SCALE

Abstract

Prevention of environmental problems has a strategic importance of struggle at local scale. Hence, in this study, it is aimed at presenting a model proposal at neighbourhood scale by putting forward the importance of an effective organisational structure ensuring environmental security in achieving sustainable development and social structures. The SWOT analysis has been determined and used as the method for the evaluation of the model and it has also benefited from literature review and technical and analytical reports produced by related institutions and organisations. In order to protect the environment and gain a secure form, taking initiatives for the residential areas where individuals live can provide an important mission to be fulfilled. Thus, the proposed model can contribute to the protection and sustainability of the environment.

Keywords: Environment, security, co-operative, environmental security, ENVSEC.

Acknowledgement: This study is derived from the paper "A Model Proposal on Environmental Security at Local Scale" presented at the International Social Sciences and Innovation Congress held in Antalya between 11-13 May 2018.

Giriş

Canlılar yer aldıkları sistemde var olabilmek adına yaşamsal ihtiyaçlarını karşılamak zorundadır. Söz konusu ihtiyaçların giderilmesi bir döngü içerisinde devam ederken, çevre genellikle insan faaliyetleri sonucunda bozulmaktadır. Sanayi devrimi, doğal kaynakların hızla tükenmesinde ve çevre tahribatında önemli dönüm noktalarından biri olmuştur. Günümüzde canlıların bir bütün içinde yaşamlarını sürdürdükleri çevre, ozon tabakasının incilmesi, küresel iklim değişikliği, deniz ve okyanusların kirlenmesi, ormanların ve su kaynaklarının azalması gibi sorunlarla karşı karşıyadır. Özetle çevre, canlıların yaşamları boyunca ilişkileri sürdürdükleri ve bu süreçten etkilendikleri ortam olarak düşünülebilir.

Yirminci yüzyılda çevrenin karşı karşıya kaldığı tehditlerle mücadele edilmesi gerektiğini belirterek farklı bakış açıları sunan birçok çalışma yapılmıştır. Bu çalışmalardan birisi olan ve Roma Kulübü tarafından Massachusetts Teknoloji Enstitüsü'nden (MIT) araştırmacılara 1972 yılında hazırlatılan "*Büyümenin Sınırları (Limits to Growth)*" raporu ekonomik büyümenin devam etmesinin doğal kaynakları tehdit edeceğini belirterek dünyanın yaşanmaz bir yer haline almaması için "*Sıfır Büyüme (Zero Growth)*" önerisi getirmektedir (Meadows vd., 1972). Ancak bu öneri gelişmekte olan ülkelerin tepkisiyle karşılaşmıştır. Bu tepkilerden birisi de Arjantin'de kurulan "*Bariloche Vakfı*" tarafından dile getirilmiştir. Yayınladıkları "*Yoksulluğun Sınırları*" isimli çalışmada, "*Büyümenin Sınırları*" raporuna ciddi eleştiriler getirilerek, ülkelerin ölçsüz ve eşitsiz tüketim alışkanlıklarından vazgeçmeleri gerektiğine dikkat çekilmiştir (Bariloche, 1974). 1987 yılında ise Birleşmiş Milletler Dünya Çevre ve Kalkınma Komisyonu'nun hazırladığı "*Ortak Geleceğimiz (Our Common Future)*" raporu, doğal kaynakları hedef alan tehditlere karşı gelecek kuşakların haklarını göz önüne alan bir anlayışla mücadele edilebileceği belirtmektedir. Buna bağlı olarak rapor, sürdürülebilirliği esas alan bir dünya görüşünü ortaya koymaktadır (United Nations, 1987).

Sürdürülebilirlik kavramı aynı zamanda güvenlik olgusuyla yakından ilişkilidir. Çünkü güvenlik kavramını hem yaşamsal hem de durumsal açıdan sürdürülebilirliğin bir ön koşulu olarak değerlendirmek mümkündür. Bu bakış açısından hareketle Türk Dil Kurumu (TDK) güvenliği, toplum yaşamının aksamaya uğramadan devam etmesi olarak ele almaktadır (TDK, 2018). Ayoob (1995, s. 4) tehlike, korku ve dehşetten uzak olma durumuyla güvenliği tanımlarken; Buzan (1983, s. 18) bireyler için güvenliğin tanımlanmasının kolay olmadığını belirterek içerisinde sağlık, statü, refah ve özgürlük gibi farklı unsurları barındırdığına dikkat çekmektedir. Güvenlik kavramı son yıllarda bir değişim içerisine girerek klasik teorilere yaslanan bakış açılarının aksine kavram farklı boyutlarıyla beraber ele alınmıştır. Çevre de bu boyutlardan birini oluşturmaktadır. Allenby (2005, s. 5) ise çevrenin güvenlikle beraber ele alınmasıyla oluşan çevresel güvenlik kavramının oldukça yeni ve tartışmalı bir fikir olduğunu belirtmektedir. Homer-Dixon (1994, s. 5) gelecek elli yılda dünyanın karşılaşması muhtemel çevre sorunları üzerinden kavramın önemine dikkat çekmektedir.

Günümüzde çevre sorunlarının oluşturduğu tehditler küresel boyutlara ulaşarak devletlerin farklı aktörlerle iş birliği yapmasıyla sonuçlanmıştır. Sönmezoğlu ve Bayır (2012, s. 249) 21. yüzyılda devletlerin ortak bir düzlemde ve herkes için yararlı çözümler bulma çabasının zorunluluk halini aldığını belirtmektedir. Aynı zamanda bu sürece sivil toplum örgütleri de dâhil edilmiştir. Mazlum (2007, s. 91) 1970'lerden sonra küresel çevre politikalarında sivil toplumun bir aktör olarak sürece dahil edildiğini belirtmektedir. Sivil toplum kuruluşları, günümüzde hem uluslararası hem de ulusal düzeyde örgütlenerek çevreye ilişkin politikaları etkileyebilmektedir. Sivil toplumlar gibi kooperatifler de toplumsal ihtiyaçları gidermek adına bireylerin bir araya gelerek örgütlendikleri yapılardır. Bireylerin kendi çıkarlarını korumak amacıyla oluşturdukları kooperatifler, "*gönüllülük ve herkese açık üyelik, üyeler tarafından gerçekleştirilen demokratik kontrol, üyelerin ekonomik katılımı, özerklik ve bağımsızlık, eğitim, öğrenim ve bilgilendirme, kooperatifler arasında iş birliği ve topluma karşı sorumluluk*" gibi temel ilkeleri benimsemektedir (International Co-operative Alliance, 2018). "*Çevre Koruma Kooperatifleri*" de bu ilkelerin esas alındığı model olarak çalışmada önerilerek SWOT (Strengths-Weaknesses-Opportunities-Threats) analizi yöntemiyle değerlendirilmektedir. Bu sayede ise modelin, zayıf yönleri ve tehditlerinin ortadan kaldırılabilmesi düşünülmektedir.

Bu çalışma, yerel ölçekte çevre güvenliğine ilişkin bir model önerisi sunmaktadır. Çevresel güvenliğin şehir güvenliğiyle olan ilişkisi ve sürdürülebilir kalkınma ile çevrenin korunmasına sağlayacağı etkilerden dolayı çalışmanın önemli olduğu düşünülmektedir. Çalışmayı önemli kılan bir diğer unsur ise modelin mahalle ölçeğinden ulusal ölçeğe doğru genişleyen zorunlu-katılımcı mekanizmalara dayanan bir yaklaşımı içinde barındırmasıdır. Bu bağlamda çalışmanın amacı; çevre güvenliğinin sağlanmasında etkin bir örgütsel yapının, sürdürülebilir kalkınma ve toplumsal yapılar elde etmedeki önemini ortaya koymaktır. Mahalle ölçeğiyle sınırlandırılan çalışmada, model, temel ilkeler düzeyinde tartışılmış ve değerlendirme sürecinde SWOT analizi

yöntemi tercih edilmiştir. Ayrıca literatür taraması yapılarak, ilgili kurum ve kuruluşların yayınladıkları teknik ve analitik raporlardan faydalanılmıştır.

Çalışmanın giriş kısmında makale hakkında genel bilgilere yer verilerek çalışma genel hatlarıyla tanıtılmıştır. İlk bölümde ise çalışmanın iskeletini oluşturan çevre, çevre hakkı, çevresel güvenlik ve kooperatif gibi temel kavramlar incelenmiştir. İkinci bölümde, yerel ölçekte çevre güvenliğini sağlamaya yönelik bir model önerisi sunulmuştur. Üçüncü bölümde, önerilen model, SWOT analizi yöntemiyle değerlendirilerek güçlü ve zayıf yönleri ile fırsatlar ve tehditleri ortaya konulmuştur. Sonuç kısmında ise çalışmada genel bir sentez oluşturulmuş ve yapılan önerilerle çalışma sonuçlandırılmıştır.

1. Kavramsal Çerçeve

Bu bölümde çalışmanın üzerine inşa edildiği temel kavramlar ele alınacaktır. Çevresel güvenlik kavramının daha iyi anlaşılabilmesi için öncesinde çevre, çevre hakkı ve güvenlik kavramları açıklanacaktır. Daha sonrasında ise güvenlik kavramının yaşadığı değişimle çevre boyutunu da ele alması üzerinde durularak çevresel güvenlik kavramı incelenecektir. Model önerisinin temel değerler düzeyinde tartışılabilmesi adına kooperatif kavramının üzerine durulacaktır.

1.1. Çevre ve Çevre Hakkı

Çevre, canlı ve cansız varlıkların bir arada buldukları, farklı katmanları içerisinde barındıran ortam olarak ele alınabilir. Türkiye'nin çevre mevzuatında yer alan 2872 sayılı Çevre Kanunu'nun 26/04/2006 tarihinde değişen ikinci maddesi, yasada yer alan terimleri tanımlamaktadır. İlk sırada tanımlanan çevre, "*canlıların yaşamları boyunca ilişkilerini sürdürdükleri ve karşılıklı olarak etkileşim içinde buldukları biyolojik, fiziksel, sosyal, ekonomik ve kültürel ortam*" olarak görülmektedir (Çevre Kanunu, 1983). Keleş (2013, s. 23) ise çevreyi iki anlamda tanımlamaktadır. Dar anlamda "*canlıların yaşamlarını sürdürdükleri ortam*"; geniş anlamda "*kişiyi etkileyen, maddi ve manevi olmayan gelişmesini, biçimlenmesini ve yaşamını belirleyen, biyolojik iklimle ilgili ve toplumsal etkenlerin tümü*" olarak ele almaktadır. TDK sözlüğünde de çevreye ilişkin farklı tanımlar yer almaktadır. Toplum bilimi açısından çevre "*hayatın gelişmesinde etkili olan doğal, toplumsal, kültürel dış faktörlerin bütünlüğü*" olarak tanımlanmaktadır (Türk Dil Kurumu, 2018). Cambridge Sözlüğü'nde çevre insanlar, hayvanlar ve bitkilerin hava, su ve toprak üzerinde ve içerisinde yaşadıkları doğa olarak tanımlanmaktadır (Cambridge Dictionary, 2018).

Tarihi boyunca insanların doğayla sürekli iç içe yaşamasının belirli sonuçları olmuştur. Duymaz (2013, s. 173) Adam Smith'in "*birakınız yapsınlar bırakınız geçsinler*" görüşünün, bu etkileşim sürecinde çevreye ciddi zararlar verdiğini ifade etmektedir. Böyle bir anlayış için çevre kaynakları sınırsız bir hammadedir. Doğal kaynakların bilinçsizce tüketilmesi, günümüzde çevre sorunlarının tüm dünyayı tehdit eder hale gelmesine neden olmuştur. Græger (1996, s. 109), Dauvergne ve Clapp (2016, s. 6), Elliot (2015, s. 12) ve Klare (1996, s. 357) yaptıkları çalışmalarda bu sorunları "*ozon tabakasının incilmesi, iklim değişikliği, çölleşme, okyanusların kirlenmesi, kuraklıklar, erozyon, orman yangınları ve tahribatı, hayvan ve bitki çeşitliliğinin azalması, hava kirliliği, asit yağmurları, içilebilir su kaynaklarının azalması, ekosistem tahribatı, nükleer madde denemelerinin çevreye olan zararı, sivil ve askeri faaliyetler sonucunda oluşan tahribat, seller, kasırga ve hortumlar*" olarak sıralamaktadır. Bu çevre sorunlarının sınır tanımadığı ve geniş alanlara yayılabilen bir yönünün olduğu söylenebilir. Geray (1998, s. 57) çevre temelli sorunların yerel toplumları, şehirleri, ülkeleri, kıtaları ve evreni tehdit edebilecek ölçüde genişlediğini belirtmektedir. Bu durumu Çernobil kazası örneğiyle açıklamaktadır. Yerel ölçekte ortaya çıkan bir çevre sorununun evrensel boyuta ulaşmasına dikkat çekmektedir.

Çevre ile ilgili tartışılan önemli konulardan birisi de çevre hakkıdır. Duymaz (2013, s. 175) çevre hakkını savunmanın dayanağı olarak 1789 tarihli İnsan ve Yurttaş Hakları bildirgesindeki ifade özgürlüğünü ele alan düzenlemelere dikkat çekmektedir. 1982 T.C. Anayasası'nın 56. maddesinde "*Herkes, sağlıklı ve dengeli bir çevrede yaşama hakkına sahiptir. Çevreyi geliştirmek, çevre sağlığını korumak ve çevre kirlenmesini önlemek Devletin ve vatandaşların ödevidir.*" hükmüyle çevre hakkından söz edilerek sağlıklı bir çevrenin oluşturulmasında vatandaşlara ödev yüklenmektedir (1982 Anayasası, 1982). Gürseler (2008, s. 200) Anayasa'da yer alan bu düzenlemeyi, 1970'den sonra çevre sorunlarının tartışıldığı Türkiye'de önemli bir gelişme olarak görmektedir. Anayasa ile hem koruma ödevi hem de insan hakları düzenlemesinin gerçekleştiğini belirtmektedir. Böylece sağlıklı bir çevrenin bireylerin hakkı olduğu belirtilerek bunun sağlanması için bireylere ödevler yüklenmektedir. Fırat (2003, s. 135) ise çevre hakkı kavramının kullanılacağı alanın sınırlanabilmesi bakımından, çevrenin nasıl tanımlandığına dikkat çekmektedir. Bireyler, topluluklar, gelecek kuşaklar ve devleti çevre hakkının alacaklıları olarak nitelendirir. Alacaklılar arasındaki

bireyler, topluluklar ve devletin, aynı zamanda çevre hakkının borçlusu olduğunu da ifade etmektedir. Dolayısıyla bu aktörlerden gelecek kuşaklar dışında kalanlar, çevre hakkı kavramının hem alacaklısı hem de borçlusu olarak değerlendirilebilir.

Çevre, bütün canlı ve cansız varlıkları kapsayan bir ortam olarak görülmelidir. Bu ortamdaki faaliyetlerin tamamı karşılıklı bir etkileşim içindedir. İlk olarak insanlar, hayvanlar ve bitkiler düşünüldüğünde, bu canlıların tür ve sayılarının azalması veya artmasının doğaya yansımaları olacaktır. Şüphesiz bu yansıma yukarıda belirtilen etkileşim sürecinin bir sonucu olarak görülebilir. Özellikle, Sanayi devrimiyle beraber üretim araçları ve yöntemlerindeki yaşanan gelişmelerin, çevreye olan etkileri önemli kırılma noktalarından biri olarak görülebilir. Yaşanan sürecin devam eden etkileriyle çevre sorunları, günümüzde ülkelerin tek başlarına mücadele edemeyecekleri küresel tehditler haline dönüşmüştür. Dolayısıyla toplumlar adına çevrenin korunması, stratejik açıdan önemli konular arasına girmiştir.

1.2. Çevresel Güvenlik

Güvenlik kelimesinin Latince kökenine bakıldığında “se” (olmaksızın) ve “cura” (endişe, sorun) kelimelerinden oluştuğu görülmektedir (Online Latin Dictionary, 2018). Arends (2009, s. 5) kelimenin Latince kökenin anlam olarak birtakım duygulara karşılık geldiğini ve bunlarla ilişkili olduğunu belirtmektedir. Arapça kökeni ise “aman” ve “amn” kelimelerinden türetilerek emniyet içinde olma anlamına gelmektedir (Etimoloji Türkçe, 2018). Demiray ve İşcan (2008, s. 149) Heisenberg’ten aktararak çalışmalarında güvenliği toplumun emniyet altına alınma isteği ile birey ve eşyaların gelecekte de korunacağına olan inanç anlamını içerdiğini belirtmektedir. Mortimer (1992, s. 6) güvenliği, toplumun şiddet olaylarından ve bunların sonucunda oluşan tehlikelerden uzak bir şekilde yaşamlarını devam ettirebilmeleri olarak ele almaktadır. Sosyal bir varlık olarak insanın öncelikli olarak barınma, ısınma ve yeme-içme gibi ihtiyaçlarını karşılama isteği bulunmaktadır. Bu ihtiyaçların sadece insanlar için değil tüm canlıların yaşamsal fonksiyonları bakımından gerekli olduğu düşünülebilir. Maslow’un (1943, s. 376) ihtiyaçlar hiyerarşisi teorisi, Şekil-1’de görüldüğü gibi bir piramit olarak sembolize edilmektedir. İlk sırada yer alan fiziksel ihtiyaçlardan sonra güvenlik ihtiyacı gelmekte ve insanlar adına güvenlik olgusunun önemine dikkat çekilmektedir.

Şekil 1: İhtiyaçlar Piramidi



Kaynak: Maslow, 1943, s. 376.

Şeker (2005, s. 61) ise güvenliği temel hak ve hürriyetlerin korunabilmesi için bir koşul olarak değerlendirmektedir. Bu bakış açısıyla düşünüldüğünde toplum içinde yaşayan bireylerin kendilerini güvende hissetmeleri, geleceklelerinden emin olmalarının bir koşulu olarak görülmelidir. Dolayısıyla böyle bir hissin olmaması, insanları endişeye sevk ederek onların yaşamsal tüm faaliyetlerini engelleyebilecek niteliktedir. Ayrıca yaşama, seyahat, eğitim ve sağlık gibi temel hakların hayata geçirebilmesi için öncelikli olarak o mekânda güvenliğin sağlanması gerekmektedir. Maslow bu duruma, ihtiyaçlar hiyerarşisi teorisinde güvenlik ihtiyacından sonra sosyal tabanlı ihtiyaçları getirerek dikkat çekmektedir. Sonuç olarak bireylerin sosyal tabanlı ihtiyaçlarının oluşması, güvenlik ihtiyacının giderilmesinden sonra ortaya çıkacaktır.

Güvenlik çalışmalarında realist teorinin haklılığı, İkinci Dünya Savaşı sonrasında Amerika Birleşik Devletleri (ABD) ve Sovyet Sosyalist Cumhuriyeti Birliği (SSCB) arasında yaşanan gerilimler sonucunda kabul edilen bir durum olmasına rağmen, Erdem (2016, s. 258) 1980’li yıllardan sonra güvenlik çalışmalarında bir değişim

yaşandığının altını çizmektedir. Bu dönemde güvenlik çalışmalarına hâkim olan bakış açısı, askeri gücü esas almıştır. Ancak daha sonra güvenlik çalışmalarının genişlemesi sonucunda çevre, insan hakları ve ekonomi gibi farklı unsurlarla ilişkilendirildiği görülmüştür. Oğuzlu (2007, s. 8) güvenliğin askeri anlamda “yüksek politika”; çevre, ekonomi, sağlık ve göç gibi konuların da “alçak politika” olarak değerlendirildiğini ifade etmektedir.

Soğuk Savaş'ın sona ermesinin ardından güvenlik çalışmalarında farklı bakış açıları görülmüştür. Özellikle çevre ve güvenlik ilişkisi tartışılan yeni konular arasında sayılmaktadır. Ullman (1983, s. 133) tehditlerin farklılaşmasının, güvenlik çalışmalarını etkilediğini belirtmektedir. Garcia (2008, s. 5) ise ekonomi, çevre, yasadışı silah kaçakçılığı ve enerji güvenliği gibi konuların Soğuk Savaş'tan sonraki dönemde güvenlik çalışmalarına dahil edildiğini vurgulamaktadır. Yaşanan bu dönüşüm sonucunda, askeri güvenliği esas alan bakış açılarının güvenlik çalışmalarını açıklamada tek başına yeterli olmadığı söylenebilir. Græger (1996, s. 109) bilimsel, siyasi ve askeri toplulukların daha geniş kapsamda güvenlik kavramını ele almasında çevrenin tahrip edilmesine karşı bilinçlenmenin etkili olduğunu ifade etmektedir. Paris (2001, s. 98) güvenlik problemlerinin yaşadığı değişimi çalışmasında ele almakta ve güvenliğin kimin için olduğu ve güvenlik tehdidinin kaynağının devletler için ne olduğu sorusuna yanıt aramaktadır. Devletler, bireyler, toplumlar ve gruplar için güvenliği bir gereklilik olarak görmektedir. Güvenlik tehdidinin kaynağı olarak ise askeri ve askeri olmayan tehditleri bir arada değerlendirmektedir.

Çevrenin giderek tahribata uğramasıyla beraber 1980'li yıllardan sonra çevresel güvenlik kavramı, giderek tartışılan konulardan biri olmuştur. Homer-Dixon (1994, s. 5) ise gelecek elli yılda dünya nüfusunun artmasının kaynaklarda oluşturacağı baskıya dikkat çekmektedir. Brown (1986, s. 25) dünyanın karşı karşıya kaldığı yeni tehlikeler arasında petrol kaynaklarının tükenmesi, toprakların kaybolması, ormanların tahribata uğraması ve iklimlerin değişmesini sıralamaktadır. Levy (1985, s. 35) çevre ve güvenlik ilişkisinin bu dönemde ciddi olarak tartışıldığının altını çizerek, çevrenin maruz kaldığı tahribatı bir güvenlik tehdidi olarak değerlendirmektedir. Hecker (2011, s. 12) çevresel güvenlik kavramını, şu an ve gelecekte ekosistemde var olan yaşamın devam etmesini sağlayan sistemlerin ve insan ihtiyaçları için gerekli olan her şeyin yerine getirilmesi ve yönetiminin sürdürülebilirliği ile yoksulluk ve çatışmaların azaltılmasına katkı sağlayan bir süreç olarak değerlendirmektedir.

Çevre sorunları 1970'li yıllarla beraber dünya gündeminde öne çıkan konulardan biri olmuştur. Mazlum (2007, s. 91) bu süreçte sivil toplumun bir aktör haline geldiğini belirtmektedir. Günümüzde hem küresel hem de ulusal ölçekte örgütlenen birçok sivil toplum kuruluşu bulunmaktadır. Bu örgütler çevre sorunlarını kamuoyuna duyurmayı hedeflemektedir. Bu örgütler bağımsız olarak faaliyet gösterdiklerini belirterek gelecek nesillerin daha sağlıklı çevrede yaşama haklarına dikkat çekmektedir (Greenpeace, 2018; World Wildlife Fund, 2018; TEMA, 2018; ÇEKÜL, 2018).

Çevresel güvenlik kavramı uluslararası örgütlerin son yıllarda ele aldığı konular arasında sayılmaktadır. Çolakoğlu (2012, s. 101-102) “Birleşmiş Milletler (*United Nations, UN*), Kuzey Atlantik Antlaşması Örgütü (*North Atlantic Treaty Organisation, NATO*), Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Teşkilatı (*Organization for Economic Cooperation and Development, OECD*) gibi kuruluşların çevreyi, güvenlik kavramının ögesi olarak ele aldıklarını belirtmektedir. 3-4 Haziran 1992 tarihlerinde Rio'da gerçekleştirilen *BM Çevre ve Kalkınma Konferansı*'nın ardından günümüze kadar çevre ve güvenlik ilişkisinin bu örgütlerin yayınladıkları raporlarda özellikle belirtildiğini vurgulamaktadır. 1983 yılında kurulan Birleşmiş Milletler Dünya Çevre ve Kalkınma Komisyonu tarafından 1987 yılında yayınlanan “*Our Common Future (Ortak Geleceğimiz)*” raporu ile 1995 yılında “*Our Global Neighbourhood (Küresel Komşuluğumuz)*” raporu çevresel güvenlik kavramının ele alındığı ilk belgeler arasında sayılmaktadır (United Nations, 1987; Global Development Research Center, 1995).

Küresel ölçekte çevre duyarlılığının yükselmesinin sonucunda uluslararası yapıların çevrenin korunmasına yönelik girişimleri yoğunlaşmıştır. Nitekim bu sürecin sonucunda uluslararası işbirliklerine dayanan girişimlerin yaşandığı görülmüştür. “*Birleşmiş Milletler Çevre Programı, Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı, Birleşmiş Milletler Ekonomi Komisyonu, Avrupa Güvenlik ve İşbirliği Teşkilatı, Avrupa Çevre Ajansı, Çevre ve Güvenlik Girişimi, Çevresel Güvenlik Enstitüsü*” gibi kurumları bu bağlamda örnek olarak vermek mümkündür. Ancak tüm bu “*iyi niyetli*” çabaların Dünya genelinde çevre sorunlarına karşı başarılı sonuçlar elde etmeye yettiğini söylemek güçtür. Bu yargıyı çevre ile ilgili istatistiklerin de doğruladığını söylemek mümkündür. Dünya Bankası (DB) verilerine göre Dünya'daki CO2 emisyonu 1960 yılında 9,396,705.835 kt iken 2014 yılında 36,138,285 kt olarak hesaplanmıştır. Bu durum atmosfere salınan karbon miktarının yaklaşık olarak 4 kat arttığını göstermektedir. Sera gazları açısından bakıldığında da benzer durum söz konusudur. Toplam

sera gazı emisyonu 1970 yılında 27,660,218.469 (kt CO2 eşdeğeri) iken bu değer 2012 yılında 53,526,302.828 (kt CO2 eşdeğeri) olarak belirlenerek yaklaşık iki kat yükselmiştir (Data World Bank, 2019). Tüm bu değişimler akciğer hastalıkları ve kanserden kaynaklanan ölümlerde artış yaşanmasına yol açmaktadır. Dünya Sağlık Örgütü de bu durumu destekler nitelikte veriler paylaşmaktadır. Örneğin, Dünya’da her yıl 7 milyon insan hava kirliliğinden ölmektedir. Ayrıca Dünya nüfusunun %91’i Dünya Sağlık Örgütü’nün belirlediği hava kalitesi limitlerinin aşıldığı yerlerde yaşamlarına devam etmektedir (World Heal Organization, 2019).

Genel olarak çevre sorunlarının sınır tanımaz olmaları küresel işbirliklerini mecbur kılsa da bu yapılanmaların yerel düzeyde güçlü bağlar kurması sorunların çözümü için sağlam dayanaklar oluşturabilir. Günümüzde çevresel tehditlerin ülkeler için önemli bir gündem maddesi olarak kendine yer bulduğu görülmektedir. Dolayısıyla küresel işbirliklerin dayandığı ulusal ölçeklerin çevre konusunda temeli en küçük yerel birimlere kadar indirmesi daha başarılı ve sürdürülebilir sonuçlar alınmasına katkı sunabilir. Bu bağlamda da çevrenin korunması adına yerel düzeydeki yapıların daha sağlıklı, temiz, sürdürülebilir ve güvenli bir çevrenin inşa edilmesine katkı sunması beklenebilir.

1.3. Kooperatif

Kooperatifler, dünya genelinde farklı ihtiyaçlara cevap veren örgütlerdir. Kanlı (2016, s. 2) bu durumu, küreselleşme sürecinin sonucunda devletin hizmet sunum alanlarının değişmesine bağlamaktadır. Devletlerin içinde buldukları değişim sürecinde boş bıraktığı alanlarda etkin rol oynayabilecek örgütsel yapılara ihtiyaç duyulduğunu ve birçok gelişmiş ülkede bu boşluğun, kooperatifler tarafından doldurularak toplumun sosyal, kültürel ve ekonomik ihtiyaçlarının karşılandığını belirtmektedir. Kooperatif kelimesi etimolojik olarak incelendiğinde Fransızca “*coopérer*” fiilinden türeyerek birlikte iş yapmak anlamına geldiği görülmektedir (Etimoloji Türkçe, 2018). Çetin (2009, s. 36) de kooperatifin etimolojik kökenine vurgu yaparak, iş birliğine dayanan ekonomik faaliyetleri ifade ettiğini belirtmektedir. Böylece bireyler kendi çıkarlarını korumak amacıyla ve gönüllülük esasıyla kooperatifler etrafında bir araya gelmektedir.

Bireylerin bir araya gelerek iş yapmasının insanlık tarihiyle paralel seyrettiği söylenebilir. Geray (1992, s. 427) bu duruma insanların ilk çağlardan itibaren tek başına yenemeyecekleri güçler karşısında birlikte hareket etmelerini örnek olarak göstermektedir. Ancak modern anlamda ilk kooperatif girişimi 1844 yılında 28 tekstil işçisinin girişimi sonucunda oluşmuştur. “*Rochdale Adil Öncüler Birliği*” adıyla kurulan bu yapı, bir tüketim kooperatifi olarak belirlediği ilkelere sadık kalarak insanların kötü yaşam koşulları içerisinde olmalarının önüne geçmeyi hedeflemiştir (Rochdale Pioneers Museum, 2018). Kanlı (2016, s. 7) bu kötü yaşam koşullarını, bireylerin emekleri karşılığında aldıkları ücretlerin, onların günlük ihtiyaçlarını bile karşılamaya yetmeyecek düzeyde olmasıyla açıklamakta ve kooperatif üyelerinin temel gıda malzemelerini düşük fiyata almak amacıyla bir araya geldiklerini belirtmektedir. Dolayısıyla, iş birliği ve dayanışma düşüncesinin kooperatifçiliğin ana fikrini oluşturduğu söylenebilir.

Kooperatifler, çoğu kimselerce farklı bakış açılarıyla tanımlanmıştır. Ifenkwe (2012, s. 21) kooperatifleri, sosyal bir grup olarak görmekte ve diğer sosyal gruplardan farklı olarak, insanların belirli bir bilinçle toplandığını ve önceden belirlenmiş amaçlara ulaşmayı hedeflediğini belirtmektedir. Bu hedeflere ulaşılmasının, grup üyeleri arasındaki bağlılığı güçlendireceğini ifade etmektedir. Harun ve Chin (2015, s. 27) kooperatif bünyesinde yer alan bireylerin yaşam standartlarını yükseltmek için bir arada bulduklarını söylemektedir. Harun ve Mahmood (2012, s. 15) kooperatif hareketini özerklik ve gönüllük yönüyle tanımlayarak, üyelerinin de bu doğrultuda bir araya gelmesiyle örgütsel yapının oluştuğundan bahsetmektedir. Verhees ve arkadaşları (2015, s. 42) kooperatiflerde üyelerin katılımı ve yönetimde aktif rol oynamasının önemine dikkat çekmektedir. Mori (2014, s. 330) ise kooperatifçilik anlayışının sosyal tabanlı harekete dönüşmesiyle yaşadığı değişimden söz etmektedir. Bu doğrultuda sosyal kooperatiflerin dünya üzerinde giderek yaygınlaştığını belirtmektedir. Zaimova ve arkadaşları (2012, s. 52) kooperatiflere sürdürülebilirlik çerçevesinden yaklaşmaktadır. Bunun sağlanmasında kooperatiflerin doğal yapısının rol oynayacağını düşünmektedir. Picciotti ve arkadaşları (2014, s. 214) ise kooperatiflerin sosyal yapının var olabildiğini sağlayacak gücü elinde bulundurduğuna dikkat çekerek, İtalya’da son yıllarda yaşanan krizler karşısında kooperatiflerin üstlendiği rolün önemine değinmektedir.

Kooperatiflerin çevrenin korunması üzerine dikkat çeken çalışma ve uygulamalara bakıldığında Almanya’nın öne çıktığı görülmüştür. Almanya’da uzmanlık gerektiren çevre, bilgi işlem, medya, sağlık, eğitim ve teknoloji işletmesi gibi konularda kooperatiflerin hizmet sunduğu görülmektedir (T.C. Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, 2015, s. 9). Çevrenin korunmasında kooperatiflerin etkisi üzerine Alavosius ve Newsome (2012, s. 77-80) yaptıkları çalışmada, kooperatiflerin çevre üzerine oluşturabileceği duyarlılığa dikkat çekmektedir. Daha az

tüketim ve daha fazla tasarruf perspektifinden hareketle toplumsal ihtiyaçlar içerisinde yer alan çevrenin korunmasında başarılı sonuçlar alınabileceği düşünülmüştür. Kooperatifçiliğin temel ilkelerinin bireyin davranış biçimlerini değiştirerek “yeşil davranış” öğretisinden söz etmişlerdir. Böylece doğal kaynakların ve çevrenin korunduğu sürdürülebilir bir yaşam formunun hayata geçirilmesinin kooperatif çatısı altında toplanan bireylerin kazanacağı duyarlılık sayesinde mümkün olabileceğini belirtmişlerdir.

Kanlı (2016) geçmişten günümüze kadar gelişim içerisinde olan kooperatifleri, sürdürülebilirliğin öncü kuvveti ve yönetimin ilk kademesi olan mahalleyle beraber düşünerek literatüre mahalle kooperatifleri kavramını kazandırmıştır. Getirdiği mahalle kooperatifleri önerisiyle, kooperatiflerin mahalle içerisindeki konumunu tartışmaktadır. Önerilen modelin, Türkiye'nin sosyo-kültürel birikimiyle örtüşeceğine ve kooperatiflerin mahalle ölçeğinden başlayarak yaşanabilir mekanlar oluşturmada öncü gücüne dikkat çekmektedir. Dolayısıyla model, insanların mutlu bir yaşam sürmesinin önünü açacak mekanlar oluşturmayı amaçlamaktadır.

2. Yerel Ölçekte Çevresel Güvenliğe İlişkin Bir Model Önerisi

Çevrenin giderek tahribata uğramasının sonucunda, ülkeler bu durumu ulusal güvenliklerine tehdit olarak algılanmaktadır. Ayrıca bu durumu yalnızca ulusal düzeyle sınırlandırmak değildir; küreselden başlayarak bireye kadar uzanan bir problem olarak değerlendirmek mümkündür (Knight, 2005, s. 1549; Levy, 1995, s. 35; Rwabizambuga, 2007, s. 202; Akbulut, 2014, s. 1227-1228). Söz konusu tehditlere karşı mücadele etmek, küresel düzeyde politika yapımcıların gündemlerinde önemli bir yer tutmaya başlamıştır. Uluslararası örgütlerin de bu doğrultuda atmış olduğu adımlar bulunmaktadır. Kolektif bir güvenlik anlayışı benimseyen NATO'nun bünyesinde barındırdığı üye ülkelerle birlikte ve çeşitli uluslararası örgütlerin iş birliği sonucunda çevresel güvenliği tesis etmek üzere çeşitli bölgelerde birtakım girişimleri söz konusudur. Örneğin Çevre ve Güvenlik Girişimi bu kapsamda oluşturularak farklı paydaşları içerisinde barındırmaktadır. Bu makalede ise çevresel güvenliği sağlamak amacıyla kamu ve özel sektör ile sivil toplumun birlikte hareket etmesini sağlayacak bir yapı olarak “Çevre Koruma Kooperatifleri” modeli önerilmiştir. Bu model, mahalle ölçeğinde örgütlenecek şekilde planlanmıştır. Kanlı (2016, s. 13) küresel ölçekte başarılı olmada yerleşmenin önemine dikkat çekmektedir. Bu doğrultuda hizmetlerin bütüncül bir mevzuatla kooperatifler eliyle gerçekleştirilmesinin öneminden bahsetmektedir. Sonuç olarak önerilecek “Çevre Koruma Kooperatifleri” katılımcı, şeffaf, demokratik, etkin ve verimli şekilde çevrenin güvenliğine ilişkin faaliyetlerde bulunmayı amaçlamaktadır.

Çalışmada önerilen modelin felsefi temeli toplumsal ekoloji görüşlerine dayanmaktadır. Toplumsal ekoloji anlayışı çevre sorunlarını toplumsal bir sorun olarak ele alarak konuya yaklaşmaktadır. Toplumsal ekoloji görüşünün savunucularından Murray Bookchin'in fikirlerine dayanan eko-anarşizm, diğer toplumsal ekoloji görüşlerinden farklı ve daha kapsamlı bir perspektif sunmaktadır (Coşkun, 2015, s. 102). Bookchin'e (1994, s. 101) göre çevre sorunlarının kısmi düzenlemelerle önlenebileceğini düşünmek doğru bir yaklaşım değildir. Bu açıdan çevre sorunlarıyla mücadelede radikal bir söylem geliştirmektedir. Ayrıca çevre sorunlarının çözümüne ilişkin yereli ve kenti esas alan bir örgütlenme modeli önermektedir. Mülkiyet ilişkilerinde özgürlükçü bir yapı önererek bir bilinç ve eylem tarzı geliştirilmesine dikkat çekmektedir (Bookchin, 1996, s. 45-49). Bu yönüyle önerilen kooperatif temelli modelin işleyişinin Bookchin'in ifade ettiği prensiplerin uygulanabilmesinde önemli bir rol üstlenebileceği düşünülebilir. Kavramsal çerçeve bölümünde de ele alındığı gibi kooperatif üyelerinin katılım ve ortaklık anlayışına dayanan prensipleri ile Bookchin'in çevrenin korunmasına yönelik örgüt yapısına ilişkin belirlediği prensipler birbiriyle yakından ilişkisi içerisinde.

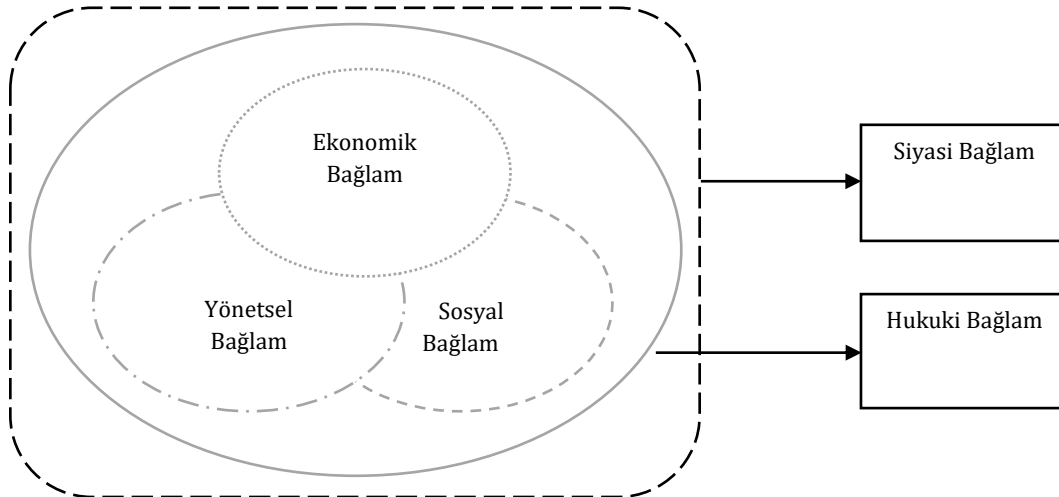
Çalışmada önerilen model siyasi, hukuki, ekonomik, sosyal ve yönetsel bağlamları bulunan beş temel dinamik üzerine inşa edilmektedir. Modelin üzerine inşa edileceği ekonomik, yönetsel ve sosyal bağlamlar alt sistemler olarak düşünülmelidir. Ayrıca bu üçlü alt yapı üzerine inşa edilen modelin hayata geçmesi için hukuki bir düzenlemeye ihtiyaç duyulmaktadır. Bu hukuki bağlam ile üç alt sistemin işleyişi sağlanabilecektir. Örgütsel yapının sınırları, kuralları, kimlerden oluşacağı ve mali kaynakları böylece ele alınacaktır. Aynı zamanda sistemin en üst yapısını oluşturan siyasal bağlam ise diğer alt sistemleri kapsayacaktır. Dolayısıyla siyasal sistemin sahip olduğu kimlik, diğer alt sistemleri doğrudan etkileyebilecektir.

Makalenin kapsam olarak hukuki ve siyasi bağlamı içermemesi dolayısıyla sonraki bölümlerde bu başlıklar incelenmemiş ve açıklanmamıştır. Ancak bu konuyla ilgili şunları söylemekte fayda görülmektedir. İlk olarak hukuki bağlamın açıklanması modelin nasıl işlemesi gerektiği konusunu ele alırken örgütsel yapının kurallarını ortaya koyması bakımından değerlidir. Siyasal bağlam ise modelin sahip olduğu ilkelerin hangi değerler sistemine göre inşa edildiğini gösteren bir fonksiyona sahiptir. Dolayısıyla liberal bir siyasal sistemin

gerek hukuki gerek sosyal gerek de ekonomik ve yönetsel bağlama yansımaları olacağı gibi bu durumun aynıysa komünizme dayanan siyasal sistemler için de geçerlidir. Sonuç olarak modelin işleyişinde hâkim siyasal sistemin etkisi göz ardı edilmeden düşünülmemesi gerektiğine vurgu yapılmak istenmektedir. Ayrıca bu bağlamda aşağıda yer alan maddeleri tekrar hatırlatmak modelin daha anlaşılır bir forma kavuşması bakımından değerlidir:

- ⇒ Hukuki ve siyasi bağlamın incelenmesi ayrı bir makalenin konusu olduğu için bu çalışmanın sınırlarını aşmaktadır.
- ⇒ Hukuki bağlam içerisinde yer alacak hususlar, modelin işleyişine ilişkin kurallar manzumesi olması sebebiyle her türlü koşulun simülasyonu göz önüne alınarak oluşturulmalıdır.
- ⇒ Siyasal bağlam ise örgüt yapısının ülkeden ülkeye göre farklı değerler üzerine inşa edilebileceği dikkate alınarak belirtilmiştir.
- ⇒ Siyasal yapıda her ülkenin kendi tarihi birikimine göre farklılıklar olsa dahi insanlığın ortak değeri olan çevrenin korunmasına yönelik olarak evrensel nitelikte ve uygulanabilir bir altyapının oluşturulması amaçlanmıştır.
- ⇒ Model önerisi ile “Çevre Koruma Kooperatiflerinin” genel hatlarının çizilmesi ve bu bağlamda yeni bakış açılarının ve tartışmalar konularının önünün açılması beklenmiştir.

Şekil 2: Çevresel Güvenliğe İlişkin Model Önerisinin Temel Dinamikleri



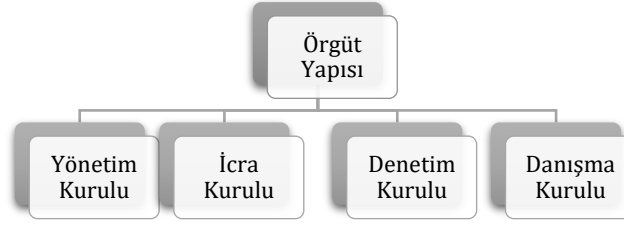
Not: Şekil-2 modelin işleyişi için tespit edilen temel dinamiklerin birbirleriyle olan ilişkisini göstermek amacıyla yazarlar tarafından oluşturulmuştur. Böylece birbirleriyle etkileşim halinde olan yönetsel, sosyal ve ekonomik bağlamların işleyişi için bir hukuki bağlama ihtiyaç duyulduğu ifade edilmiştir. Siyasal bağlamın en dış çerçeve içerisine koyulması ile birlikte siyasal sistemin sahip olduğu değer ve normların modelin hukuki, yönetsel, sosyal ve ekonomik bağlamlarını etkileyebileceği anlatılmak istenmiştir.

Sonuç olarak model, çevrenin korunmasında rol oynayabilecek bir örgütsel yapının yerel ölçekte hayata geçirilmesini amaçlamaktadır. Bu bağlamda da modelin sahip olduğu temel ilke ve prensipler yönetsel, sosyal ve ekonomik bağlamlar dikkate alınarak açıklanmaktadır.

2.1. Yönetsel Bağlam

Yerel güvenliğe ilişkin bir model önerisi için ilk olarak yönetiminin hangi yapılardan oluşacağı belirlenmelidir. Bu doğrultuda örgütün bağımsızlık ve tarafsızlığı asli unsurlar arasında yer almaktadır. Bağımsızlık ve tarafsızlığın sağlanması, örgütün şeffaf ve denetlenebilir olmasıyla yakından ilgilidir. Örgüt modeli, birbirinden bağımsız dört yapının altında bir araya gelmektedir. Bunlar, yönetim, icra, denetim ve danışma kurullarıdır. Aynı çatı altında bulunan bu yapılar arasında hiyerarşik bir bağlantının olmaması, modelin şeffaflığına katkı sağlayarak tarafsız ve adil olarak denetlenmesinin önünü açacağı düşünülmektedir. Aynı zamanda modelin işleyişi açısından merkezi yönetim ile arasındaki ilişkilerin göz önünde bulundurulması gerekmektedir. Bu bağlamda yerel düzeyde faaliyet gösteren örgüt yapısının etkin denetim konusunda zayıf kalması durumunda merkezi hükümet ile iş birliği yaparak denetimin etkinliğinin artırılması mümkündür. Dolayısıyla örgütün iç denetimi konusunda ikili bir işleyişten bahsedilebilir. Hem yerel düzeyde bir denetim öngörülmekte hem de yerel birimler arasında işbirliklerinin geliştirilmesine dikkat çekilmektedir.

Şekil 3: Model Önerisinin Örgüt Yapısı



Örgütü oluşturan unsurlar içerisinde mahalle yönetimi ve o mahallede yaşayanların birlikte yer alması gereklidir. Bu sayede alınacak kararlarda, halkın taleplerine doğrudan kulak vererek yönetim esasına göre bir araya gelinmektedir. Farklı unsurların bir araya gelerek çevrenin güvenliğine ilişkin alacağı kararlar, daha meşru hale gelmekte ve demokratik bir havanın oluşmasına imkân tanımaktadır.

“Çevre Koruma Kooperatifleri”, Kanlı’nın (2016) çalışmasında önerdiği “Mahalle Kooperatifleri” bünyesinde yer alan bir hizmet sağlama birimi olarak faaliyetlerini gerçekleştirebilir. Dolayısıyla önerilen model, “Mahalle Kooperatifleri” önerisiyle bütüncül bir şekilde çalışacak bir yapı olarak ele alınmalıdır. Bu kapsamda, mahallenin çevresel güvenliğine ilişkin hizmetleri yerine getirmede bir rol oynaması beklenmektedir.

Önerilen modelin yönetsel bağlamdaki bir boyutu uluslararası şirketlerin çevreye olan zararları karşısında ne gibi adım veya adımlar atması gerektiği konusudur. Modelin yerel düzeyde örgütlenmesi uluslararası şirketlerin çevreye verdiği zararları daha yakından takip edilmesine katkı sağlarken caydırıcılık ve yaptırım konusunda aynı etkinliğin oluşması konusunda endişeleri beraberinde getirmektedir. Bu bakımdan model, uluslararası şirketlerin çevreye verdikleri zararları tespit etme ve bunları bakanlık düzeyinde merkezi yönetime iletmesi gibi önemli bir misyona sahiptir. Dolayısıyla modelin işleyişinde uluslararası kurumların verdiği zararların tespit edilmesi ve ilgili bakanlıklara raporlanması modelin bir diğer önemli misyonları arasında yer almaktadır.

Tablo 1: Çevresel Güvenlik Teşkilatının Yönetsel Bağlamdaki Parametreleri

Yönetsel Bağlamdaki Parametreler
<ul style="list-style-type: none">•Y₁. Yönetişim anlayışı çerçevesinde, tüm paydaşların bir araya gelerek karar alması "Çevre Koruma Kooperatiflerini" daha meşru hâle getirmektedir.•Y₂. İşbirliği ve koordinasyon esas alınmaktadır.•Y₃. Şeffaf ve hesap verilebilir bir yönetimle çevresel güvenlik sağlanmaktadır.

2.2. Sosyal Bağlam

Çevre tüm insanlığın ortak miraslarından biridir. Bu mirasa dil, din, ırk, ideoloji ve mezhep gibi farklılıkları gözetmeksizin ortak bir bakış açısıyla sahip çıkmak gerekmektedir. Dolayısıyla çevrenin tahrip edilmesinin önüne geçilmesi için tüm farklılıklara rağmen insanlar, ortak kaygıyla hareket etmelidir. Ancak bu sayede çevresel güvenlik sağlanarak gelecek kuşakların hakları korunabilir. Dolayısıyla çevresel güvenliğe ilişkin mahalle ölçeğinde önerilen model, toplumun farklı katmanlarını bir araya getirmesi bakımından önemlidir.

“Çevre Koruma Kooperatifleri” belirli bir yörede yaşayanları üye olarak bünyesinde barındırdığından, toplumda çevreye karşı sorumluluk duygusunu güçlendirmektedir. Mahalle ölçeğinde faaliyet gösterecek olan örgütsel yapıya, o bölgede yaşayanların dileğiyle üye olması bu durumu oluşturmaktadır. Sosyal bağlamın kuvvetlenmesiyle örgütün demokratik ve katılımcı yapısının sağlanması beklenmektedir.

Kooperatif üyeleri, çevreye ilişkin gerçekleştirilen faaliyetler ve hizmetler hakkında bilgilendirilmelidir. Böylece insanların, örgüt hakkında fikir sahibi olarak katılım süreçlerinde daha etkin rol alması beklenmektedir. Bilgilendirmenin yanı sıra, insanlara seminerler aracılığıyla verilen eğitimler sonucunda çevre bilinci kazandırılmalıdır. Sonuç olarak ise toplumsal gelişimin sağlanacağı düşünülmektedir.

Tablo 2: Çevresel Güvenlik Teşkilatının Sosyal Bağlamdaki Parametreleri

Sosyal Bağlamdaki Parametreler
<ul style="list-style-type: none">•S₁. Toplumun farklı kesimlerinin bir araya gelmesi çoğulcu bir yapının oluşmasına imkân tanımaktadır.•S₂. Örgütün daha demokratik bir yapıya kavuşması beklenmektedir.•S₃. Eğitimler aracılığıyla toplumsal bilinç oluşmaktadır.

2.3. Ekonomik Bağlam

Kooperatifler, ekonomik ve sosyo-kültürel ihtiyaçları yerine getirmek için bireylerin demokratik ilkeler etrafında bir araya geldiği yapılardır. Bu bağlamda “Çevre Koruma Kooperatifleri” mahalle ölçeğinde çevresel güvenliğin sağlanmasına yönelik belirli hizmetleri yerine getirmek amacıyla önerilmektedir. Bu yapının hizmetleri etkin şekilde yerine getirebilmesiyle ekonomik yönden güçlü olması arasında yakın bir ilişki bulunmaktadır.

“Çevre Koruma Kooperatifleri” için dört farklı ekonomik kaynak oluşturabilir. Bunlardan ilki kooperatif üyelerinin düzenli olarak ödedikleri aidatlardır. İkincisi merkezi yönetim ve yerel yönetimlerden gelecek “koşulsuz” kaynak aktarımlarıdır. Bu durum modelin bağımsız bir forma kavuşması bakımından hayati bir fonksiyona sahiptir. Çünkü koşullu olarak gelecek kaynak aktarımlarının önerilen modelin merkeze olan bağlılığının artmasına yol açabilmektedir. Üçüncüsü ise hazırlanan projeler karşılığında ulusal ve uluslararası kurumlardan alınan ödeneklerdir. Bu üç farklı ekonomik girdinin miktarları, kooperatiflerin kapasitesine, hayata geçirilecek uygulamalara göre değişiklik gösterebilir. Önerilen model, kendi üyelerine sunduğu hizmeti, ücreti karşılığında o yörede yaşayan diğer kişilere de sunabilir. Bu sayede kooperatif üyesi olmayanlar da çevrenin korunmasına yönelik hizmetlerden yararlanabilir. Böylece hizmet satımı yoluyla kooperatifler, dördüncü olarak farklı bir kaynak üretebilir ve oluşturduğu kârı üyelerine paylaşabilir.

Şekil 4: Çevre Koruma Kooperatiflerinin Mali Kaynakları



Örgüt, çevresel güvenliğe ilişkin hayata geçirdiği hizmetler ve projelerle yerleşim yerindeki ekonomik faaliyetleri etkileyebilir. Bu bakımdan bölge halkında oluşturacağı çevre bilinci sonucunda bireyler, ekonomik olarak yapacakları her türlü faaliyette çevreyi ön planda tutabilir. Böylece hem ekolojik hem de ekonomik kaygılar göz önüne alınarak yatırımlar hayata geçirilebilir ve sürdürülebilir kalkınma hedeflerine ulaşılabilir.

Tablo 3: Çevresel Güvenlik Teşkilatının Ekonomik Bağlamdaki Parametreleri

Ekonomik Bağlamdaki Parametreler
<ul style="list-style-type: none">•E₁. Ekonomik yeterlilik, bağımsız ve güçlü girişimlerin oluşmasının önünü açmaktadır.•E₂. Ekonomi ve ekoloji dengesi bir arada değerlendirilmektedir.•E₃. Sürdürülebilir kalkınma hedefleri hayata geçirilmektedir.

3. Yerel Ölçekte Çevresel Güvenliğe İlişkin Model Önerisinin SWOT Analizi Yöntemiyle Değerlendirilmesi

“Çevre Koruma Kooperatiflerinin” mahalle ölçeğinden başlayarak, yerel toplulukların çevreye olan duyarlılığını arttırması beklenmektedir. Dolayısıyla en küçük yönetim birimi olan mahalleden başlayarak genişleyebilecek olan bu yapı, çevrenin bozulmasını önlemek adına yerelden bir mücadele başlatmaktadır. Mahalle ölçeğinde gösterilen başarının sonucunda bu model, semtler, şehirler ve hatta büyükşehirlerde de uygulanabilir. Bireylerin yaşam standartlarını etkileyen ve daha sağlıklı bir çevrenin oluşturulmasını hedefleyen model, bu doğrultuda atıkların toplanması ve atık toplama tesislerine transferi, cadde ve sokakların temizliği ile şehir mobilyaları ve peyzaj düzenlemesi gibi hizmetleri mahalle ölçeğinde yerine getirmeyi planlamaktadır. Önerilen modelin yerine getirdiği hizmetler, idari birimlerin farklılaşmasıyla değişebilmektedir. Örneğin, büyükşehir ölçeğinde faaliyet gösterecek “Çevre Koruma Kooperatifleri” teknik ve mali kapasitesi daha yüksek hizmetlerde bulunabilir. “Çevre Koruma Kooperatifleri” ile çevresel güvenlik kavramına yerel ölçekte dikkat çekilmiştir. Bu bakımdan merkezi bir yapılanmadan farklı olarak her bir yerleşim biriminin kendine özgü örgütlenme yapılarıyla çevre sorunlarına karşı mücadele etmesi vurgulanmıştır.

Çevresel güvenliğe ilişkin önerilen modelin daha sağlam temellere oturması için SWOT analizi yöntemi kullanılmaktadır. Böylece modelin güçlü yönleri, zayıf yönleri, fırsatları ve tehditleri belirlenerek mevcut durum ortaya koyulmaktadır. Bu bakış açısı model önerisinin zayıf yönleri ve tehdit içeren yanlarının ortadan kaldırılmasını sağlaması bakımından değerli bir hâl almaktadır. Güçlü yönler ve fırsatlar ise model önerisinin başarısında avantajlı noktaları göstermektedir.

Tablo 4: SWOT Analizi Temel Unsurları

SWOT ANALİZİ		
S	GÜÇLÜ YÖNLER	<i>İncelenen sistemin, unsurun veya bir durumun güçlü yanları</i>
W	ZAYIF YÖNLER	<i>İncelenen sistemin, unsurun veya bir durumun zayıf yanları</i>
O	FIRSATLAR	<i>Güçlü yanları destekleyen dış çevredeki koşullar</i>
T	TEHDİTLER	<i>Dış çevreden gelen tehditler</i>

Kaynak: Kanlı, 2016, s. 7

3.1. Güçlü Yönler

Türkiye’de kooperatifçilik deneyimi uzun yıllara dayanmaktadır. İlk çağdaş deneyim, 1863 yılında devlet eliyle oluşturulan “memleket sandıkları” ile gerçekleşmiştir. Ancak ciddi gelişmelerin Cumhuriyet dönemiyle beraber gerçekleştiği görülmektedir (Kooperatifçilik Genel Müdürlüğü, 2018). Bu deneyim ve tecrübe, önerilen modelin güçlü yönlerinden ilkinin oluşturmaktadır. Anayasası’nın 171. maddesinde kooperatifçiliğin desteklenmesine dikkat çekilmektedir. Kooperatiflerin normlar hiyerarşisinde en üst sırada yer alan anayasa tarafından desteklenmesi gerektiğini belirten hükmün yer alması, modelin güçlü yönlerinden ikincisini oluşturmaktadır. Mahalle ölçeğinde önerilen modelin mahalle yönetimiyle o yörede yaşayanları bir araya getirmesi karar alma mekanizmasında çoğulcu bir yapının oluşmasını sağlayarak demokratik katılımın önünü açması beklenmektedir. Örgütün böyle bir yapıya sahip olması ise önerilen modelin üçüncü güçlü yönüdür. “Çevre Koruma Kooperatifleri’nin” mali olarak yeterli kaynağa sahip olması hizmetlerin etkin ve verimli olarak gerçekleştirilmesini sağlamaktadır. Bu mali destekler, üyelerin aidatlarından, merkezi ve yerel yönetimin kaynak aktarımından, proje desteklerinden ve hizmet satımından meydana gelmektedir. Hizmetlerin etkin olarak yerine getirilmesinde güçlü mali yapının sağlanması güçlü yönler arasında dördüncü sırada yer almaktadır.

3.2. Zayıf Yönler

“Çevre Koruma Kooperatifleri” içerisinde farklılıkların bir araya gelmesi, bireylerin farklı dünya görüşlerine sahip olmasından dolayı karar alma sürecini zorlaştırarak örgütün etkinliğini zayıflatabilmektedir. Dolayısıyla bu durum, önerilen modelin zayıf yönlerinden ilkinin oluşturmaktadır. Mahalle ölçeğinde çevreye yönelik hizmetler gerçekleştirecek olan örgütün, yeteri kadar üyeye sahip olamaması zayıf yönlerden ikincisidir. Çünkü örgütün yeteri kadar üyeye sahip olmaması mahalle ölçeğinde hizmetlerin bütüncül olarak

karşılanmamasının sonucunda kaynak israfına neden olmakta ve önerilen modelin etkinliğini zayıflatmaktadır. Modelin bir diğer zayıf yönü ise örgüt içerisinde görev alacak kişilerde liyakat şartının aranmamasıdır. İşletme ve yönetim konusunda yeterli bilgi ve tecrübeye sahip olmayan üyelerin örgüt yapısı içerisinde görev almaları, zayıf yönler arasında üçüncü sırada sayılmaktadır. Türk toplumu içerisinde kooperatif kültürünün eksikliği, katılımcı demokrasinin gelişmemesi ve devlet baba geleneğinin ısrarla devam etmesi modelin dördüncü zayıf yönünü oluşturan unsurlar arasında sayılabilir. Bu durum kooperatif sayılarına karşılaştırmalı olarak bakıldığında görülmektedir. Örneğin Türkiye’de nüfusun yaklaşık %10’u, İrlanda, Finlandiya ve Avusturya’da nüfusun yarısından fazlası, ABD’de ise nüfusun yaklaşık 1/3’ü herhangi bir kooperatife üyedir (Kooperatifçilik Genel Müdürlüğü, 2018; Kanlı, 2016, s. 8).

3.3. Fırsatlar

Önerilen model, çevrenin güvenliğine ilişkin hizmetlerde bulunarak toplumda çevreye olan hassasiyeti arttırmaktadır. Böylece insanlar, çevreyi korumaları gereken bir değer olarak görmektedir. Dolayısıyla bu durum örgüt yapısının oluşturduğu fırsatlardan ilkidir. Oluşacak fırsatların ikinci sırası, bireylerin doğal kaynakları tüketim alışkanlıklarıyla ilgilidir. Seminerler sonucunda bireyler, doğal kaynakların tüketimine yönelik daha bilinçli hale gelmekte ve rasyonel yöntemleri tercih etmektedirler. Model, toplumda ekonomik ve ekolojik kayguları bir arada gözetmesiyle sürdürülebilir kalkınmanın gerçekleşmesine katkı sağlanmaktadır. Bu durum ise önerilen modelin oluşturacağı fırsatlar arasında üçüncü sırada yer almaktadır. Son olarak modelin dördüncü fırsatı ise hizmetlerin yerine getirilmesinde personele ihtiyaç duyulmasından dolayı yöre halkı için bir istihdam aracı olmasıdır.

3.4. Tehditler

“Çevre Koruma Kooperatifleri” için üç tehdit bulunmaktadır. Bunlardan ilki çevresel güvenliğe ilişkin faaliyet gösteren kooperatif deneyiminin bulunmamasıdır. Ayrıca Türkiye’de kooperatiflerin genellikle tarım ve konut gibi alanlarda hizmet verdiği görülmektedir. Tehditlerden ikincisi, kooperatifte görev alan bireylerin sorumluluklarını kötüye kullanmasından kaynaklanmaktadır. İnsanların kişisel çıkarlarını örgütsel çıkarların üzerinde görmesinden dolayı böyle bir tehdit oluşmaktadır. Üçüncü tehdit olarak ise mahalle düzeyinde kurulması önerilen bu örgütsel yapıya merkezi ve yerel yönetimlerin aktardığı koşulsuz kaynakların örgütsel amaçların yerine getirilmesinde yetersiz kalabilme riskidir. Bakanlıklar ve belediyelerin kooperatiflere yönelik mali destekleri ve ilgilerinin giderek azalması, bu durumun nedeni olarak görülmektedir.

Tablo 5: Model Önerisinin SWOT Analizi Yöntemiyle Değerlendirilmesi ve Kanıtları

S-W-O-T	Değerlendirmeler	Kanıtlar	
S	S ₁	Türkiye’de kooperatifçilik deneyiminin uzun yıllara dayanması	1863 yılında Osmanlı döneminde başlayan ve Cumhuriyet döneminden sonra devam eden gelişim
	S ₂	Anayasa’da kooperatifçiliğin geliştirilmesiyle ilgili ifadelerin bulunması	T.C. Anayasa’sının 171. maddesi
	S ₃	Karar alma mekanizmasında çoğulcu bir yapının oluşması	Mahalle yönetimiyle beraber o mahallede yaşayanların bir araya gelmesi
	S ₄	Hizmetleri yerine getirmek için yeterli bütçeye sahip olması	Üyelerin ödediği aidatlar, merkezi ve yerel yönetim tarafından kaynak aktarımı, proje destekleri ve hizmet satımı
W	W ₁	Farklı yapıları içerisinde barındırmasının karar almayı zorlaştırması	Örgütü oluşturan üyelerin farklı katmanlardan gelmesinin sonucu olarak fikir ayrılıklarının bulunması
	W ₂	Mahalle ölçeğinde insan kaynağının yetersiz kalması riski	Mahalle ölçeğinde örgütlenen kooperatife yeterli sayıda insanın üye olmaması

	W₃	Örgüt içerisindeki kurullarda görev alacak yöre insanları için herhangi bir liyakat şartının bulunmaması	İşletme ve yöneticilik becerilerine sahip olmayan kişilerin kooperatif içerisinde görev alması
	W₄	Toplumda kooperatif kültürünün olmaması	Gelişmiş ülkelerin nüfuslarına oranla Türkiye’de kooperatif ve kooperatiflere üye olanların sayısının az olması.
O	O₁	Çevre bilincinin oluşmasına katkı sağlaması	Kooperatifin çevreye yönelik hizmetlerde bulunması
	O₂	Doğal kaynakların yanlış kullanımının engellenmesi	Seminerler sonucunda insanların doğal kaynakları kullanırken daha bilinçli davranması
	O₃	Toplumların sürdürülebilir kalkınmasına katkıda bulunması	Ekonomik ve ekolojik kaygıların bir arada gözetilmesi
	O₄	Faaliyet gösterdiği bölge için istihdam oluşturması	Hizmetlerin gerçekleştirilmesinde personele ihtiyaç duyulması
T	T₁	Çevresel güvenliğe ilişkin hizmet veren kooperatif deneyiminin bulunmaması	Türkiye’de kooperatiflerin genellikle tarım, konut gibi belirli alanlarda yoğunlaşması
	T₂	Kooperatifte görev alan idarecilerin yetkilerini kötüye kullanmaları	Kişisel çıkarların örgüt çıkarlarının önüne geçmesi
	T₃	Mahalle ölçeğinde faaliyet gösteren örgüte merkezi ve yerel yönetimler tarafından aktarılan kaynağın yetersiz kalması	Bakanlıklar ve yerel yönetimlerin kooperatiflere yönelik desteklerinin azalması

3.5. Zayıf Yönler ve Tehditlerin Ortadan Kaldırılması

SWOT analizi yöntemiyle ortaya koyulan zayıf yönler ve tehditlerin ortadan kaldırılmasıyla önerilen modelin daha sağlıklı işleyeceği düşünülmektedir. Belirlenen düzenleyici ve önleyici aksiyonlar, zayıf ve tehdit edici yönleri azaltmayı veya ortada kaldırmayı hedeflemekte ve modelin daha sağlıklı çalışmasına katkı sağlamaktadır. Bu doğrultuda karar alma krizlerinin önüne geçilmesi, kooperatifler arası iş birliği, eğitim, teşvik uygulamaları, bağımsız denetim, mali disiplin ve girişimciliği öne çıkaran aksiyonlara yer verilmiştir.

Tablo 6: Düzenleyici ve Önleyici Aksiyonlar

W₁	Karar alma krizlerinin yaşanması durumunda problem çözücü mekanizmaların oluşturularak kullanılması
W₂	İnsan kaynağının yetersiz kalabileceği durumlarda kooperatifler arası iş birliğinin yapılması
W₃	Görev alacak kişilerin oryantasyon sürecine alınması ve meslek içi eğitimlerle yeterli donanımı kazanması
W₄	Kooperatiflerin önemini anlatan ve tanıtan konferans, panel ve açık oturum gibi etkinliklerle toplumun bilgilendirilmesi
T₁	Pilot bölge ve teşvik uygulamalarıyla ilk deneyimlerin oluşmasına destek verilmesi
T₂	Güçlü denetim mekanizmalarıyla caydırıcı yaptırımların olması
T₃	Bütçenin doğru planlanması ve özel girişimler aracılığıyla yeni kaynakların oluşturulması

Sonuç

Canlı ve cansız varlıkların bir arada etkileşim halinde oldukları çevre, insan eylemlerinden etkilenmektedir. Hava, su ve toprağın kirletilmesi, doğal kaynakların tahrip edilerek bilinçsizce tüketilmesi tüm insanlığı tehdit etmektedir. Ozan tabakasının incelenmesi, iklim değişikliği, çölleşme, okyanusların kirlenmesi, kuraklıklar, erozyon, orman yangınları ve tahribatı, hayvan ve bitki çeşitliliğinin azalması, asit yağmurları, içilebilir su kaynaklarının azalması söz konusu tehditler arasında sayılmaktadır. Bu çevre sorunları yerel ölçekten başlayarak tüm insanlığı tehdit eder hale gelebilmektedir. Dolayısıyla bu tehditlerin önüne geçilmesi için insanlığın ortak bir mücadele içerisine girmesi gerekmektedir.

Çevre hakkı, çevre terminolojisinde önemli bir yere sahiptir. Herkesin sağlıklı bir çevrede yaşaması için devletler ve vatandaşlara ödevler yüklenmektedir. 1970'li yıllardan sonra çevre sorunlarının yerel ölçekten küresel ölçeğe çıkmasıyla birlikte STK'ların, sorunların çözümünde önemli rol almaya başladığı görülmektedir. Özellikle Soğuk Savaş'ın sona ermesiyle beraber güvenlik çalışmalarında yeni konular tartışılmış ve çevre, güvenliğin bir boyutu olarak ele alınmıştır. 1980'li yıllardan sonra ise çevresel güvenlik kavramının öne çıktığı görülmüştür. Devletlerin artan çevre sorunlarını ulusal güvenliklerine tehdit olarak algılamaları böyle bir durumun oluşmasında etkilidir. Bu tehdit algısıyla birlikte çevrenin korunmasında küresel işbirliklerine dayanan yapıların rol almaya başladığı görülmüştür.

Çevrenin korunması noktasında yerel ölçekten başlayarak yürütülen eylemlerle daha sağlıklı sonuçlar alınacağı düşünülmektedir. Bu durumun sağlanması ise bireylerin ekonomik, sosyal ve kültürel çıkarlarını sağlamak amacıyla kurdukları kooperatifler yoluyla gerçekleşebilir. Kooperatiflerin sivil toplum ve özel sektöre ait unsurları bünyesinde birleştirmesi ona işlevsellik kazandırmaktadır. Mahalle ölçeğinde oluşturulacak "Çevre Koruma Kooperatifleri" de bu bakış açısıyla önerilmektedir. Çevresel güvenliğinin sağlanmasına yönelik olarak yerelden başlayarak geliştirilen politikalarla daha başarılı sonuçlara ulaşılabileceği düşünülmektedir. Dolayısıyla önerilen modelin mahalle ölçeğinden başlaması bu anlamda onu değerli kılmaktadır. Yönetmelik, sosyal ve ekonomik bağlamlar ise birer alt sistem olarak modelin üzerine inşa edildiği temel değerleri göstermektedir. Hukuki ve siyasi bağlam ise bu makalenin kapsamı dışarısında yer aldığı için ele alınmamıştır. Ancak hukuki bağlamın sistemin işleyişine ilişkin kuralların belirlenmesinde rol oynadığını; siyasal sistemin ise ülkenin içerisinde bulunduğu siyasal sistemin tüm yapıları yansıması gibi sonuçlarının olduğunu belirtmekte fayda bulunmaktadır. Aynı zamanda bu çalışmada çevrenin korunmasında farklı bir tartışmanın başlatıldığı ve modelin genel hatlarıyla çizildiği görülmektedir.

Sonuç olarak sürdürülebilir şehirlere giden yolda mahalleler önemli bir rol üstlenmektedir. Dolayısıyla bir bütün olarak şehirlerde çevrenin korunmasının yolu mahallelerden geçmektedir. Bu bağlamda mahalleler içerisinde faaliyet göstermek üzere önerilen "Çevre Koruma Kooperatiflerinin" yapılan analizler sonucunda stratejik bir rol üstlenebileceği düşünülmektedir. Modelin toplumun sağlıklı bir çevrede yaşama hakkına ve çevresel güvenliğe katkıda bulunması beklenmektedir.

Kaynakça

- 1982 *Anayasası*. (1982).
<http://www.mevzuat.gov.tr/Metin.Aspx?MevzuatKod=1.5.2709&MevzuatIlski=0&so rceXmlSearch> Erişim tarihi 25 Mart 2018
- Akbulut, A. (2014). Environmental degradation as a security threat: The challenge for developing countries. *International Journal of Human Sciences*, 11(1), 1227-1237.
- Alavosius, M. P., & Newsome, W. (2012). Cooperatives, green behavior and environmental protection. *Revista Latinoamericana de Psicología*, 44, 77-85.
- Allenby, B. R. (2000). Environmental security: Concept implementation. *International Political Science Review*, 21(1), 5-21.
- Arends, J. F. (2009). Homeros'dan hobbes ve ötesine: "Güvenlik" kavramının Avrupa geleneğindeki boyutları. *Uluslararası İlişkiler*, 6(22), 3-33.
- Ayoob, M. (1995). *The third world security predicament*. London: Lynne Rienner Publishers.
- Bariloche, S. (1974). *Limits to poverty*. Argentina: Bariloche Foundation.
- Bernstein, J., Behr, J. S., Carius, A., Dabelko, G. D., Feil, M., Fernandez, A. L., Kingham, R. A., Mabey, N., Renner, M., Taureck, R., Yassin, N. (2006). *Inventory of environment and security policies and*

practices: An overview of strategies and initiatives of selected governments, international organisations and inter-governmental organisations. (Edit. By Ronald A. Kingham), Hague: Institute for Environmental Security.

- Bookchin, M. (1994). *Özgürlüğün ekolojisi.* (Çev. Alev Türker). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Bookchin, M. (1996). *Ekolojik bir topluma doğru.* (Çev. Abdullah Yılmaz). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Brown, L. R. (1986). Redefining national security. *Challenge*, 29(3), 25-32.
- Buzan, B. (1983). *People states and fear the national security problems in international relations.* Brighton: Wheatsheaf Books.
- Coşkun, S. (2010). Çevre sorunlarına radikal bir çözüm önerisi olarak eko-anarşizm. *Kaygı Dergisi*, 15, 101-116.
- Çetin, H. (2009). Kalkınma sürecinde kooperatifçiliğin sosyal, ekonomik ve demokratik etkileri üzerine genel bir değerlendirme. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 4(2), 35-50.
- Çevre. (2018). Türk Dil Kurumu Sözlüğü. http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.5abf6a19ed9a5.33184202 Erişim tarihi: 25 Mart 2018
- Çevre Kanunu.* (1983). <http://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.2872.pdf> Erişim tarihi 25 Mart 2018
- Çevre ve Kültür Değerlerini Koruma Vakfı. (2018). <https://www.cekulvakfi.org.tr/hakkimizda> Erişim tarihi 19 Nisan 2018
- Çolakoğlu, E. (2012). NATO'nun çevreye ilişkin rolü. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (33), 101-112.
- Cura. (2018). Online Latin Dictionary. <https://www.online-latin-dictionary.com/latin-english-dictionary.php?parola=cura> Erişim tarihi 25 Mart 2018
- Data World Bank. (2019). Climate change. <https://data.worldbank.org/topic/climate-change> Erişim tarihi 29 Ağustos 2019
- Dauvergne, P., & Clapp, J. (2016). Researching global environmental politics in the 21st Century. *Global Environmental Politics*, 16(1), 1-12.
- Demiray, M., & İşcan, İ. H. (2008). Uluslararası sistemde güvenlik kavramının değişimi ekonomik ve jeopolitik arka planı. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*(21), 141-170.
- Duymaz, S. Y. (2013). Çevre örgütlerinin çevre yönetimine katılma sürecinde dayandığı haklar. *Türkiye Barolar Birliği Dergisi*, (107), 173-198.
- Elliot, L. (2015). Human security/environmental security. *Contemporary Politics*, 21(1), 11-24.
- Environment. (2018). Cambridge dictionary. <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/environment> Erişim tarihi 25 Mart 2018
- Environment and Security Initiative. (2018). Management and coordination. http://www.envsec.org/index.php?option=com_content&view=article&id=61&Itemid=79&lang=en Erişim tarihi 22 Nisan 2018
- Erdem, E. İ. (2016). İnsani güvenlik kavramı bağlamında çevre güvenliği. *Akademik Bakış Dergisi*, 10(19), 255-281.
- Fırat, S. (2003). Çevre etiği üzerine yeniden düşünmek. *Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, 58(3), 105-144.
- Garcia, D. (2008). The climate security divide: Bridging human and national security in Africa. *Africa Security Review*, 17(3), 1-17.
- Geray, C. (1992). Kooperatifçiliğin Dünya'da ve Türkiye'deki nicel gelişimi. *SBF Dergisi*, 47(1), 427-441.

- Geray, C. (1998). Yerel yönetimler ve çevre. *Çağdaş Yerel Yönetimler Dergisi*, 7(3), 57-64.
- Græger, N. (1996). Environmental security. *Journal of Peace Research*, 33(1), 109-116.
- Greenpeace. (2018). <http://www.greenpeace.org/turkey/tr/about/corevalues/> Erişim tarihi : 19 Nisan 2018
- Gürseler, İ. G. (2008). İnsan hakları, çevre, anayasa. *Türkiye Barolar Birliği Dergisi*, (75), 199-208.
- Güvenlik. (2018). Etimoloji türkçe. <https://www.etimolojiturkce.com/arama/guvenlik> Erişim tarihi: 25 Mart 2008
- Güvenlik. (2018). Türk Dil Kurumu Sözlüğü. http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.5aae6d35da806.41677975 Erişim tarihi: 25 Mart 2018
- Harun, M.Z.M., & Chin, O. (2015). Examining the association between group cohesion and group performance in the co-operative movement. *International Journal of Business and Industrial Marketing*, 1(2), 26-30.
- Harun, M.Z.M., & Bin Mahmood, R. (2012). The relationship between group cohesiveness and performance: An empirical study of cooperatives movement in Malaysia. *International Journal of Cooperative Studies*, 1(1), 15-20.
- Hecker, J. H. (2011). *Peace and sustainable development through environmental security*. The Hague: Institute for Environmental Security.
- Homer-Dixon, T. (1994). Environmental scarcities and violent conflict: Evidence from cases. *International Security*, 19(1), 5-40.
- Ifenkwe, G.E. (2012). Analysis of pull and push factors in cooperative business organization in Abia State, Nigeria. *International Journal of Cooperative Studies*, 1(1), 21-24.
- International Co-operative Alliance. (2018). Co-operative identity, values & principles. <https://ica.coop/en/whats-co-op/co-operative-identity-values-principles> Erişim tarihi: 1 Mayıs 2018
- Kanlı, İ. B. (2016). Sürdürülebilir gelişmeyi sağlamada stratejik bir araç: Mahalle kooperatifleri. *Çağdaş Yerel Yönetimler Dergisi*, 25(3), 1-34.
- Keleş, R. (2013). *100 soruda çevre, çevre sorunları ve çevre politikası*. İzmir: Yakın Kitabevi.
- Klare, M. T. (1996). Redefining security: The new global schisms. *Current History*, 95(604), 353-358.
- Kooperatif. (2018). Etimoloji Türkçe. <https://www.etimolojiturkce.com/kelime/kooperatif> Erişim tarihi: 30 Nisan 2018
- Kooperatifçilik Genel Müdürlüğü. (2018). Türkiye'de kooperatifçilik. <https://koop.gtb.gov.tr/kooperatifler-hakkinda/turkiyede-kooperatifcilik> Erişim tarihi: 1 Mayıs 2018
- Kooperatifçilik Genel Müdürlüğü. (2018). Kooperatif istatistikleri bülteni. <http://koop.gtb.gov.tr/data/5331a0e7487c8eb1e43d72a5/kooperatif%20istatistikleri%20bülteni.pdf> Erişim tarihi: 1 Mayıs 2018
- Knight, A. (2005). Global environmental threats: Can the security council protect our earth? *New York University Law Review*, 80(1549), 1549-1585.
- Levy, M. A. (1995). Is the environment a national security issue? *International Security*, 20(2), 35-62.
- Maslow, A. (1943). A Theory of human motivation. *Psychological Review*, 50(4), 370-396.
- Mazlum, S. C. (2007). Yerel politikalardan yeryüzü politikasına: Küresel çevre yönetiminde çevre örgütleri. *Sivil Toplum Dergisi*, 5(20), 91-108.
- Meadows, D. H., Meadows, D. L., Randers, J., & Behrens, W. W. (1972). *The limits to growth*. New York: Universe Books.

- Mori, P.A. (2014). Community and cooperation: The evolution of cooperatives towards new models of citizens' democratic participation in public services provision. *Annals of Public and Cooperative Economics*, 85(3), 327-352.
- Mortimer, E. (1992). European security after The Cold War. *Adelphi Papers*, 32(271), 2-72.
- NATO Dergisi. (2018). *NATO nasıl değişmeli (Bölüm 1 ve 2): Barış politikası olarak çevre*. https://www.nato.int/docu/review/2009/NATO_Change/Environment_PeacePolicy/TR/ Erişim tarihi, 22 Nisan 2018
- Oğuzlu, H. T. (2007). Dünya düzenleri ve güvenlik: Ulus-devlet güvenlik anlayışı aşıyor mu? *Güvenlik Stratejileri Dergisi*, 3(6), 1-35.
- Paris, R. (2001). Human security: Paradigm shift or hot air? *International Security*, 26(2), 87-102.
- Picciotti, A., Bernardoni, A., Cossignani, M. & Ferrucci, L. (2014), Social cooperatives in Italy: Economic antecedents and regional distribution. *Annals of Public and Cooperative Economics*, 85(2), 213-231.
- Regional Environmental Center. (2018). Environment and security: Transforming risks into cooperation. <http://envsec.rec.org> Erişim tarihi 19 Nisan 2018
- Rochdale Pioneers Museum. (2018). The rochdale principles. <https://www.rochdalepioneersmuseum.coop/about-us/the-rochdale-principles/> Erişim tarihi 30 Nisan 2018
- Rwabizambuga, A. (2007). Environmental security and development. *Conflict, Security & Development*, 7(1), 201-225
- Sönmezoğlu, F., & Bayır, Ö. E. (2012). Çevre sorunlarına ilişkin uluslararası rejimler. *İstanbul Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, (47), 247-289.
- Se. (2018). Online Latin dictionary. <https://www.online-latin-dictionary.com/latin-english-dictionary.php?parola=se> Erişim tarihi 25 Mart 2018
- Şeker, G. (2005). Kent güvenliği örgütlenmesinde mahalle ve çarşı ve mahalle bekçileri. *Polis Bilimleri Dergisi*, 7(4), 59-90.
- T.C. Gümrük ve Ticaret Bakanlığı. (2015). *G20 Ülkelerinde Kooperatifçilik*. http://koop.gtb.gov.tr/data/5697bd461a79f5d2d018c237/G20_kitapcik%2002.12.2015%20son%20son%20son.pdf Erişim tarihi 31 Ağustos 2019
- The Global Development Research Center. (1995). *Our Global Neighbourhood*. <http://www.gdrc.org/u-gov/global-neighbourhood/> Erişim tarihi 19 Nisan 2018
- Türkiye Erozyonla Mücadele Ağaçlandırma ve Doğal Varlıkları Koruma Vakfı. (2018). http://www.tema.org.tr/web_14966-2_1/neuralnetwork.aspx?type=22 Erişim tarihi 19 Nisan 2018
- Ullman, R. (1983). Redefining security. *International Security*, 8(1), 129-153.
- United Nations. (1987). *Report of the world commission on environment and development: Our common future*. <http://www.un-documents.net/our-common-future.pdf> Erişim tarihi 25 Mart 2018
- Verhees, Fr. J. H. M., Sergaki, P., & Van Dijk, G. (2015). Building up active membership in cooperatives. *New Medit: Mediterranean Journal of Economics, Agriculture and Environment*, 14(1), 42-52.
- World Heal Organization. (2019). Air pollution. <https://www.who.int/airpollution/en/>. Erişim tarihi 29 Ağustos 2019
- World Wildlife Fund. (2018). <http://www.wwf.org.tr/bizkimiz/wwfturkiyeninilkeleri/> Erişim tarihi 19 Nisan 2018
- Zaimova, D., Zheliazkov, G., & Gaidardjieva, V. (2012). Cooperative movement and rural development in Bulgaria: Policy support and practical implementation. *International Journal of Cooperative Studies*, 1(2), 47-54.

A MODEL PROPOSAL ON ENVIRONMENTAL SECURITY AT LOCAL SCALE

İmam Bakır KANLI, Burak KAPLAN

Extended Abstract

Introduction

Living creatures meet their needs within a cycle. However, this cycle could be damaged as a result of human activity. The Industrial Revolution, in particular, is considered as one of the important turning points in the rapid depletion of natural resources and destruction of the environment. Today the world is faced with problems such as ozone layer depletion, climate change, pollution of the oceans and seas, destruction of forests and reduction of water resources. After the 1970s, the international institutions dealt with these issues in their published reports. In these reports, it was also emphasised that the environment is an entrustment which must be protected and must be passed on to future generations. After the cold war, the environment became a dimension of security issues. As a result of the studies presenting different perspectives, the relation between environment and security is considered as a new topic to be discussed. Following this change in outlook, the viewpoints based on military security have become inadequate as security studies alone. In this context, environmental security concept based on environment and security relation has come to the foreground. Environmental security has been evaluated as a process that ensures the continuity of life in the present and future ecosystems and fulfils all that is needed for human needs and contributes to the sustainability of management and the reduction of poverty and conflicts. Since the 1970s, it has become widespread that people have come together to engage in initiatives for the protection of the environment, and to enact civil society. However, the debate about how well civil society is successful remains fresh. In addition to civil society, international organisations are taking the initiative in environmental issues. The "Environment and Security Initiative", structured under the leadership of NATO, is at the forefront. By bringing together many international institutions, they are making activities and cooperation with local representatives in different regions of the world to protect the environment. The cooperatives coming together to protect the interests of societies provide the services based on their common purposes via their members. The role of the cooperatives at a neighbourhood scale is becoming significant when protecting the environment and protecting the entrustment of future generations.

Methodology

In this study, the literature review has been performed in order to determine the basic dynamics of the model and the basics of the organisational structure. The technical and analytical reports issued by the relevant global institutions and organisations have been used to identify the environmental problems in the world. The model designed in this context was assessed by the SWOT analysis technique, revealing strong and weak points, opportunities and threats. As a result, the weaknesses of the proposed model and the necessary regulatory and preventive actions to remove the threatening elements have been determined.

Results

According to the study, environmental problems come into prominence with the issues that concern the whole world. Hence, when aiming at avoiding problems, it is expected that more successful results will be gained by taking actions at local levels. That is why the model was designed at the local level "neighbourhood". It is aimed to bring together different layers of society with the private and public sectors meeting together. This model, which can be expanded from local to national, includes political, economic, social, administrative and legal aspects. The functionality of economic, social and administrative dimensions of the system depends on the legal subsystem. It is the political dimension that encompasses the legal dimension in the broadest sense. The political dimension is a vital factor in gaining model an identity. The model is conceptualised as "Environmental Protection Cooperatives" and aims at increasing the environmental sensitivity of the society. They play an essential role in the life of individuals in a healthier and cleaner environment manner. They may also reduce the burden on municipalities by undertaking the services provided by the municipalities with their organisational structures and features. However, the cooperative approach is based on many years in Turkey. There are expressions about the development of cooperatives in the constitution of Turkey. The decision-making mechanism consists of a pluralistic structure. The model has enough budget for the providing of the

services. These are the strengths of the model. The coexistence of different mechanisms makes it difficult to make a decision. The human resources may be inadequate at the neighbourhood scale. There is no merit condition to take part in the cooperatives. There may be lack of the cooperative culture in society. These are the weaknesses of the model. The model contributes to the formation of environmental awareness. It can prevent the misuse of natural resources and contributes to the sustainable development of communities. It also provides employment because of its activity. These are also seen as opportunities for the proposed model. There is no cooperative experience with services related to environmental security. As the model is designed at a neighbourhood scale, resource transfer by central and local governments may be limited. Finally, these are considered as the threatening elements of the model. In this context, the weaknesses and threats for the model are eliminated by regulatory and preventive actions identified. Hence, it is thought that a healthier model can become possible.

Conclusion and Discussion

It is possible to obtain more relevant results with the activities performed beginning with local scale for the protection of the environment. This obtainment may be possible through the cooperatives which are established to protect the economic, social and cultural interests of the individuals. Cooperatives are effective functional organisations due to incorporating civil society, public and private sector elements. The "Environmental Protection Cooperatives" designed in the neighbourhood scale are proposed from this point of view. As a result, the model plays a significant role in the neighbourhoods of sustainable cities, and the way of protecting an entire urban environment. Hence, it is expected that the model can contribute to the right to live in a healthy environment and to environmental security of people.

ÖRGÜTSEL BAĞLILIK İLE İŞ ETİĞİ ARASINDAKİ İLİŞKİNİN SAĞLIK ÇALIŞANLARI TARAFINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ

A. Yunus SARIYILDIZ

Dr., Health Renova Sağ. Tur. AŞ, Genel Müdür

ysariyildiz@hotmail.com | ORCID: 0000-0003-2526-5016

Özet

Örgütsel bağlılık, çalışanın, işyerine karşı gösterdiği sadakati ve bunun karşılığında duygusal bir bağlılığı ifade etmektedir. İş etiği, iş yaşamındaki davranış ve hareketleri yönlendiren, onlara yol gösteren etik davranışların ve standartların tamamıdır. Örgütsel bağlılık ile iş etiği arasındaki ilişkinin sağlık sektörü çalışanları tarafından değerlendirilmesi araştırmanın amacını oluşturmaktadır. Bu araştırma betimsel yöntem ve ilişkisel tarama modeline göre modellenmiştir. Araştırmada, veri tekniği olarak anket tekniğinden yararlanılmıştır. Araştırmanın evrenini İstanbul'da hizmet vermekte olan bir vakıf üniversitesinin hastane çalışanları oluşturmaktadır. Araştırma sonuçları incelendiğinde, örgütsel bağlılık ile iş etiği arasında düşük düzeyli ve pozitif ($r=0,112$) anlamlı bir ilişki olduğu görülmüştür.

Anahtar kelimeler: Örgütsel bağlılık, iş etiği, sağlık sektörü, tutumsal bağlılık, örgütsel bağlılık-iş etiği ilişkisi.

Bilgilendirme: Bu makale yazar tarafından kaleme alınan "Örgütsel Bağlılık İle İş Etiği Arasındaki İlişki Üzerine Bir Araştırma: Bir Sağlık İşletmesi Örneği" başlıklı Doktora tezinden türetilmiştir.

ASSESSMENT OF THE RELATIONSHIP BETWEEN ORGANIZATIONAL COMMITMENT AND BUSINESS ETHICS BY HEALTH EMPLOYEES

Abstract

Organizational commitment refers to an employee's loyalty to the workplace and an emotional commitment to it. Business ethics are all the ethical behaviors and standards that guide business behavior and movements. The aim of the study is to evaluate the relationship between organizational commitment and business ethics by health sector employees. The study was modeled according with the depictive and relational screening method and survey technique. The results of the research showed that there is a low level and positive ($r = 0,112$) relationship between organizational commitment and business ethics.

Keywords: Organizational commitment, business ethics, health sector, attitudes, organizational commitment-business ethics relationship.

Acknowledgement: This article is derived from the PhD thesis entitled "The Study on the Relationship Between Organizational Commitment and Business Ethics: A Health Care Provider" which was prepared by author.

Giriş

Örgütsel bağlılık, çalışanın örgüt ile kurduğu kuvvet birliğinin ve kendisini örgütün bir parçası olarak hissetmesinin derecesi olarak değerlendirilebilir. Örgüt bünyesinde görev yapan bireyin örgüt ile kendi kişiliğini birleştirme derecesidir. Etik ise, kavramsal olarak, bir toplum içinde kişilerin benimsedikleri, uymak zorunda buldukları davranış biçim ve kuralları şeklinde tanımlanmaktadır. İş etiği ise, bir örgüt içerisinde neyin nasıl olması gerektiği anlamında kullanılmaktadır. Fakat burada neyin nasıl yapılması gerekliliği bir zorunluluktan ziyade ahlaki bir yargının doğru bir biçimde yapılması anlamında değerlendirilmelidir.

Sağlık hizmetlerinin vazgeçilemez bir ihtiyaç olması ve sağlık sektöründe önemli bir aşamada hizmet sunan hastanelerden hizmet alan hastaların memnuniyetlerinin sağlanmasında çalışanların sundukları hizmet, tutum ve davranışları etkili olmaktadır. Dolayısıyla hastalarını memnun etmek isteyen sağlık kuruluşlarının öncelikle çalışanlarını memnun etmeleri gerekmektedir. Çünkü sağlık hizmeti alan tüketicilerin bilinç ve gelir düzeylerinin yükselmesi de yine hastanelerin kaliteli hizmet sunmalarını gerektiren bir başka önemli unsurdur (Özer ve Çakıl, 2007, s. 142).

Örgütsel bağlılık ile iş etiği arasındaki ilişkinin sağlık sektörü çalışanları tarafından değerlendirilmesi ve bunların birbirleri üzerindeki etkilerinin incelenmesi çalışmanın amacını oluşturmaktadır. Teorik zeminde şu ana kadar örgütsel bağlılık ile iş etiği arasındaki ilişkiyi tespiti yönelik birçok benzer araştırmaların yapılmış olması araştırma konusunun güncelliğini ve önemini göstermektedir.

1. Örgütsel Bağlılık

Bağlılık denince akla sevgi, saygı, sadakat ve bağlı olma ifadeleri gelmektedir (TDK, 2013). Bağlılık kavramının kökeni Latince'den gelmektedir. Bağlılık "birleştirmek" anlamında kullanılmıştır (Malley, 2000, s. 27). Bağlılık, resmi bir kuruluşa bağlılığın duygu yoğunluğu şeklinde açıklanabilir. Gündelik hayattaki duygu durumu anlık olarak değişebilecek durumları açıklamak için kullanılırken, örgütsel bağlılık daha uzun süreyi kapsayan bir süreçten oluşmaktadır (Ashman ve Winstanley, 2006, s. 142). Örgütsel açıdan bağlılık kavramı, örgüt içerisindeki bireylerin çalıştıkları örgüte olan sadakatleri, bağlılıkları anlamına gelmektedir. Bu noktada dikkat edilmesi gereken nokta, örgütsel bağlılığın hem bireyin çalıştığı örgüte olan sadakati, hem de örgüt içerisinde çalışan bireylerin birbirlerine olan sadakati anlamına gelmesidir (Yıldız, 2013, s. 856; Markovits, Davis ve Dick, 2007, s. 79). Örgütsel bağlılık ile iş ve görev sorumluluğunun birbirinden farklı olduğunu ifade etmek gerekir (Hallberg ve Schaufeli, 2006, s. 119). Diğer bir ifadeyle, örgütsel bağlılık sadece bireyin örgütüne sadakat göstermesi değil, örgüt içerisinde bağlılığın bir kültür olarak yerleşmiş olması anlamına gelmektedir. Sonuç olarak örgütsel bağlılık örgüt içerisindeki bireylerin birbirleriyle birleşmiş bir biçimde hareket etmeleri olarak ifade edilebilir. Örgütsel bağlılık, çalışanın örgüt ile kurduğu kuvvet birliğinin ve kendisini örgütün bir parçası olarak hissetmesinin derecesidir (Wiener, 1982, s. 418-128).

Örgütsel bağlılık kavramı ile ilgili çalışmalara bakıldığında Fayol'un geliştirdiği yönetimin prensiplerinin amacı da çalışanların bağlılıklarının sağlanmasını gerektirmektedir. Ayrıca Weber bürokratik yönetim sistemini kullanırken her ne kadar örgütsel bağlılık kavramını kullanmamış olsa da belirlemiş olduğu yönetim hiyerarşisi çalışanların bağlılığını gerektirmektedir. Günümüzdeki örgütsel bağlılık çalışmalarının temelini ise Etzioni (1961), Kanter (1968), Mowday vd. (1982) ve Meyer ve Allen (1984) gibi araştırmacılar oluşturmaktadır (Swales, 2002, s. 156-159).

Örgütsel bağlılık, bireyin kendi çıkarlarının yanında, örgütün çıkarlarını da benimsemesi ve kendisini örgütün çıkarlarına adanmasıdır. Örgütsel bağlılık duygusu yüksek olan bir birey, örgütün çıkarına olan her duruma kendisini adayacak ve örgütün çıkarına olan süreçlerde gönüllü olarak görev alacaktır. Bu durum diğer çalışanların da örgüte karşı pozitif bir tutum takınmalarında önemli bir faktör olarak değerlendirilebilir (Earley, 1997, s. 98). Örgütsel bağlılık, bireyin örgütün amaç ve hedeflerini benimsemesi, kendi amaçlarının üstünde görmesi ve örgüt içerisinde gönüllü bir şekilde inisiyatif almasıdır. Hem yöneticilerin hem de çalışanların örgütün değerlerine sadık kalmalarıdır (Demirel, 2009, s. 116).

Örgütsel bağlılığın doğası gereği, örgütsel bağlılığı yüksek olan çalışanlar örgüt içerisinde ortak hedefe sahip olacaktırlar. Örgütsel güven, aslında örgüt ile çalışan arasındaki duygusal bir bağlıdır. Örgüt bünyesinde çalışan bireyler, örgütten destek gördüklerinde örgüte karşı bağlılık duygusu geliştireceklerdir. Bireyler, örgütten kendilerine ne kadar iyi durum gelirse, örgüte karşı o derecede olumlu dönüş vereceklerdir. Bu

süreçte liderlik pozisyonunda yer alan kişilerin çalışanların bağlılıklarını sağlayıcı uygulamaları benimsemeleri gerekir (Aslan, 2008, s. 163; Avolio vd., 2004, s. 953).

Örgütsel bağlılık, iş tatmini ile de bağlantılı olan bir kavramdır. Örgütsel bağlılığa sahip olan bir birey, işini severek yapmaktadır. Bu durum, hem bireyin mutlu olmasını hem de performansının daha yüksek olmasını sağlamaktadır. Örgütsel bağlılık, bireyin örgüte ve yakın çevresine olan tutumlarını da şekillendirmektedir (Shore ve Martin, 1989, s. 624; Currivan, 2000, s. 497; Jawahar, 2006, s. 213; Urhan, 2014, s. 115; Bogler ve Somech, 2004, s. 279; Langton ve Robbins, 2006, s. 10).

1.1. Örgütsel Bağlılığın Sınıflandırılması

Örgütsel bağlılık, tutumsal bağlılık, davranışsal bağlılık ve çoklu bağlılık yaklaşımı olmak üzere literatürde üç farklı şekilde sınıflandırılmaktadır. Tutumsal bağlılık, iş gören ile örgütün arasındaki duygusal bağlılıktır. Burada iş görenin örgüte karşı sahip olduğu tutumlar ön plana çıkmaktadır. Davranışsal yaklaşımda ise, iş görenin bağlılığı örgütün kendisine değildir. Bu aşamada da birey örgüt içerisinde uzun süreli çalışmaktadır. Fakat bireyin sahip olduğu bağlılık duygusu örgüte değil, gerçekleştirdiği faaliyetlerdir. Çoklu bağlılık yaklaşımında ise, bireyin örgüte ya da faaliyete değil, fazla sayıda özelliğe bağlılık duygusu geliştirmesi söz konusudur. Bireyin paydaşlara, müşterilere, örgüte, faaliyetlere, görevine ve benzeri çok sayıda unsura bağlılık göstermesi çoklu bağlılık yaklaşımı olarak ifade edilmektedir (Hüseyinlioğlu, 2010).

2. İş Etiği

Günümüzde yenilikçilik, serbest pazarların genişlemesi ve benzeri etmenler çalışma hayatında değişimlerin gözlemlenmesine neden olmaktadır. İş hayatındaki para kazanma arzusunun normal bir durum olarak kabul edilmesine rağmen, para kazanmak için iyi bir insanda bulunması gereken temel norm ve değerlerin yok sayılması kabul edilebilir bir durum değildir. Günümüzde firmalar büyüyüp para kazanmaya yönelirken aynı zamanda sosyal ve kişisel sorumluluklarını yerine getirmelidirler. Diğer bir ifadeyle, firmalar ve firmalarda görev yapan bireyler kazanç elde etme amacıyla olması gereken insani davranışlara aykırı hareket etmemelidirler. Bu süreçte bireylerin bir toplum içinde yaşadıklarını unutmamaları önemli bir ilke olarak değerlendirilmektedir ki iş etiği gibi uygulamalar önemli bir hale gelmektedir.

İş etiği, bir örgüt içerisinde neyin nasıl olması "gerektiği" anlamında kullanılmaktadır. Fakat burada neyin nasıl yapılması gerekliliği bir mecburiyetten ziyade ahlaki bir yargının doğru bir biçimde yapılması anlamındadır. Bu aşamada hayatın nasıl olması gerekliliği üzerinde durulmaktadır. Aslında iş etiği, felsefi bir konudur (Gripaldo, 2008, s. 8). Bakıldığında iş etiği kavramı etik düşünce ve alınan kararların iş yerlerinin operasyonlarında uygulanmasıyla birlikte ortaya çıkmış bir kavramdır. Bu kavrama örnek vermek gerekirse bireyin verdiği sözde durmaması etik dışı bir hareket olarak algılanıyorsa iş ilişkilerinde çalışanlara, müşterilere, ortaklara ve rakiplere karşı sözünde durmamak etik dışıdır (Karatepe, 2011, s. 9).

İş etiği kavramı çok da yeni ortaya çıkmış bir kavram değildir. Dahası, iş etiği hakkında henüz mutabakata varılmamış konular bulunmaktadır. İş etiği konusunda belirlenmiş kriterlerin bulunmamasının nedeni, iş etiği kavramının toplumdan topluma ya da kişiden kişiye farklı anlamlar taşıyabiliyor olmasıdır. Tüm iş çevrelerinde ve tüm toplumlarda gözlemlenen iş etiği hakkındaki durumlar, bireyler ve toplumlar arasında farklı şekillerde yorumlanabilmektedir. Aynı iş yerinde çalışan insanlar farklı ahlaki norm ve düşüncelere sahip olabilirler. Dolayısıyla bireylerin, etik davranışlara bakış açıları farklı olabilmektedir. Kimi birey için etik olarak nitelendirilen bir davranış başka bir çalışan için etik olmayabilmektedir. İş etiğini anlayabilmek için, paydaşların örgüt, sistem ve bireyler olarak ayrı ayrı değerlendirilmeleri gerekmektedir (Leva ve diğerleri, 2012).

Etik konusuna nispeten iş etiğinin tartışma konusu olarak eklenmesi 19.yüzyılın ortalarından itibaren bilimsel çalışmalara konu olmuş ve 19. yüzyılın sonlarına doğru akademik bir disiplin halini almıştır (Işık, 2009, s. 28). İş etiği kurumların ürün ve hizmet dağıtma sırasında gerek örgüt gerekse kişisel çalışan düzeyindeki hareketlerin etik durumları ile ilgilenir ve bu hareketlerle ilişkili yol gösteren kuralları kapsar (Arslan ve Berkan, 2009, s. 15).

Günümüz dünyasında iş etiği kavramı önemli bir konu olarak değerlendirilmektedir. İş etiği kavramının kurumlar açısından ciddi bir konu olarak değerlendirilmesinde birden fazla faktörün etkisi olmuştur. Kimi zaman çalışmaları etkileyen iş dünyasında hile, dolandırıcılık ve aldatmaca sonucu iş etiğinin ve ortak sorumluluk bilincinin sorunlarla karşılaştığı görülmektedir. Kurumlarda karşılaşılan etik sorunların boyutları hissedar, müşteri, işveren, topluluk ve işte çalışanlara göre sınıflandırılır (Pelit ve Arslan, 2011, s. 165-166).

İş etiği, iş yaşamındaki davranış ve hareketleri yönlendiren, onlara yol gösteren etik davranışların ve standartların tamamıdır. İş etiği kavramını tanımlamaya çalışan bütün araştırmalar, belirli eylemdeki “doğru ve yanlış”ın ne olduğu konusundaki var olan standartları, kuralları ve etik prensipleri içine almaktadır. Normal bir eylemin veya bir davranışın etik kurallara uygun olup olmadığı yalnızca kişilerin bireysel etik ve değerleri değil, toplu iletişim araçlarını, çıkar gruplarını ve örgütleri içine alan toplum belirlemektedir (Erturhan ve Öz, 2011, s. 11-12).

İş hayatında çoğu zaman skandalların yaşandığı görülmektedir. Yöneticiler artık etik normları hiçe sayan davranışları sürdürüp skandalların ortaya çıkmasına sebep olmamalıdır. Gelecek nesiller için daha yaşanabilir ortamlar geliştirmek için, iş hayatında çevresel konular gibi birçok sorumluluğun ahlaki açıdan yerine getirilmesi gerekmektedir. İş hayatında kullanılan metotların, tekniklerin ve uygulamaların bazıları ahlaki normlara uzak bir biçimde gerçekleştirilmektedir. Amacın ağırlıklı olarak para kazanmak olduğu iş hayatında etik değerler çoğu zaman yok sayılabilmektedir (Freeman ve diğerleri, 2008, s. 3).

İş etiği, örgüt ve kurumlarda işe yönelik eylemler ve amaçlar, bunlara ulaşmak için gerçekleştirilen faaliyetler, görev ve yükümlülükler ile kurum üyelerinin aldığı kararlar ve davranışları inceleyen, bunları iyi, kötü, doğru ve yanlış biçimde tanımlayan otomatik bir düşünce ve bilgilendirme sistemidir. İş etiği yapılabılır ve uygulanabilir bir ahlak kavramıdır. İş yaşamında karşılaşılabilecek bütün ahlaki sorunları inceleyen bir etik alanıdır (Arslan, 2005, s. 4).

3. Bir Sağlık İşletmesinde Örgütsel Bağlılık ve İş Etiği Arasındaki İlişkiye Yönelik Araştırma

3.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Araştırmanın amacı örgütsel bağlılık ile iş etiği arasındaki ilişkiyi incelemektir. Sanayileşme ile birlikte başlayan profesyonel çalışma, insanların gündelik hayatının büyük bir kısmını oluşturmaktadır. Aile hayatından daha fazla vakit geçirilen işyerlerindeki pozitif ortam çalışanların sağlıklı bir şekilde gelişebilmeleri açısından önem taşımaktadır. Aksi takdirde çalışma hayatı insanlar için çekilmez olup, yıkıcı etkilere sahip olabilmektedir. İşyerlerindeki örgütsel bağlılık ve iş etiği gibi uygulamalar çalışanların verimlilikleri için motivasyon sağlamada önemli etkenlerdir.

3.2. Araştırmanın Evreni ve Örnekleme

Araştırmanın evrenini İstanbul’da hizmet vermekte olan bir vakıf üniversitesinin hastane çalışanları oluşturmaktadır. İstanbul Avrupa Yakasında hizmet veren hastane yeni kurulmuş olmasına rağmen büyük bir komplekse sahip olarak sadece yurtiçi değil yurtdışı hastalara da sağlık hizmeti vermektedir.

Araştırmanın evreni aynı zamanda araştırmanın örnekleimidir. Kolayda örnekleme yöntemi kullanılarak hastane çalışanlarına ulaşılmaya çalışılmış ve yaklaşık 500 anket dağıtılmıştır. Araştırmanın yapıldığı sağlık kompleksinde toplam 2.000 kişi çalışmaktadır. Bazı anketlerin hiç geri dönmemesi, geri dönüşü gerçekleşen anketlerin bazılarının da eksik ya da hatalı olmalarından dolayı 325 anket sonucu araştırma kapsamında değerlendirilmiştir. Anketlerin geri dönüş oranı % 65’tir.

3.3. Araştırmanın Veri Toplama Yöntemi ve Aracı

Bu araştırma betimsel yöntem ve ilişkisel tarama modeline göre modellenmiştir. İlişkisel tarama modelleri, iki ya da daha çok sayıdaki değişken arasında birlikte değişim varlığını ve/veya derecesini belirlemeyi amaçlayan araştırma modelleridir (Karasar, 2010). Deneklerin var olan özelliklerine hiçbir değişiklik yapılmaksızın veri toplanarak, var olan durum hakkında deneklerin görüşleri alınmaya çalışılmıştır.

Betimleme yöntemi, geçmişte ya da halen var olan durumu var olduğu şekli ile betimlemeyi amaçlayan araştırma yaklaşımıdır. Araştırmaya konu olan olay, kendi şartları içinde ve olduğu gibi tanımlanmaya çalışılır. Olayı etkileme ve değiştirme çabası gösterilmez. Önemli olan bilmek istenen şeyi gözleyip belirleyebilmektir (Karasar, 2010).

Araştırmada, veri tekniği olarak en çok uygulanan yöntem olan anket tekniğinden yararlanılmıştır. Araştırmada Meyer ve Allen (2004)’in TCM Employee Commitment Survey (Üç Bileşenli Çalışan Bağlılık Anketi)’nden yararlanılmıştır. İş Etiği Ölçeği de, Bakoğlu Deliorman ve Üstünoldu Kandemir (2009)’in Avrupa Birliği Mali İşbirliği çerçevesinde Avrupa Konseyi ve T.C. Başbakanlık Kamu Görevlileri Etik Kurulu’nun birlikte yürütmekte olduğu “Yolsuzluğun Önlenmesi İçin Etik Projesi” kapsamında yürütülen araştırmalar için geliştirmiş oldukları ölçekten oluşmaktadır.

4. Araştırmanın Bulguları

Araştırmanın bu bölümünde katılımcıların demografik özelliklerine dair bulgulara ve örgütsel bağlılık ile iş etiği arasındaki ilişkilere dair bulgulara yer verilmiştir.

4.1. Katılımcıların Demografik Özelliklerine İlişkin Bulgular

Araştırma kapsamında görüşleri değerlendirilen katılımcıların %71,1'i (231 kişi) kadın, %28,9'u (94 kişi) erkek olup, %43,4'ü (141 kişi) evli, %56,6'sı (184 kişi) ise bekâr çalışanlardan oluşmaktadır.

Araştırmaya katılan 325 bireyin %60,6'sı (197 kişi) 20-30 yaş, %29,8'i (97 kişi) 31-40 yaş, %7,4'ü (24 kişi) 41-50 yaş ve %2,2'si (7 kişi) 50 yaş ve üzerindedir. Eğitim durumları açısından değerlendirildiğinde, %2,5'inin (8 kişi) ilköğretim, %28,9'unun (94 kişi) lise, %25,8'inin (84 kişi) önlisans, %26,2'sinin (85 kişi) lisans ve %16,6'sının da (54 kişi) lisansüstü mezunu oldukları görülmektedir.

Çalışma sürelerine bakıldığında katılımcıların %47,7'si (154 kişi) 0-1 yıl, %28'i (91 kişi) 2-3 yıl, %5,5'i (18 kişi) 4-5 yıl ve %19,1'i (62 kişi) 6 ve üzeri yıldır aynı yerde çalışmaktadır.

Tablo 1: Katılımcıların Demografik Özellikleri (Görev Ünvanları)

Görev	Sayı	%
Hekim (Prof.,Doç.,Dr.Öğr.Ü.)	18	5,5
Hekim (Uzm., Prat.)	23	7,1
Hemşire (Sağlık Memuru, Ebe, ATT)	42	12,9
Hasta Hizmetleri (Ayaktan., Yatan., Hasta iliş., Çağrı Mer.)	88	27,1
Sağlık Teknikeri (Rad.,Lab.,Anest.,Pat.vb.)	7	2,2
Yardımcı Personel	5	1,5
İdari (İK, Muh., Fin., Paz., İlet., Sat., Loj., Kal., Des., Bil. Sis., Tek. Hizm.)	128	39,4
Diğer	14	4,3
Toplam	325	100

Araştırma kapsamında görüşleri değerlendirilen katılımcıların görev ünvanları incelendiğinde en fazla katılımcının %39,4 ile (128 kişi) idari çalışanlardan oluştuğu, onu %27,1 ile (88 kişi) hasta hizmetlerinin takip ettiği görülmüştür.

4.2. Örgütsel Bağlılık ile İş Etiği Düzeyleri Arasındaki İlişkiler

Araştırmada örgütsel bağlılık ile iş etiği arasındaki ilişkilerin önem derecesini belirlemek amacıyla kullanılan Pearson korelasyon katsayısı hesaplanmıştır. Araştırmanın örneklem büyüklüğü de göz önüne alınarak, analize tabi tutulan değişkenler arasındaki ilişkiyi gösteren korelasyon katsayısının mutlak değer olarak 0,70 ile 1,00 değerleri arasında olması durumunda yüksek; 0,30 ile 0,70 arasında olması durumunda orta; 0 ile 0,30 arasında olması durumunda ise düşük düzeyde bir ilişkinin var olduğu kabul edilmiştir (Büyüköztürk, 2002). Sonuçlar örgütsel bağlılık ölçeği ile iş etiği ölçeğinin her bir düzeyi üzerinden incelenmiş, alt boyutlar arasındaki korelasyon değerleri de hesaplanmıştır.

Tablo 2: Örgütsel Bağlılık ve İş Etiğinin 5 Farklı Düzeyleri Arasındaki Korelasyon Değerleri

	A	B1	B2	B3	B4	B5
(A) Örgütsel Bağlılık						
(B1) Etiğin Kurumsallaşma Düzeyi	0,396**					
(B2) Etiğe Genel Bakış Açısı	0,258**	0,386**				
(B3) Kurumdaki İş Uygulamalarının Etik Çerçeve Değerlendirilmesi	0,012	0,005	0,015			
(B4) Etik Çerçeve Kurumda Üzerine Gidilmesinin Gerektiği Düşünülen İş Uygulamaları	0,017	-0,04	0,025	0,486**		
(B5) Yöneticilerin Etik Olmayan Karar Vermelerindeki Etkiler	0,112*	0,172**	0,188**	0,746**	0,866**	
Ortalama	54,03	49,06	22,53	42,93	47,18	197
Standart Sapma	8,92	6,2	3,85	14,76	20,69	37,65

*p<0,05 düzeyinde anlamlı ilişki; **p<0,01 düzeyinde anlamlı ilişki

Pearson korelasyon analizi sonuçları incelendiğinde örgütsel bağlılık ile iş etiğinin beş farklı düzeyinden biri olan etiğin kurumsallaşma düzeyi arasında orta düzeyli ve pozitif ($r=0,396$); örgütsel bağlılık ile etiğe genel bakış açısı arasında düşük düzeyli ve pozitif ($r=0,258$) anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Örgütsel bağlılık ile kurumdaki iş uygulamalarının etik çerçeve değerlendirilmesi, etik çerçeve kurumda üzerine gidilmesinin gerektiği düşünülen iş uygulamaları ve yöneticilerin etik olmayan karar vermelerindeki etkiler arasında anlamlı bir ilişki bulunamamıştır.

Tablo 3: Örgütsel Bağlılık ve İş Etiği Ölçeğinin Geneline İlişkin Korelasyon Değeri

	İş Etiği	
	r	p
Örgütsel Bağlılık	0,112*	

Pearson korelasyon analizi sonuçları incelendiğinde örgütsel bağlılık ile iş etiği arasında düşük düzeyli ve pozitif ($r=0,112$) anlamlı bir ilişki olduğu görülmüştür.

4.2.1. Örgütsel Bağlılık Ölçeği Duygusal Bağlılık Alt Boyutu ile İş Etiği Ölçeği Alt Boyutları Arasındaki İlişkiye Yönelik Analiz Sonuçları

Örgütsel bağlılık ölçeği duygusal bağlılık alt boyutu ile iş etiği ölçeği alt boyutları arasındaki ilişkiye yönelik analiz sonuçları aşağıdaki tabloda gösterilmiştir.

Tablo 4: Örgütsel Bağlılık Ölçeği Duygusal Bağlılık Alt Boyutu ile İş Etiği Ölçeğinin Alt Boyutları Arasındaki İlişkileri Test Eden Pearson Korelasyon Analizi Sonuçları

	A1	B1	B2	B3	B4	B5
(A1) Duygusal Bağlılık						

(B1) Etiğin Kurumsallaşma Düzeyi	0,338**					
(B2) Etiğe Genel Bakış Açısı	0,216**	0,386**				
(B3) Kurumdaki İş Uygulamalarının Etik Çerçeve Değerlendirilmesi	-0,004	0,005	0,015			
(B4) Etik Çerçeve Kurumda Üzerine Gidilmesinin Gerektiği Düşünülen İş Uygulamaları	0,01	-0,04	0,025	0,486**		
(B5) Yöneticilerin Etik Olmayan Karar Vermelerindeki Etkiler	-0,049	0-,041	0,007	0,297**	0,456**	
Ortalama	18,55	49,06	22,53	42,93	47,18	197
Standart Sapma	3,32	6,2	3,85	14,76	20,69	37,65

*p<0,05 düzeyinde anlamlı ilişki; **p<0,01 düzeyinde anlamlı ilişki

Pearson korelasyon analizi sonuçları incelendiğinde duygusal bağlılık alt boyutu ile etiğin kurumsallaşma düzeyi alt boyutu arasında orta düzeyli ve pozitif ($r=0,338$), anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Duygusal bağlılık alt boyutu ile etiğe genel bakış açısı alt boyutu arasında düşük düzeyli ve pozitif ($r=0,216$), anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Duygusal bağlılık alt boyutu ile kurumdaki iş uygulamalarının etik çerçeve değerlendirilmesi alt boyutu, etik çerçeve kurumda üzerine gidilmesinin gerektiği düşünülen iş uygulamaları alt boyutu ve yöneticilerin etik olmayan karar vermelerindeki etkileri alt boyutu arasında anlamlı ilişki bulunmamıştır.

4.2.2. Örgütsel Bağlılık Ölçeği Devamlı Bağlılık Alt Boyutu ile İş Etiği Ölçeği Alt Boyutları Arasındaki İlişkiye Yönelik Analiz Sonuçları

Örgütsel bağlılık ölçeği devamlı bağlılık alt boyutu ile iş etiği ölçeği alt boyutları arasındaki ilişkiye yönelik analiz sonuçları aşağıdaki tabloda belirtilmiştir.

Tablo 5: Örgütsel Bağlılık Ölçeği Devamlı Bağlılık Alt Boyutu ile İş Etiği Ölçeğinin Alt Boyutları Arasındaki İlişkileri Test Eden Pearson Korelasyon Analizi Sonuçları

	A1	B1	B2	B3	B4	B5
(A1) Devamlı Bağlılık						
(B1) Etiğin Kurumsallaşma Düzeyi	0,176**					
(B2) Etiğe Genel Bakış Açısı	0,185**	0,386**				
(B3) Kurumdaki İş Uygulamalarının Etik Çerçeve Değerlendirilmesi	0,148**	0,005	0,015			
(B4) Etik Çerçeve Kurumda Üzerine Gidilmesinin Gerektiği Düşünülen İş Uygulamaları	0,097	-0,04	0,025	0,486**		
(B5) Yöneticilerin Etik Olmayan Karar Vermelerindeki Etkiler	0,083	-0,041	0,007	0,297**	0,456**	
Ortalama	16,35	49,06	22,53	42,93	47,18	197
Standart Sapma	4,89	6,2	3,85	14,76	20,69	37,65

*p<0,05 düzeyinde anlamlı ilişki; **p<0,01 düzeyinde anlamlı ilişki

Pearson korelasyon analizi sonuçları incelendiğinde devamlı bağlılık alt boyutu ile etiğin kurumsallaşma düzeyi alt boyutu arasında düşük düzeyli ve pozitif ($r=0,176$) anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Devamlı bağlılık alt boyutu ile etiğe genel bakış açısı alt boyutu arasında düşük düzeyli ve pozitif ($r=0,185$) anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Devamlı bağlılık alt boyutu ile kurumdaki iş uygulamalarının etik çerçevede değerlendirilmesi alt boyutu arasında ise düşük düzeyli ve pozitif ($r=0,148$) anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Devamlı bağlılık alt boyutu ile etik çerçevede kurumda üzerine gidilmesinin gerektiği düşünülen iş uygulamaları ve yöneticilerin etik olmayan karar vermelerindeki etkiler arasında anlamlı ilişki bulunmamıştır.

4.2.3. Örgütsel Bağlılık Ölçeği Normatif Bağlılık Alt Boyutu ile İş Etiği Ölçeği Alt Boyutları Arasındaki İlişki

Örgütsel bağlılık ölçeği normatif bağlılık alt boyutu ile iş etiği ölçeği alt boyutları arasındaki ilişki sonuçları aşağıdaki tabloda belirtilmiştir.

Tablo 6: Örgütsel Bağlılık Ölçeği Normatif Bağlılık Alt Boyutu ile İş Etiği Ölçeğinin Alt Boyutları Arasındaki İlişkileri Test Eden Pearson Korelasyon Analizi Sonuçları

	A1	B1	B2	B3	B4	B5
(A1) Normatif Bağlılık						
(B1) Etiğin Kurumsallaşma Düzeyi	0,363**					
(B2) Etiğe Genel Bakış Açısı	0,160**	0,386**				
(B3) Kurumdaki İş Uygulamalarının Etik Çerçevede Değerlendirilmesi	-0,141	0,005	0,015			
(B4) Etik Çerçevede Kurumda Üzerine Gidilmesinin Gerektiği Düşünülen İş Uygulamaları	-0,083	-0,04	0,025	0,486**		
(B5) Yöneticilerin Etik Olmayan Karar Vermelerindeki Etkiler	-0,015	-0,041	0,007	0,297**	0,456**	
Ortalama	19,13	49,06	22,53	42,93	47,18	197
Standart Sapma	4,28	6,2	3,85	14,76	20,69	37,65

* $p<0,05$ düzeyinde anlamlı ilişki; ** $p<0,01$ düzeyinde anlamlı ilişki

Pearson korelasyon analizi sonuçları incelendiğinde normatif bağlılık ile iş etiğinin beş farklı düzeyinden biri olan etiğin kurumsallaşma düzeyi arasında orta düzeyli ve pozitif ($r=0,363$); normatif bağlılık ile etiğe genel bakış açısı arasında düşük düzeyli ve pozitif ($r=0,160$) anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Normatif bağlılık ile kurumdaki iş uygulamalarının etik çerçevede değerlendirilmesi, etik çerçevede kurumda üzerine gidilmesinin gerektiği düşünülen iş uygulamaları ve yöneticilerin etik olmayan karar vermelerindeki etkiler arasında anlamlı bir ilişki bulunmamıştır.

Sonuç ve Değerlendirme

Örgütsel bağlılık ile iş etiği arasındaki ilişkinin araştırıldığı bu çalışmanın verilerini sağlık sektöründe hizmet yapan bir üniversite hastanesinde çalışanların görüşleri oluşturmaktadır. Müşteri ihtiyaç ve beklentilerinin karşılanmasının önemli hale gelmesi ve her müşterinin ihtiyacının farklılaşmasından dolayı genelde hizmet sektöründe çalışanların özelde de araştırmamıza konu olması açısından hastane çalışanlarının yaptıkları işlerin önemi artmaktadır. Önemi artan işlerin yapılma sürecinde de çalışanların tatmin duygularının sağlanması gerekmektedir. Çalışanların tatmin duygularının sağlanarak örgütsel bağlılık gibi işgücü devir oranını azaltıcı uygulamaların başarılı olması amaçlanıyorsa iş etiği ilkelerine riayet edilmesi gerekmektedir.

Örgütsel bağlılık ve iş etiği hakkında yapılmış çalışmalar incelendiğinde bu konu hakkında hem uluslar arası hem de ulusal düzeyde çeşitli çalışmaların yapıldığı görülmüştür.

2012 yılında yapılan bir çalışmada, Ma`amor ve arkadaşları üretim şirketlerindeki etik iklim ve örgütsel bağlılık arasındaki ilişkiyi incelemişlerdir. Yazarlara göre ticari bir örgütte bulunan etik iklim, örgütün başarılı ya da başarısız olmasını etkilemektedir (Ma`amor vd., 2012).

Bir başka çalışmada, Cullen ve arkadaşları, 2003 yılında etik içeriğin örgütsel bağlılık üzerindeki etkilerini anlamaya çalışmışlardır. Sonuçlar değerlendirildiğinde olumlu etik davranışların örgütsel bağlılığı artırdığı, egoist yaklaşımların ise örgütsel bağlılığı olumsuz bir şekilde etkilediği görülmüştür (Cullen vd., 2003).

Obalola ve diğerleri (2012), gerçekleştirdikleri çalışmada Nijerya sigorta sektöründe çalışan bireylerin örgütsel bağlılık ve örgütün etik değerleri arasındaki ilişkiye bakışlarını incelemişlerdir. Çalışmada elde edilen sonuçlar değerlendirildiğinde, örgütün etik değerlerinin, örgüt içerisinde çalışan bireylerin örgütlerine olan bağlılıklarını etkiledikleri görülmüştür. Kısacası örgütsel etik değerler örgütsel bağlılığı etkilemektedir (Obalola ve diğerleri, 2012).

Uğurlu ve diğerleri (2013), gerçekleştirdikleri çalışmada okullarda gözlemlenen etik liderlik davranışları ile örgütsel bağlılık arasındaki ilişkiyi ortaöğretim okullarında incelemişlerdir. Elde edilen bulgular; katılımcıların etik liderlik algılarının yüksek düzeyde olduğunu ve en yüksek örgütsel bağlılık boyutunun devam bağlılığı boyutunda bulunduğunu göstermektedir (Uğurlu ve diğerleri, 2013).

Bir diğer çalışmada Ünal (2012), örgütsel bağlılık ve etik iklim arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Çalışmada ayrıca etik iklim ve örgütsel bağlılığın yanında iş tatmininin de bu kavramlarla olan ilişkisi irdelenmiştir. Çalışma sonucunda elde edilen veriler değerlendirildiğinde, etik iklim hakkındaki olumlu çalışan görüşlerinin iş tatmini ve örgütsel bağlılığı olumlu yönde etkilediği görülmüştür (Ünal, 2012).

Örgütsel bağlılık ve iş etiği ölçeğinin geneline ilişkin Pearson korelasyon analizi sonuçları incelendiğinde, örgütsel bağlılık ile iş etiği arasında düşük düzeyli ve pozitif ($r=0,112$) anlamlı bir ilişki olduğu görülmüştür.

Pearson korelasyon analizi sonuçları incelendiğinde örgütsel bağlılık ile iş etiğinin beş farklı düzeyinden biri olan etiğin kurumsallaşma düzeyi arasında orta düzeyli ve pozitif ($r=0,396$); örgütsel bağlılık ile etiğe genel bakış açısı arasında düşük düzeyli ve pozitif ($r=0,258$) anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Örgütsel bağlılık ile kurumdaki iş uygulamalarının etik çerçevede değerlendirilmesi, etik çerçevede kurumda üzerine gidilmesinin gerektiği düşünülen iş uygulamaları ve yöneticilerin etik olmayan karar vermelerindeki etkiler arasında anlamlı bir ilişki bulunmamıştır.

Örgütsel bağlılık ile etiğin kurumsallaşma düzeyi arasındaki ilişkiye bakıldığında normatif bağlılık alt boyutu ile örtülü kurumsallaşma alt boyutu arasında orta düzeyli ve pozitif ($r=0,547$), etiğin uygulanmasının etkinliği alt boyutu ile orta düzeyli ve pozitif ($r=0,333$) anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Duygusal bağlılık alt boyutu ile açık kurumsallaşma alt boyutu arasında orta düzeyli ve pozitif ($r=0,326$) anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Devamlı bağlılık alt boyutu ile örtülü kurumsallaşma alt boyutu arasında düşük düzeyli ve pozitif ($r=0,164$) anlamlı bir ilişki bulunmuştur.

Örgütsel bağlılık ile etiğe genel bakış açısı düzeyi arasındaki ilişkiye bakıldığında normatif bağlılık alt boyutu ile etik bilinç alt boyutu arasında orta düzeyli ve pozitif ($r=0,309$), etik-yasa ilişkisi alt boyutu ile orta düzeyli ve pozitif ($r=0,366$) anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Duygusal bağlılık alt boyutu ile etik-kar ilişkisi alt boyutu arasında düşük düzeyli ve pozitif ($r=0,278$) anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Devamlı bağlılık alt boyutu ile etik-kar ilişkisi alt boyutu arasında düşük düzeyli ve pozitif ($r=0,159$), etik bilinç alt boyutu arasında düşük düzeyli ve pozitif ($r=0,113$), etik-yasa ilişkisi alt boyutu arasında düşük düzeyli ve pozitif ($r=0,110$), anlamlı bir ilişki bulunmuştur.

Duygusal bağlılık alt boyutu ile kişisel kötü uygulamalar alt boyutu arasında düşük düzeyli ve pozitif ($r=0,281$), yaygınlaşmış kötü uygulamalar alt boyutu ile düşük düzeyli ve pozitif ($r=0,233$), örgütsel kötü uygulamalar alt boyutu ile düşük düzeyli ve pozitif ($r=0,261$) ve açıklık alt boyutu ile düşük düzeyli ve negatif ($r=-0,131$) anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Devamlı bağlılık alt boyutu ile kurumdaki iş uygulamalarının etik çerçevede değerlendirilmesi düzeyi alt boyutları arasında anlamlı bir ilişki bulunmamıştır.

Örgütsel bağlılık ile etik çerçevede kurumda üzerine gidilmesinin gerektiği düşünülen iş uygulamaları düzeyi arasındaki ilişkiye bakıldığında normatif bağlılık alt boyutu ile kurumdaki iş uygulamalarının etik çerçevede değerlendirilmesi düzeyi alt boyutları arasında anlamlı bir ilişki bulunmamıştır. Duygusal

bağlılık alt boyutu ile genel kişisel ve örgütsel kötü uygulamalar alt boyutu arasında düşük düzeyli ve pozitif ($r=0,145$) anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Devamlı bağlılık alt boyutu ile kurumdaki iş uygulamalarının etik çerçevede değerlendirilmesi düzeyi alt boyutları arasında anlamlı bir ilişki bulunmamıştır.

Örgütsel bağlılık ile yöneticilerin etik olmayan karar vermelerindeki etkiler düzeyi arasındaki ilişkiye bakıldığında örgütsel bağlılık ölçeğinin tüm alt boyutlarında yöneticilerin etik olmayan karar vermelerindeki etkiler düzeyi arasında anlamlı bir ilişki bulunmamıştır.

Örgütsel bağlılık, çalışanların çalıştıkları örgüt ile kendilerini özdeşleştirmeleri ve işlerini benimseyerek yapmaları açısından önem taşımaktadır. İş etiği ise hızlı değişen rekabet şartları içerisinde çalışanların davranışlarını olumlu yönde etkileyen ilkeler bütünü şeklinde ifade edilebilir. Örgütsel performansın iyileştirilmesinde ve çalışan verimliliğinin sağlanmasında iki önemli husus olarak örgütsel bağlılık ve iş etiği konuları ön plana çıkmaktadır. Literatürde yapılan ve bu çalışmada ulaşılan sonuçlar örgütsel bağlılık ile iş etiği arasında pozitif yönlü bir ilişki olduğunu göstermektedir. Bazı araştırma sonuçları örgütsel bağlılığın çalışanların iş etiği ilkelerine uygun davranmalarını etkilediğini, bazı araştırmalar da iş etiği açısından kurumsallaşma düzeyinin geliştirilmesinin çalışanların örgütsel bağlılığı üzerinde etkili olduğu sonucunu ortaya çıkarmaktadır. İşletmeler kurumlarındaki iş etiği bilincini artırırılar ise etiği örgüt için kurumsal bir yapıya kavuştururlar ki bu da çalışanların örgütsel bağlılığını artıran bir unsur olabilir.

Araştırma kapsamında elde edilen bilgiler doğrultusunda örgütsel bağlılık ve iş etiği ile ilgili yapılacak çalışmalarda aşağıdaki önerilerin dikkate alınmasında fayda olduğu düşünülmektedir:

- Örgütsel bağlılığı yüksek çalışanların örgüte sağlamış olduğu verimlilik artışı dikkate alındığı zaman örgütsel bağlılığın sağlanması sürecindeki maliyet ya da gereksiz olarak değerlendirilen uygulamaların ne kadar faydalı olduğu sonucu ortaya çıkacaktır. Örgütsel bağlılık ve iş etiği arasındaki ilişkiye bakıldığında birbirlerini etkiledikleri görülmektedir. Her halükarda birinin olumlu olması diğerinin de olumlu yönde etkilenmesini sağlayacaktır. Ayrıca örgütsel bağlılık ile iş etiği gibi davranışların kamuoyunda pozitif düzeyde yaygınlık kazanmış olmasının örgütün tercih edilebilirliğini artıracığı da unutulmamalıdır.
- Etik açıdan uygun görülen davranışların yaygınlaştırılmasında sadece örgütlerin değil toplumdaki her birey ve kurumun görevi bulunmaktadır. Yılın sadece bir haftasında etik çalışmalara yer verilmesinin yetersiz olduğu düşünülmekte ve hem yasal düzenlemelerde değişiklik yapılması hem de yapılan değişikliklerin pratik yansımalarının sağlanabilmesi için bilgilendirici ve bilinçlendirici çalışmaların artırılması gerekmektedir.
- Etik açıdan uygun görülen davranışların örgüt kültürünün bir parçası olması isteniyorsa, gerekirse danışmanlık vb. yöntemlerle profesyonel çalışmaların yapılmasına ihtiyaç bulunmaktadır. Bu süreçte çalışma hayatının önemli bir aktörü olan sendikaların da işin içerisine dahil edilmesi, onların da çalışanların etik açıdan uygun davranışlar göstermesini sağlayıcı çalışmalar için yardımcı olmaları istenmelidir.
- Etik davranışların çalışma hayatında yaygınlaştırılması önem taşımaktadır. Bu kapsamda etik açıdan uygun davranışları sergileyen özellikle rol model olabilecek çalışan ve yöneticilere ihtiyaç olduğu anlaşılmaktadır. Etik ilkelere riayet eden çalışanların sayılarının artırılabilmesi için uygun davranışları gösterenlerin cesaretlendirilmesi gerekir.
- Özellikle yönetim kademesinde yer alan kişilerin bireysel ve örgütsel çıkarlarında uyumsuzluk oluştuğunda, örgütsel sürdürülebilirliği sağlayacak, etik açıdan uygun olan davranışların gösterilmesi gerekir.
- Çalışanların terfi ettirilmesinde etik davranışlara uygun hareket eden kişilerin önceliklendirilmesi ayrı bir kriter olarak dikkate alınmalıdır. Çünkü diğer çalışanlar terfi eden kişilerin hal ve hareketleri ve diğer davranışlarından etkilenebilmektedirler.
- Etik davranışların yaygınlaştırılmasında çocukluk döneminde kazanılan iyi uygulama örneklerinin güçlü etkisi olduğu (Durkheim, 2016) düşünüldüğünde, çalışma hayatına başlamadan çok daha önce kişinin ahlaki gelişimini tamamlaması gerektiği göz önünde bulundurulmalıdır. Bu durum bir toplumsal gereklilik olarak önceliklendirilmelidir.
- Sağlık sektörünün günümüz hizmet sektörü içerisinde önemli bir boyutta olması ve hizmet kalitesi ile de bulunduğu coğrafyada önemli bir alan oluşturması ulusal düzeyde desteklenmeyi hak ettiğini göstermektedir. Sağlık turizminin canlanması ve hızlandırılabilmesi için ulusal ölçekte çalışmaların yapılması sağlık işletmelerinin olaylara kısa vadeli bakışları engellenerek sürdürülebilirliğin sağlanması gerekir. Tüm çalışma hayatı için önemli olan iş etiği ve örgütsel bağlılık gibi unsurların

sağlık sektöründe herkesi tatmin edebilecek şekilde uygulanabilmesi için stratejik çalışmaların yapılması gerekir.

- Örgütsel bağlılık ile iş etiği arasındaki ilişkinin araştırılmasının sağlık sektörü çalışanları ile birlikte diğer hizmet sektörleri çalışanları tarafından değerlendirilmesi gerekmektedir. Hizmet sektöründe çalışanların işlerini yaparken duygu ve düşüncelerini de çalışma hayatının değişen şartlarına uyumlaştırarak değiştirmek zorunda olmaları sektörel açıdan derinlemesine çalışılmasını gerektiren bir durumdur. Buna ek olarak, örgütsel bağlılık ile iş etiği arasındaki ilişkiyi araştıranların hizmetler sektörü içerisindeki değişik çalışma alanlarında kıyaslamalı çalışma yapmaları tavsiye edilebilir.
- Örgütsel bağlılık sadece etik ile ilgili bir kavram değildir. Etik davranışlar haricindeki birçok faktörden etkilenmektedir. Dolayısıyla örgütsel bağlılığı etkileyen faktörlerin hepsini ya da çoğunluğunu kapsamına alabilecek çalışmaların yapılması gerekmektedir.
- Mevcut durumda kapitalist piyasa sisteminin etik ilkelere uygun hareket etmekten ziyade, daha bencil bir yaşam tarzı sunduğu bilinmektedir. Piyasadaki varlığını sürdürmek isteyenler de zaman zaman çalışanlara zarar verebilecek, etik açıdan uygun olmayan davranışları gösterebilmektedirler. Piyasanın acımasızlığını artıran mevcut sistemin değişmesi de örgütlerin oyunun kurallarını değiştirmek için gayret göstermelerine bağlı olduğu unutulmamalıdır.

Kaynakça

- Arslan, M. ve Ü. Berkan (2009). Dünyada ve Türkiye’de iş etiği ve etik yönetimi Türk Sanayici ve İş Adamları Derneği, *TÜSİAD, (Yayın No: TÜSİAD/T-2009-06-492)*.
- Arslan, M. (2005). *İş ve meslek ahlakı*. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Ashman, I. ve Diana, W. (2006). The ethics of organizational commitment. *Business Ethics: A European Review, 15(2)*, 142-153.
- Aslan, S. (2008). Örgütsel vatandaşlık davranışı ile örgütsel bağlılık ve mesleğe bağlılık arasındaki ilişkilerin araştırılması. *Yönetim Ve Ekonomi, 15(2)*, 163-178.
- Avolio, Bruce J.; Weichun Zhu; William Koh ve Puja Bhatia (2004). Transformational leadership and organizational commitment: Mediating role of psychological empowerment and moderating role of structural distance. *Journal of Organizational Behavior, (25)*, 951-968.
- Bogler, R., ve Somech, A. (2004). Influence of teacher empowerment on teachers’ organizational commitment, professional commitment and organizational citizenship behavior in schools. *Teaching and Teacher Education, (20)*, 277-289.
- Curran, Douglas B. (2000). The causal order of job satisfaction and organizational commitment in models of employee turnover. *Human Resource Management Review, 9(4)*, 495-524.
- Demirel, Y. (2009). Örgütsel bağlılık ve üretkenlik karşıtı davranışlar arasındaki ilişkiye kavramsal yaklaşım. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Yıl:8 Sayı:15 Bahar 2009*, 115-132.
- Earley, P. Christopher. (1997). *Harmony and social structure: An analysis of organizational behavior across cultures*. New York: Oxford University Press.
- Erturhan, H ve Öz, B, F. (2011). İş etiği ve bankacılık sektöründe bir araştırma. *Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü. C.Ü. İktisadi Ve İdari Bilimler Dergisi, 12(2)*.
- Freeman, E. (2008). *Environment, ethics, and business*. Business Roundtable Institute for Corporate Ethics.
- Gripaldo, R. (2008). *Religion, ethics, and the meaning of life*. Philippine National Philosophical Research.
- Hallberg, Ulrika E. Ve Wilmar B. Schaufeli (2006). “Same Same” but different?: Can work engagement be discriminated from job involvement and organizational commitment?. *European Psychologist, 11(2)*, 119-127.
- Hüseyinliklioğlu, B. (2010). *Bireysel değerler ve örgütsel bağlılık düzeyi ilişkisi: Asker hastanesi çalışanları üzerinde bir inceleme* (Doktora tezi), Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Adana.
- İşık, M. (2009). e-okul veli bilgilendirme sisteminin değerlendirilmesi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, (10)*.
- Jawahar, I.M. (2006). Correlates of satisfaction with performance appraisal feedback. *Journal of Labor Research, 27(2)*, 213-236.
- Karasar, N. (2010). *Bilimsel araştırma yöntemi* (23. Baskı). Ankara: Nobel Yayınları.
- Karatepe, F. (2011). *İşletmelerde iş etiği ve sosyal sorumluluk* (Yüksek lisans tezi). Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Yönetim Organizasyon Bölüm Dalı, Ankara.
- Langton, N. ve Stephen P. Robbins (2006). *Fundamentals of organizational behaviour* (3. Baskı). Kanada: Pearson Canada Edition.
- Leva, E., Nova, C., ve Mujtaba, B. (2012). Business ethics: A cross-cultural comparison between Hong Kong and the United States. *Journal of Business Studies Quarterly, 1(4)*, 1-20.
- Malley, M. (2000). *Creating commitment: How to attract and retain talented employees by building relationships that last* John Wiley and Sons, New York
- Markovits, Yannis; Ann J. Davis ve Rolf Van Dick (2007). Organizational commitment profiles and job satisfaction among Greek private and public sector employees. *International Journal of Cross Cultural Management, 7(1)*, 77-99.

- Özer, A. ve Enver, Ç. (2007), Sağlık hizmetlerinde hasta memnuniyetini etkileyen faktörler. *Tıp Araştırmaları Dergisi*, 5(3), 140-143.
- Pelit, E. Ve Arslan Y. (2011). Turizm işletmelerinin iş etiğine yönelik uygulamalarını çalışma yeri tercihindeki önemi turizm öğrencileri üzerinde araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 16(1).
- Shore, M., ve Martin, H. (1989). Job satisfaction and organizational commitment in relation to work performance in turnover intentions. *Human Relations*, 42(7), 625-638.
- Swales, S. (2002), Organizational commitment: A critique of the construct and measures. *International Journal of Management Reviews*, 4(2), 155-178.
- Urhan, S. (2014), *İş tatmini ve örgütsel bağlılık ilişkisi bir alan araştırması* (Yüksek lisans tezi). Pamukkale Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Denizli.
- Wiener, Y. (1982), Commitment in organizations: a normative view. *Academy of Management Review*, 7(3), 418-428.
- Yıldız, K. (2013). Örgütsel bağlılık ile örgütsel sinizm ve örgütsel muhalefet arasındaki ilişki. *Turkish Studies - International Periodical For The Languages, Literature and History of Turkish or Turkic*, 8(6), Spring 2013, 853-879.

ASSESSMENT OF THE RELATIONSHIP BETWEEN ORGANIZATIONAL COMMITMENT AND BUSINESS ETHICS BY HEALTH EMPLOYEES

A. Yunus SARIYILDIZ

Extended Abstract

Introduction

Organizational commitment refers to an employee's loyalty to the workplace and an emotional commitment to it. Organizational commitment can be considered as the degree of force union that the employee establishes with the organization. And it can also be considered as the degree of feeling himself/herself as part of the organization.

Organizational commitment is a concept that is also linked to job satisfaction. An individual who has organizational commitment is happy to make his / her job. This situation ensures that the individual is happy and the performance is higher. Organizational commitment also shapes the attitudes of the individual to the organization and its immediate environment.

Business ethics are all the ethical behaviors and standards that guide business behavior and movements. Business ethics is used in the sense of what should be within an organization. But what should be done here should be evaluated in terms of the proper conduct of a moral judgment rather than a necessity. The aim of this study is to evaluate the relationship between organizational commitment and business ethics by health sector employees.

The fact that many similar studies have been done in order to determine the relationship between organizational commitment and business ethics in the theoretical background shows the importance and importance of the research subject.

Methodology

This research was modeled according to descriptive method and relational screening model. The survey technique, which is the most applied method was used in the research.

The universe of the study consists of hospital staff of a foundation university which is in Istanbul. Although it is a new hospital which has been established on the European side of Istanbul, it has a large complex and provides health services for domestic as well as for international patients.

The universe of the research is also the sample of the research. By using the sampling method, it was tried to reach hospital employees and approximately 500 questionnaires were distributed. A total of 2,000 people work in the health complex where the research is conducted. Since some of the questionnaires did not return at all and some of the surveyed questionnaires were either incomplete or inaccurate, 325 survey results were evaluated within the scope of the research. The rate of the survey return was 65%.

Results

The results of Pearson correlation analysis for the overall organizational commitment and business ethics scale were examined, and it was found that there was a low level and positive ($r = 0.112$) relationship between employees organizational commitment and business ethics.

Regarding the relationship between organizational commitment and the level of impact of managers on unethical decision making, no significant relationship was found between the level of effects of administrators' unethical decisions on all sub-dimensions of organizational commitment scale.

According to the results obtained from the study, the level of ethics for institutionalization of business ethics has both partial mediation and regulatory role on organizational commitment. Businesses raise the awareness of business ethics in their institutions and make their ethics an organizational structure for the organization, which can be a factor that increases the organizational commitment of employees.

Conclusion and Discussion

When the productivity increase provided by the employees with high organizational commitment is taken into consideration, it will be revealed that the cost or unnecessary applications in the process of ensuring the organizational commitment are useful.

When we look at the relationship between organizational commitment and business ethics, it is seen that they affect each other. In any case, one would be positive and the other would be affected positively. In addition, it should be kept in mind that the positive contribution of the behaviors such as organizational commitment and business ethics to the public will increase the preferability of the organization.

It is important to disseminate ethical behaviors in working life. In this context, it is understood that there is a need for employees and managers who can be role models especially those who exhibit ethical behaviors. In order to increase the number of employees who abide by the ethical principles, it should be encouraged to show appropriate behaviors.

People who act in accordance with ethical behaviors should have priority as a special criterion for promotion of employees. Because other employees might be affected by behavior of the promoted people.

In particular, when conflicts arise individually and organizational interests of the persons involved in the management, it is necessary to demonstrate ethical behaviors that will ensure organizational sustainability.

The investigation of the relationship between organizational commitment and business ethics needs to be assessed by health sector employees and other service sector employees. The fact that employees in the service sector need to change their feelings and thoughts by adapting them to the changing conditions of the working life is a condition that requires a deep study on the sector. Strategic studies should be carried out to ensure that work ethics and organizational commitment, which are important for the entire working life, can be fulfilled in a way that satisfies everyone in the health sector.

Organizational commitment is not just about ethics. It is influenced by many factors other than ethical behavior. Therefore, it is necessary to carry out studies that may cover all or most of the factors affecting organizational commitment.

İSVİÇRE, İSPANYA, KANADA VE MALEZYA ÖRNEKLERİNDE KAMU YÖNETİMİ PRATİKLERİ EKSENLİ BİRLİKTE YAŞAMA MODELLERİ

Barış AYDIN

Doktora Öğrencisi, İstanbul Medeniyet Üniversitesi, SBF Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Bölümü

barisaydin@gmail.com | ORCID: 0000-0002-2629-5228

Fatih Fuat TUNCER

Dr. Öğr. Üyesi, İstanbul Gelişim Üniversitesi, İİSBF, Siyaset Bilimi ve Uluslararası İlişkiler Bölümü

fftuncer@gmail.com | ORCID: 0000-0002-4034-5949

Özet

Çok toplumlu devletlerin nitelikli bir ortak yaşamın koşullarını oluşturmak maksatlı siyasal ve yasal değişiklikleri kamu yönetimi ve hizmetleri alanında da tedavüle sokma yönündeki çabaları, demokratik bir siyasal alanın çoğulcu ve katılımcı demokrasi eksenli bir kamu reformuyla da desteklenmesi gerekliliğini ortaya koyduğu gibi buradaki deneyimler, benzer sıkıntılarla malul devletler açısından da oldukça kıymetli faydaları haizdir. Bu çalışma, İsviçre, İspanya, Kanada ve Malezya'da federal kamu yönetimi, kamu siyaseti ve bürokratik temsil gibi meselelerin müşterek yaşamı inşa etmede oynadıkları roldeki ülkeden ülkeye değişiklik gösteren farklılıkların, iki ya da daha çok unsurun yapılandırılmasındaki sosyo-kültürel ve ekonomik farkların biçimlendirdiği siyasal topluluğun temsil ve müşterek kamu iştiraki konvansiyonlarının, her ülkenin politika oluşturma sürecine nasıl aktarıldığında düğümlendiğini gözlemlemiştir.

Anahtar kelimeler: Çokkültürlülük/çokkültürcülük, temsili bürokrasi, katılımcı demokrasi, kamu siyaseti, federalizm, uluslararası ilişkiler.

MODELS OF COEXISTENCE BASED ON PUBLIC ADMINISTRATION PRACTICES IN THE CASES OF SWITZERLAND, SPAIN, CANADA AND MALAYSIA

Abstract

The efforts of multicultural states to promote political and legal changes in the field of public administration and services in order to create the conditions for a qualified common life, reveal the necessity of a democratic political space to be supported by a public reform based on pluralist and participatory democracy, and the experience in such states provide valuable benefits to states with similar problems. This study observes how, in Switzerland, Spain, Canada, and Malaysia, the differences in the role that federal public administration, public policy, and bureaucratic representation play in building a common life, and the representation and common public participation conventions of the political community shaped by social, cultural and economic diversity in structuring two or more constituents are tied in terms of the the policy-making process.

Keywords: Multiculturalism, representative bureaucracy, participatory democracy, public policy, federalism, international relations.

“Biz işçi istedik onlar insan gönderdi.”

Max Frisch (Aktaran Doru, 2015, s. 29)

Giriş

Modern ulus-devletler genellikle tek ya da çoğunluktaki etnik grubun egemenliğine göre, merkezi biçimde tek elden tanzim edilen bir kamu yönetimi anlayışıyla teşekkül etmiştir. Buna karşın 20. Yüzyılın ikinci yarısından itibaren artan etnik ve kültürel kimlik temelli hareket ve taleplerin sonucu olarak bu tekçi kamu yönetimi anlayışının ürünü merkezileşmenin yerel kültür ve varsa etnik unsurları baskılamaya hizmet ettiğine yönelik tartışmalar da yükselişe geçmiştir. İkinci Dünya Savaşı sonrasında bilhassa altmışlı yıllarla beraber Dünya’daki görece refah seviyesi artış göstermiş ve bunlar siyasal alanda da demokratik talepleri daha fazla dillendirilir hale getirmiştir. Böylelikle ulus-devletin üzerinde yükseldiği kamu yönetimi ve bürokrasisi düzeni de bu yeni taleplerle baş etmek amacıyla kendini gözden geçirmek durumunda kalmıştır.

Bu çalışma, çok kültürlü ve kimlikli toplumların müşterek yaşamanın yollarını tesis etmek adına ne türden siyasal ve yönetsel arayışlara girdiği ve bunların kamu sahasında yarattığı teorik-pratik değişimlerin neler olduğuna, İsviçre, Kanada, İspanya ve Malezya örnekleri üzerinden değerlendirme gayretinde olacaktır. Çok toplumlu devletlerin nitelikli bir ortak yaşamın koşullarını oluşturmak maksatlı siyasal ve yasal değişiklikleri kamu yönetimi ve hizmetleri alanında da tedavüle sokma yönündeki çabaları olmuştur. Bu durum mezkûr çabaların demokratik bir siyasal alanın çoğulcu ve katılımcı demokrasi eksenli bir kamu reformuyla da desteklenmesi gerekliliğini ortaya koyduğu gibi bu süreçteki deneyimlerin benzer sıkıntılarla malul devletler açısından da oldukça kıymetli faydaları haiz olduğu da aşikardır. Bu bakımdan ilkin kamu yönetiminde *çokkültürlülük* ve *çokkimliklilik* eksenli tartışmaların mahiyetine kulak verip sonrasında ülke bazlı deneyimlere odaklanmak makul görünmektedir.

1. Kamu Yönetiminde Çokkültürlülük ve Çokkimliklilik Temelli Tartışmalar

Kamu yönetimi disiplini yeni dönemde sadece devlet değil insan unsurunu da içermesi gereken bir disiplin olarak doğası gereği bir dizi farklı parametreyi hesaba katan ve bunların önce kendi içindeki sonra birbirleriyle ilişkilerinin analizine girişen bir disiplindir demek mümkündür. Bu nitelikleriyle de çok taraflı bir düşünme faaliyetinin ister istemez icracısı olmak durumunda kalan kamu yönetimi, bir disiplinden ziyade bir tür ilişkisel, müşterek sosyal bilim sahası olarak düşünülebilir. Mezkûr çok taraflılık sınırları ve işgal alanı belli bir disiplinden çok toplumsal yaşamın anlamlandırılması, alımlanması, sevk ve idaresini de içeren bütüncül bir bakış açısını da zorunlu kılmış ve idareden işletmeye, kültürden siyasete, ekonomiden bilime toplumsal yaşamın cümle veçhesinin de dikkate alındığı bir yaklaşıma yönelmeyi gereklilik haline getirmiştir.

Kamu yönetimi için siyasal ve yönetsel arenanın hem yerel hem de küresel düzeyde tesisinde ve kurumsal hale gelmesinde ülke içindeki etnik ve kültürel kimlik ve niteliklerin karar alma süreçlerinde ne çapta etkili olduğunun mukayeseli düzeyde ele alınması kritik mahiyettedir. Bu mukayese vasıtasıyla genellenebilir birtakım öngörülere ulaşma gayretinin ancak cümle kimlik ve kültürün müştereken yaşandığı, deneyimlendiği ve boy verdiği bir atmosferde anlamlı olacağı düşünüldüğünde, *çokkültürcülük* temelli siyasal tavır alışların disiplin için önemi daha sarıh hale gelecektir. Bu minvalde *çokkültürcülüğün* dünü, bugünü ve cari teorik-pratik durumuna daha yakından bakmak da disiplinin çok taraflı karakterini zenginleştirecek bir niteliğe sahiptir.

Temelde herhangi bir grubu seçme ya da kayırmaya odaklanmayan *çokkültürcü* pratiklerin -herkesin kendi tikelliği sebebiyle- eşit düzeyde tatbik edilmesi gerektiği düşünüldüğünde, batıya kendi dışından gelen muhacirlerden müteşekkil “azınlıkların siyasal intibakı” manasında değerlendirilmesi eğilimi baskın hale gelmektedir. Ayrıca *çokkültürcülük* çaplı bir siyaset felsefesi olmaktan ziyade geçmişteki müşterek yaşam tavrının da hilafına liberal ve sosyal demokrat eşitlik ve yurttaşlık fikrinin bir tezahürü olarak değerlendirilmesi gereken yeni bir yaklaşımı ifade etmektedir. Bilhassa 11 Eylül sonrası *çokkimlikliliğin* özellikle Müslümanlar söz konusuken hedeflenen farklı sonuçları ortaya çıkardığı savıyla günah keçisi ilan edilip krize girdiği iddia edilse bile sadece kamu yönetimi değil sosyal bilimlerin her alanında cari krizi gidermenin yolunun asıl şimdi *çokkültürcülüğün* gündeme getirilmesiyle giderilebileceği de aşikardır (Modood, 2014, s. 18, 20, 32).

Namı liberal çokkültürcülük teorisyeni Will Kymlicka'nın John Rawls'a referansla devletin liberal tarafsızlığı üzerine bina ettiği yaklaşımı, dinsel gruplar söz konusu olduğunda sekülerizme, göçmenler söz konusu olduğundaysa çokulusluluğa meyleden kendinden menkul bir evrenselleşmeciliğe mütemayil bir tavra sahiptir. Buna karşın her grubu salt kendi ifadeleri nezdinde kavrayan ve onları muhayyel bir toplumsal ya da düşünsel bütünlüğün içerisinde eritmeyen ultra tikelci bir *çokkültürcülük* yaklaşımı da gündemdedir (Modood, 2014, s. 43-60). Kamu yönetimi de kültürden çok farklılığa ve çokluğa angaje, bütünleşmeyi bireyden değil gruplar üzerinden ele alan ve her türden eşitsizlik biçimini *çokkültürcülük* siyaset ve pratiğinin başlığı altında sorunsallaştıran bir çerçevede ilerlemelidir demek mümkündür (Modood, 2014, s. 61-92).

Öte yandan çokkültürcülüğü (*multiculturalism*) siyasal çağrışım ve bağlaşıkları olan normatif bir mefhum olarak, salt demografik ve sosyolojik betimlemelerden müteşekkil çokkültürlülükten (*multiculturalism*) ayırmak gerekmektedir. Aslında çokkültürcülük soyut olmadığı gibi toplumdaki cari siyaset ve pratiklerden neşet eden, bilhassa Batılı merkez solun normatif duyarlılıklarıyla şekillenmiştir. Bu nitelikleriyle çokkültürcülüğün güncel siyasal gelişmelerin aksi yönde cereyan ettiğini göz önünde bulundurmayan safdil bir iyimserlikle değil bu şartlar altında bile kamu yönetimi hususunda, demokratik yurttaşlık eksenli, dinamik ve farklılaşmayı içeren bir yaklaşım olarak halen söyleyebilecek sözü olduğunu iddia etmek mümkündür (Modood, 2014, s. 210). Ayrıca *çokkültürlülük* de kamu siyaseti ve bürokrasinin demokratik katılım yönünde tedricen iyileştirilmesine katkısı bakımından, bir dizi özel kimlikli bağlılık türlerinin mevcudiyetini ve kıymetini benimsemektedir. Ayrıca *çokkültürlülük* hassaten bütün bu özel şeyleri siyasal norm ve kurumlarda var ve işler kılmayı salık veren spesifik bir politik nizamı işaret etmesi ve böylelikle ideolojik ve toplumsal nitelikte bir çeşitlilik ve çoğulculuğun normatif ve yapısal tipte bir çoğulculuğa evrilmesine hizmet etmesiyle (Özensel, 2013, s. 6) dikkate değerdir.

İkinci Dünya Savaşı sonrası faşizm ve ırkçılık belasını bir daha dünyanın başına musallat etmemek adına sosyo-politik arenada bu türden şeylerin nüveleri ya da tezahürlerine yönelik muazzam bir teyakkuz hali hasıl olmuştur. Bilhassa refah devleti ve *Mayıs 68'* esinli özgürlükçü siyasal yönelimlerin katkısıyla toplumsal hayatın çok kültürlü ve kimlikli bir biçimde yeniden tanzimi yönünde ciddi bir popüler politik angajman zuhur etmiştir. Kamu yönetimi de kendini siyasetten azade teknik bir sevk ve idare disiplini olarak kurma gayretindeki kurucu babalarının hilafına bu süreçten nasibini almış toplumun tüm katmanlarının kamu sahasının örgütlenmesinde müşterek ve aktif rol almasını gerektiğini salık veren argümanlar bilhassa 70'ler sonrası sıklıkla dillendirilir olmuştur. Bu dönemde kamu yönetimi de kitlenin yönetiminin hangi kurumlar ya da pratikler eliyle yapılacağına dair modernitenin Batı akılcılığıyla bağlantılı düşünme tarzının imbiğinden süzülerek ortaya çıkan teorik-pratik bir alet çantasını ifade eder hale gelmiştir. Ayrıca modern kamu yönetimi yaklaşımı, modern toplumsal yaşamın devlet vasıtasıyla toplumun tüm kılcal damarlarına varıncaya kadar nüfuz ettirilmesinin kolaylayıcısı olması nedeniyle modernitenin -tedricen Batı evrenselciliğinin hâkim kılınmasına hizmet eden tavrının- önemli sac ayaklarından biri olarak kıyasıya eleştirilmiştir.

Toplumu yekpare ve tarih dışı bir sabite olarak donduran ve onun üzerinden tesis ettiği bir kamu yararı mefhumu vasıtasıyla kamu hizmeti üretme yoluna giden modern kamu yönetimi ve hizmeti yaklaşımı ulus-devletin kendi mensuplarını benzer biçimde konumlandıran yaklaşımıyla da kader ortağıdır (Güneş, 2013, s. 97). Bu minvalde ulus-devletlerin etkinliğinin çokuluslu yapıların denetiminde küresel bir düzen içinde görelî gerileyişi, bizzat o yapılar içindeki insanların da kendi bireysel duyarlılıklarını daha fazla dile getirmeye uygun bir habitus yaratmış ve kamu yönetimi de eski tip bir örgütlenme ve entelektüel donanımla bu yeni dönemin kimlik ve kültür odaklı taleplerini karşılamakta sıkıntı yaşamaya başlamıştır. Merkezi devletin kamuya karşı sorumlu olduğu görev ve faaliyetlerin niteliği, devletin toplumsal yaşamın örgütlenmesindeki merkezi rolünün sorunsallaştırıldığı bir çağda bir sorun başlığı haline gelmiş, devletin bu işleri, bir icra makamı olarak kamu bürokrasisi nezdinde nasıl ve ne şekilde tanzim etmesi gerektiğine dair farklı yaklaşımları da beraberinde getirmiştir.

Kamu bürokrasisinin toplumun genelindeki sınıfsal, kültürel ve etnik çeşitliliği birebir yansıtması gerektiği iddiasından hareket eden temsili bürokrasi (*representative bureaucracy*) yaklaşımı, liyakatin yanı sıra bu türden bir pozitif ayrımcılığın, toplumun her kesiminin bürokratik temsilini arttıracak ve böylelikle bürokrasinin özerk bir toplumsal sınıf gibi hareket etmesinin önüne geçileceğini öne sürmüştür. Buna mukabil, bu türden bir temsiliyet sayesinde toplumun handikaplı kesimlerinin kamu sahasındaki görünürlüğü artacak ve devletin olanaklarından daha fazla istifade etmeleri nedeniyle sosyo-ekonomik olarak gelişmelerinin önü açılacaktır. Ayrıca etnik topluluklar arasındaki farklılıkların zorunlu olarak

egemenlik ve boyun eğme şeklinde tezahür etmediği yahut etnik bölünmelerin yoğun olarak siyasileştirilmediği etnik anlamda farklı toplumlar barındıran ülkelerde temsili bürokrasi yaklaşımı, politikaların uygulanmasında etnik toplulukların her birinin sosyal yapısı ve haklarının korunmasının etkin bir aracı işlevi de görebilecektir (Peters, 2001, s. 89).

Öte yandan liyakatten daha çok temsiliyetin fazlasıyla öne alınmasının da kamu yönetimi ve hizmetleri bakımından belli bir zafiyete yol açacağı argümanı ile yapılan itirazlar var olsa bile etnik ve kültürel bakımdan bölünmüş ve hâkim bir unsurun tasallutunun cari olduğu ülkelerde bu maliyetin göze alınabileceğine dikkat çekmek gerekmektedir. Buna karşın nihai hedefin, eşit temsiliyetin yanı sıra pozitif ayrımcılık yoluyla eşit eğitim olanakları, nitelikli süreçlerden ödün vermeksizin, temsili bürokrasiyi gerçekleştirmeye yetkin, çok kimlikli ve kültürlü nitelikli ve rekabetçi mensupları bulunan bir kamu bürokrasisini örgütlemek olarak konulması gerektiğini vurgulamak da elzemdir (Esman, 1999, s. 365). Bir diğer deyişle, temsili bürokrasi mefhumu esas itibarıyla, liyakat kriterlerinin sürekli olarak yeniden incelenmesine ve çok kültürlülük ve kimliklilik duyarlılığının sağladığı avantajlar ekseninde yeniden formüle edilmesine yapacağı katkılar hasebiyle liyakat ilkesini genişletme ve aydınlatma manasında en muteber çerçeveyi sunmaktadır (Wilson ve Mullins, 1978, s. 534).

İlaveten *temsili bürokrasi*, bürokratik örgütlenmede toplumsal grup ve cinsiyetlerin ihtiva edilmesini ifade eden *sosyal temsil*; çokkültürcülük, çoğulculuk, çeşitlilik, farklılıkların tanınması, kimlik politikaları gibi modernlik sonrası mefhumları da gözeterek azınlık ve kadınlar gibi belli handikaplı toplumsal unsurların bürokratik aygıtın bir bileşeni haline getirilmesi ve bunların kamu hizmetinden istifade etmesini mümkün kılacak spesifik politikaların takibi ve pratiğe kavuşturulması anlamına gelen *siyasi temsil*; ve son olarak ayrımcılık pratiğine yabancı, eşit işe eşit ücret prensibine dayalı ve eşitlik ve adalet kültürünün inşa ve ihyası gibi değerlerin benimsenmesi ve özümsemesi temelli *tutumlar açısından temsil* biçiminde ifade edilebilecek üç veçhesiyle kamu bürokrasisinin temsil niteliği daha yüksek hale getirilerek kuvvetlendirilmesine, demokrasiye, demokratik teamül ve politikalara imkan sağlayan en elverişli yol izlenimi vermektedir (Demir, 2011, s. 74). Bütün bu kavramsal açıklama sonrası burada artiküle edilen teorik argümanların etnik ve kültürel çeşitlilik arz eden toplumlarda ne türden birer kamu siyaseti, hizmeti ve bürokrasisi vücuda getirdiğine odaklanmak gerekmektedir.

2. İsviçre'deki Dil Üzerinden Bölünlenmiş Çokkültürcülük Eksenli Özgün Kamu Yönetimi Modeli *Kanton Sistemi ve Komünler*

Avrupa'nın ortasında Fransız Devrimi sonrasında milliyetçi rüzgarlarından yara almadan çok dilli ve kültürlü bir konfedere devlet olarak varlığını sürdürmeye devam eden İsviçre, farklı etnik grup ve toplumların müştereken barış içinde bir arada yaşadığı, doğrudan demokrasinin adeta ütopya raddesinde tecessüm ettiği bir nevi harikalar diyarı gibi resmedilmektedir. Hakikaten de İsviçre, kendi özgü hükümet, kamu bürokrasisi ve yerel yönetim sistemine sahip bir ülke olarak hali hazırda içerisinde yaşayan üç büyük fakat sayısız etnik ve kültürel kimliğin yönetime demokratik katılım ve temsili bürokrasi esaslı etkin ve doğrudan iştirakini mümkün kılan bir siyasal ve toplumsal sistemi haizdir.

İçişlerinde birbirinden bağımsız kendi yasa, meclis ve yürütme organına sahip 26 *kantondan* oluşan konfedere bir devlet olan İsviçre, bütün bu *kantonları* bağlayan federal bir anayasayla teşkil edilmiş, federal meclis isimli *kantonlar* ve *ulusal konsey* şeklinde ayrılmış iki meclisli yasama organı, Federal Hükümet ve Federal Konsey (*Bundesrat*) biçiminde düzenlenmiş yürütme organı ve Federal Mahkemeden müteşekkil bir yargı organını ihtiva eder tarzda tanzim edilmiş bir siyasal yönetim sistemine sahiptir (Gülsün, 2016, s. 139). Buna mukabil İsviçre'yi, tipik bir parlamenter sistemden ziyade hükümette toplumsal grupların sayıları oranında temsiline dayanmasına (Güven, 1995, s. 34) ilaveten azınlıkların haklarını fazlasıyla gözetilen bir biçimde düzenlenen çok partili bir koalisyonu ifade eden Federal Konsey yapısıyla başkanlık sistemi ve parlamenter sistem ile meclis hükümet sistemini katılımcı demokrasiyle mecz etmesinin yanı sıra kendine özgü anayasal olmayan bir kuvvetler ayrılığı prensibine dayanan *karma hükümet sistemi* olarak tanımlamak mümkündür (Kalaycıoğlu, 2012, s. 131).

Yerel yönetimin de *komün* olarak ifade edilen, bölge ve departman gibi yukarıdan dayatılan yapay idari bölünmeden daha çok her biri tüzel kişiliği haiz, çoğu neredeyse *kantonlardan* ve devletin kendisinden daha eski tarihsel geçmişe sahip özgün siyasal varlıklar olan ve %85'inin nüfusunun beş binin altında olduğu küçük bir yönetsel aygıt şeklinde tanımlanan belediyeler eliyle yürütüldüğü İsviçre, bu bakımdan da nevi şahsına münhasır bir görüntü arz etmektedir. Yerel siyasal kurum ve otoriteleri tayin etmede oldukça geniş özgürlükleri haiz olan ve özerklikleri *kanton* düzeyinde anayasal garantiye alınan belediyeler,

böylelikle daha da çeşitlenmiş ve federal değil *kantonal yasalara* tabi olsalar bile *kantonların* da belediyelere idari teşkilatlanmadan, vatandaşlık işlemlerini başlatmaya, vergi koymaktan belediye başkanının *federal* ve *kantonal konsey*deki aksine halk tarafından seçilmesi gibi geniş özgürlüklerle donanmışlardır. %85'i sayıca beş binin altında bir nüfusa hizmet eden belediyelerin 5/6'sı belediye meclisi gibi temsili bir kurum olmaksızın doğrudan seçmenler ve Belediye yönetimi (yerel hükümet) tarafından yönetildiği gibi bunların %81,9'unda halkın direk karar alma sürecinin içinde olduğu belli durum ve zamanlarda toplanan *asamble* adlı toplantılar yoluyla kararlar müştereken alınmaktadır (Göktolga, 2017, s. 71-73).

Öte yandan kamu bürokrasisi rejimi, Belçika'nın komüniteryan yaklaşımı ve Kanada'nın liberal yaklaşımı arasında bir yerde duran İsviçre'de, kamu bürokrasisinde bir pozisyona kimlerin başvurabileceği konusunda resmi kontenjanlar ve kısıtlamalar bulunmamakla birlikte, yeni kabul edilen *ulusal dillere ilişkin yönetmelikle* beraber, bünyesindeki temel etnik ve kültürel unsurlardan %70 Alman, %22 Fransız, %7 İtalyan ve %1 Roman temsilcinin yerel ve federal kamu bürokrasisinde bu tür bir *temsil seviyesine* sahip olmasını şart koşmaktadır. Yönetmelik ayrıca, federal yönetimin ve bürokratik aygıtın her çalışanın ikinci bir dilin yazılı ve sözlü bir kavrayışına sahip olması gerektiğini ve üst düzey devlet memurlarının ikinci bir dil ve üçüncü bir dil hakkında pasif bilgi sahibi olmaları gerektiğini belirtmektedir (Turgeon & Gagnon, 2013, s. 4).

Sonuç olarak İsviçre'de temsili bir bürokrasiyi güvence altına alacak tedbirlerin kabul edilmesi, taraflar arası müzakerelerin veya ülkenin *partitokrasisinin* bir sonucu olmaktan çok bir kamu politikasının unsurlarını biteviye tartışmaya açan ve hem kamu politikalarının benimsenmesine hem de uygulanmasına itiraz eden bir dizi *veto oyuncusu* içeren siyasi sürecin normal kanalları içinde kademeli olarak gelişmiştir. Ayrıca bürokrasinin temsil gücü meselesi, 1950'lere kadar Alman temsilcilerin bürokrasinin alt kademelerinde ve işleriyle ilgili çoğu bölümün üst kademelerinde aşırı temsili, Fransız muadillerinin de diplomasi ve dışişleri bürokrasisindeki ağırlıklı rolü eksenindeki örtülü uzlaşma nedeniyle İsviçrelilerin siyasi gündeminde yer almasa da o yıllardan sonra Federal Konsey (yönetici), İtalyan ve Fransız toplumlarının daha iyi temsil edilmesini garanti altına almak maksatlı somut önlemler için bastırılmış ve İsviçre'nin bu çok dilli karakteri de, ülkenin savaş karşıtı dönemde kimliğinin giderek daha da merkezi bir unsuru haline gelerek kendisini Nazi Almanyası'ndan ayırmasının temel konvansiyonu olmuştur (Turgeon & Gagnon, 2013, s. 13).

3. İspanya'da Bask Ayrılıkçılığını Önleme Amaçlı Birlikte Yaşama Odaklı Kamu Yönetimi Uygulamaları

Diktatör Franco'nun ölümü sonrası *Avrupa Birliği* üyeliğinin de katkısıyla bir demokratikleşme ve toplumsal mutabakat arayışına giren İspanya, bu dönemin miladı kabul edilen 1978 tarihli Anayasayla beraber ülkedeki tarihsel kökleri haiz cümle etnik ve kültürel kimlik ve topluma geniş özerklik alanları tanımlamış, böylelikle bu dönem öncesinde ülkede cari olan statüko yanlısı ve tek merkezci anlayışı aşmak mümkün olmuştur (Karapınar, 2002, s. 212). Buna mukabil eski refleksleri de hemen atmak mümkün olmadığından federasyon ifadesini kullanmadan ve üniter bütünlüğü anayasal anlamda kayıt altına alarak ülkede *üç kademeli bir anayasal özerklik* nosyonu ortaya konulmuş ve bu minvalde 17 özerk bölge, 2 özerk şehir, 50 il ve 8000'den fazla belediyeyi ihtiva eden biri idari yapı oluşturulmuştur (Hameş, 2016, s. 31-32). Üniter bir devlet olmasına karşın oldukça geniş yetkileri haiz, bölgesel yönetim, il yönetimi ve belediyeler eksenli bu *üç kademeli yerinden yönetim sistemi* İspanya'da, tek bir anayasal düzenlemeyle değil her bir özerk birim için tarihsel ve sosyo-kültürel nitelikleri dikkate alan oldukça ayrıntılı yasalarla tanzim edilmiştir (Toksöz vd., 2009, s. 77-78).

Demokratik nitelikli 1978 Anayasası'nın metni, devletin bölgesel örgütlenmesine dair taraflar arası tartışmalar esnasında var olan gerilimlerin ve siyasi engellerin çoğunu yansıttığı gibi bu mesele, demokratikleşme için genel mutabakat ortamında hemfikir olan en çekişmeli konulardan biri olarak kabul edilmiştir. Buna mukabil 1978 Anayasası, hükümlerinden herhangi birinde veya sonraki mevzuatta federal kelimesini içermese de 1980'lerin başından beri bünyesindeki özerk bölgelerin devleti andıran özellikleri nedeniyle İspanya, *gizli bir federalizm* tabiriyle nitelendirilmiştir. Ayrıca İspanyol müşterek süreçlerinin temel özellikleri, her bir özerk yönetim katmanının meşruiyetinin anayasal olarak garanti altına alındığı federatif kriterle de ciddi uyum göstermektedir. Bir diğer deyişle ilk bölgesel anayasa kanunlarının ya da özerklik statülerinin (1979'da Bask Bölgesi ve Katalonya) onaylanmasından bugüne, merkezi devletin yetkilerinin ademi merkezileştirilmesi süreci, geçmişteki iç çatışmanın eskimiş kalıplarını büyük ölçüde aşan yüksek derecede bir halk desteğine mazhar olmuş ve bu sürecin önemli bir bölgesel özerklik ve içsel

muhtariyet yönünde ilerlemesine cevaz vermiştir. Mali federalizm düzenlemeleriyle birlikte merkezi devletten bölgesel devlete güç ve hizmetlerin aktarılması, özerk bölgelerin kamusal nitelikli bütçelerinin çok fazla büyümesini beraberinde getirmiş, böylelikle İspanya'da kamu harcamalarının bölgesel bazda 1981'de toplam idari harcamalar içindeki payı yüzde 3 iken 2002'de yüzde 35,5 düzeyine yükselmiştir. Bu bakımdan kamu harcamaları *bölgesel özerklik seviyesinin* iyi bir göstergesi olarak düşünülürse İspanya'daki özerk bölgeler, Latin Amerika'dakiler gibi dünyadaki bilinen resmi federasyonlara nazarla çok daha yüksek bir *öz-yönetim düzeyine* sahip duruma gelmiştir (Moreno, 2007, s. 86-87) İlâveten özerk bölgelerin ihdas edildiği 1982'den 2006'ya kadar İspanya'da merkezi hükümetin ordu, eğitim, adalet ve KİT çalışanlarının tümünü kapsamak üzere istihdam ettiği kamu personeli sayısı 1982'de merkezi düzeyde özerk bölgeler ve yerel yönetimdekilerden neredeyse dört kat fazla iken 2006'da bu oran tam tersine dönmüş, özerk ve yerel yönetimlerde istihdam edilen kamu personeli sayısı merkezi yönetimdekinin üç buçuk katına çıkmıştır (Yıldız, 2011, s. 179-180).

Tek yasal ve hukuki tanınmış milliyet İspanyol kimliği olmasına rağmen, 1978 Anayasası, *özerk yönetim kapasitesi* ve tanımladığı belli yetkiler vasıtasıyla, bölgelerin kendi nüfuz alanları içerisindeki muhtariyetinin temellerini oluşturmuş ve İspanya topraklarının yerelden bölgesel seviyelere varıncaya kadar belediyelere, illere ve özerk topluluklara bölünmüş olduğunu kabul etmiştir. Böylelikle içindeki kendi hükümetleri ve yasama yetkilerine sahip *otonom topluluklardan* biri olan Bask Ülkesi de kendi il meclislerine sahip bir ya da daha fazla ili bünyesinde barındırdığı gibi bunlar da yine kendi belediye meclislerine sahip çeşitli belediyeler ve diğer yerel yönetim organlarından müteşekkil hale gelmiş ve bunun gibi *özerk topluluklar*, ilgili topluluğun ve bir bütün olarak devletin hukuki düzenine entegre edilen yasal düzeni ifade eden ve İspanya Anayasasının 147. maddesinde tanımlanan bir *Özerklik Tüzüğüne* sahip olmuştur. Ayrıca *Tarihi Topraklar Yasası* uyarınca daha önceden belli bir özerkliği olan Bask Bölgesi, il meclisleri ve hazineleriyle vergi toplama ve denetim sorunlarının yanı sıra kaynakların yeniden dağıtımıyla ilgili tek yetkili olması gibi devlet bazlı ademi merkezîyetçilik içinde daha geniş bir ademi merkezîyetçiliğe tekabül eden, her Bask ilinin kendi sorunlarını kendi çözüme ve yönetme gücüne sahip olduğu anlamına gelen ve merkezi hükümet ile Bask özerk yönetimi arasında hususi bir mutabakata dayanan oldukça özel bir statüye bürünmüştür (Muriel ve Gatti, 2014, s. 1649-1650). Bir başka deyişle *Bask Özerk Hükümetinin* kamu düzeninin korunması amaçlı polis gücü ihdasından bütçe yapma ve vergi koyma gibi merkezi hükümet yetkileriyle taltif edilmesi (Türkeri, 2007, s. 78-79) bu nev-i şahsına münhasır statünün en açık kanıtı olarak değerlendirilebilir.

Sonuç olarak, İspanya, Kastilyalı egemen bir *Volstaat* ya da çekirdek-ulusun ideal türünün ardından modellenen Franco diktatörlüğü gibi dışlayıcı bir etnik düzenin liberal ve çoğulcu bir demokrasiye dönüştüğüne dair kayda değer bir örnek olarak görülebilir. Ayrıca bu dönüşümün en önemli sac ayağı olan ve 1978 Anayasası'nda açıkça kabul edilen mutabakat anlaşmasını da siyasi diyalog ve işbirliği prosedürlerini içerdiği muhtemel siyasal gelişmeler için yol gösterici ilkeler olarak genişletmek yolunda yazılı olmayan bir uzlaşma minvalinde yorumlamak mümkündür (Moreno, 2007, s. 88). Bir başka açıdan toplumsal mutabakat sonrası bir tür çok uluslu federasyona dönüşen İspanya'da başta Bask ayrılıkçılığı olmak üzere tarihsel mahiyetteki bütün etnik kimlik ve kültürlere verilen eğitimden sağlığa, kolluk kuvvetinden maliyeye kadar uzanan geniş çaplı anayasal özerklik, ülkenin son kırk yıllık inkişafının da önemli bir unsurudur.

4. Çokkültürlülük Temelli Kamu Yönetimi Uygulamalarının Membro Olarak Kanada ve Quebec Bölgesi

Tarihsel olarak Yeni Dünya'nın keşfi sonrası ilkin Fransız sonra İngiliz egemenliği altına giren Kanada, uzun süren askeri, siyasal ve ekonomik çatışmaların sonunda 1867'de yürürlüğe giren Kuzey İngiliz Amerika'sı Akdi ile bugünkü statüsüne kavuşmuştur. Kanada, formel olarak İngiltere Kraliçesine bağlı ve Başbakan tarafından önerilen bir Genel Vali tarafından temsil edilen bir tür meşruti monarşi olsa da esas itibarıyla 1931'deki Westminster Kanunnamesiyle kayıt altına alınmış, siyasal, askeri ve ekonomik iç ve dışişlerinde tam bağımsız nitelikteki ülkelerde oluşan İngiliz Devletler Topluluğu üyesi bir ülkedir. Dünyanın yüzölçümü bakımından ikinci büyük ülkesi olan ve yaklaşık 36,3 milyon kişiye ev sahipliği yapan Kanada, ekonomik manada da hizmet ve sanayi sektörü odaklı ekonomisi ve kırk bin doları aşan kişi başına düşen milli geliriyle dünyanın en müreffeh ülkelerinden biridir (Özensel, 2012, s. 62).

Kendi meclis ve başbakanları bulunan on eyalet, federal merkez tarafından yönetilen üç kuzey bölgesinden müteşekkil federal bir siyasal yapısı olan Kanada'da eyaletler, vergi sağlık, eğitim, mülkiyet ve vatandaşlık hakları, iş ve sosyal güvenlik gibi oldukça geniş skalada iç yetkileri haizdir. Kanada bilhassa 1968-1984 arasında dört kez başbakanlık yapmış ve şimdiki Başbakan Justin Trudeau'nun babası Pierre Trudeau'nun

çokkültürlülüğü adeta bir Kanada *mamul ihraç ürünü*müşçesine tedavüle sokması ve 1982'de yürürlüğe giren yeni anayasanın bir parçası olan Hak ve Özgürlükler Temel Yasası (*Charter of Rights and Freedoms*) sonrası dünyada çokkültürlü tek devlet anlayışının amiral gemisi hüviyetine bürünmüştür (Özensel, 2012, s. 63-65).

Kanada'daki birçok etnik ve kültürel kimliğin yanı sıra asıl temel önemde olan mesele, İngiliz kökenlilerden sonra ülkenin en kalabalık grubu olan Fransız kökenli, Fransızca konuşan ve neredeyse tümü Quebec eyaletinde yerleşik vatandaşların durumu 1982 öncesinde de oldukça geniş asimetric yetki devirleriyle özerk bir statüyü haiz olsa da bu yıllar beraber İngilizce ve Fransızca devletin resmi dilleri olarak kabul edilmiş ve Kanada devleti resmi olarak da iki dilli hale gelmiştir. Böylelikle federal ve yerel yönetim ile hizmetler düzeyinde iki dil de resmen kullanılır olduğu gibi kamu görevlilerinin kendi dillerinde hizmet vermelerinin de önü açılmış ve Quebec dışında yaşayan ve Fransızca konuşan vatandaşlarla Quebec bölgesinde yaşayan ve İngilizce konuşan vatandaşlara ilk ve orta kademe de dahil olmak üzere kendi dillerinde eğitim alma imkânı verilmiştir (Doytcheva, 2009, s. 35). Buna mukabil Kanada, federal ya da yerel kamu personelinin çift dilliliğinde bireysel çift-dillilik anlayışını benimseyerek istihdam hususunda bilhassa yüksek kademe kamu personeli için çift dilliliği şart koşsa bile diğer kademe ve hizmetlerde formel bir düzenlemeye gitmeyen mutedil bir tavır benimsemiştir (Turgeon ve Gagnon, 2013, s. 4).

Bütün bu asimetric yetki devrine rağmen Quebeciler, ülkedeki *liberal çokkültürlülük siyasetinin* 1982'deki temel yasasını kendilerinin ülkedeki asli kurucu unsur olma durumlarını zinhar zikretmeyen ve ulusal kimliklerini çoğunluk ekseninde eritmeye yönelik *zimni* bir politik hamle olarak değerlendirmişlerdir. Quebeciler 1980'de yaptıkları ve kabul edilmeyen eyalet bazlı ayrılma referandumunun bir benzerini 1995'te de yapmışlar ve yine çok az bir oy farkıyla da olsa kabul edilmediğinden Kanada'ya bağlı geniş yetkileri haiz özerk bir bölge olarak kalmışlardır (Türk, 2013, s. 180-181). Ayrılma angajmanı halen güçlü olsa da yapılan referandumlarda halka sorulan sorular hayli müphem olduğu gibi halk da ayrılmayı Kanada'dan tümenden ayrılma biçiminde değil de federal yetkilerde biraz daha genişleme, belki bir konfederalizm temelinde algılamaktadır. Dolayısıyla Quebec'teki ayrılıkçı ve milliyetçi hareketin bile federalizmden daha gevşek fakat bağımsızlıktan daha az bir şey olan egemenlik-birlik, egemenlik-ortaklık gibi isimlerle referandumlara girişmesi, Quebec için bağımsızlığın somut bir siyasal proje olmaktan çok bir *ideal* olduğuna işaret etmektedir (Kalaycı, 2008, s. 153).

Sonuç olarak dünyanın en demokratik rejimlerinden biri olarak düşünülen Kanada'da 1867 ve 1982 Anayasalarının halk oylamasına sunulmadan (Quebeciler dışındaki) siyasi yönetici ve elitler arasında mutabakatla kapalı kapılar ardında alınması halkın genel siyasete etkisini çok çok sınırlamıştır. Bu durum ciddi bir demokratik eksiklik olarak eleştirilmiş olsa bile *çokkültürlülüğü* resmi siyaset olarak benimseyerek Fransız dilli Quebec eyaletine oldukça fazla imtiyaz ve özerklik tanıyan *asimetric bir federalizmi* benimsemiş, buna rağmen ayrılıkçı ve milliyetçi tazyikin etkisini kıramamıştır (Kalaycı, 2006-7, s. 9-10). Quebec meselesinde de Kanada'nın ve daha birçok Batılı federal devletin siyasal pratiklerine yön veren, daha fazla *çokkültürcülük* eksenli siyasal ve idari hamlelerin kimliksel talepleri doğal olarak tavsatacağı ve bunun da genelleşmiş bir demokratik kültürü vücuda getireceğine dönük *indirgemeci liberal bir bakış* hakimdir. Buna karşı etnik ve kültürel kimliklerin siyasal ve yasal düzeyde tanınması ve eşit çapta saygı değer kabul edilmesini salık veren Charles Taylor'a göre Quebec milliyetçiliğini diri tutan motivasyonun tam da bu türden bir *tanınma ve haysiyet talebinden* ileri geldiğini belirtmektedir (Taylor, 1996, s. 43-44, 68-70). Bir başka deyişle, bütün bu demokratik açılımlara rağmen Quebec özelindeki milliyetçi damara kan pompalayan şeyin, kültürel ve ulusal kimliğin zahmetsizce içine doğulan ve özkimlik için sağlam bir aidiyet dayanağı olarak görülmesi olduğu ve bunun da *haysiyet ve tanınma talebinin* temelini teşkil ettiğini söylemek mümkündür (Kymlicka, 1998, s. 148).

5. Çok Etnili ve Dinli Malezya'da Ortak Yaşam Eksenli Kamu Siyaseti ve Yönetimi Konvansiyonları

Etnik ve kültürel çeşitliliğin ilginç bir siyasal ve yönetsel kamu idaresi ve siyasal düzen yarattığı bir başka ilginç coğrafya olan Malezya, nüfusunun üçte ikisinin Müslüman olduğu bir ülkede etno-kültürel ve dinsel çeşitliliğin nasıl bir arada yaşayabildiğinin dikkate değer bir fotoğrafını sunmaktadır. Malezya, yaklaşık 330 bin km² yüzölçümüne ve %67'si genellikle bürokrasi ve tarımda çalışan Malaylar, %25'i ekseriyetle özel sektör ve ticarete etkin ve büyük şehirlerde meskûn Çinliler, %7'si daha çok sahillere yakın iç kesimlerdeki tarım plantasyonlarında çalışan tarım işçisi hüviyetindeki Hintler ve diğerlerinden müteşekkil 31 milyonu aşan bir nüfusa sahiptir (Göksoy, 2003, s. 487; DEİK, 2014, s. 2). Bu etnik çeşitliliğin doğal bir sonucu olarak on üç eyalet, üç federal bölge, eyalet sultanları arasından dönüşümlü olarak beş yıllığına seçilen ve sembolik

yetkileri haiz olarak devlet başkanlığı görevini yürüten bir kral, federal meclis, temsilciler meclisi ve senato olmak üzere iki kademeli bir parlamenter yapı ve mecliste çoğunluğu elde edenin hükümeti ve başbakanı tayin ettiği bir hükümet sistemiyle Malezya, federal anayasal monarşiye dayalı çok-partili parlamenter sistemle yönetilmektedir (<http://www.mfa.gov.tr/malezya-siyasi-gorunumu.tr.mfa>).

16. yüzyılda ilkin Portekiz, 17. yüzyılda Hollanda ve son olarak 18. yüzyılda İngiltere tarafından sömürgeleştirilen Malay yarımadası, 1948'de İngiltere'nin öncülük ettiği bir Malay Federasyonu'na dönüşüp 1957'de İngiltere'den bağımsızlığını kazandıktan sonra Borneo adası üzerindeki Sabah ve Sarawak Sultanlıklarının yanı sıra Singapur'un da katılımıyla Malezya adını almış fakat Singapur'un 1965'te federasyondan ayrılmasıyla bugünkü haline bürünmüştür (DEİK, 2014, s. 3). Buna mukabil ülkedeki Çinli azınlığın ekonomik gücü elinde tutması ve II. Dünya Savaşı dönemindeki Japon işgali sırasında Japonların *en gözde işbirlikçi ekibi* oluşu ülkede muazzam bir huzursuzluk yaratmıştır. Bağımsızlık sonrası yönetimi ele geçiren Malay siyasi iradesinin kendi kitesinin ekonomik ve sosyal durumunu iyileştirmek adına bu Çinli ayrıcalıklı kitleyi sevk ve idareye yeltenmesi 1969'da ciddi bir etnik çatışmaya yol açmış (Zackaria, 2015, s. 61-63), sıkıyönetim ilanı sonrası 1971'e kadar parlamento askıya alınmıştır (Göksoy, 2003, s. 490).

Bu kriz sonrası hazırlanan geçiş programında bütün etno-kültürel ve dinsel grupların müştereken barış içinde bir arada yaşamasının koşullarını oluşturacak çok ırklılık, çok dillilik ve çok dinlilik esasına dayalı bir politik vizyon oluşturulmuştur. Halkın birliği, demokratik hayatın sürdürülmesi, milli servetin hakça paylaşıldığı adil bir toplumun oluşturulması, kültürel geleneğe doğru bağımsız yönelme, modern bilgi ve teknolojiyi hedefleyen gelişmiş bir toplumun oluşturulması gibi *beş temel ilke* üzerinden *yeni bir milli mutabakat* tesisi amaçlanmıştır.

Malezya, bu programın oluşturucusu ve uygulayıcı Tun Abdurrezzak başkanlığında 1971'de iktidara gelen ve bağımsızlık sonrasında Mayıs 2018'deki seçimlere kadar bütün seçimleri kazanan, ülkedeki etnik ve dini grupların neredeyse tümünü barındıran hayli kalabalık bir büyük koalisyonu andıran Birleşik Malaylar Ulusal Örgütü'nün (*United Malays National Organization*) sevk ve idaresine sahne olmuştur. 1981'de Başbakan olan Dr. Muhammed Mahathir ve sonrasındaki bütün hükümetler zamanında da devam eden bu geniş tabanlı örgütün yönetiminde sağlanan ciddi ekonomik gelişmenin ülkedeki gelir adaletsizliğini düzeltmesi ve diğer etnik ve kültürel grupları için içine katarak yürütülen dengeli siyasetle beraber Malezya, yaklaşık elli yılı bulan son tarihsel kesitte önemli bir sosyo-ekonomik değişim ve gelişime imza atmıştır (Göksoy, 2003, s. 490-491). Bir diğer deyişle hükümet, kamu maliyesine öncelik vermekle birlikte üretken varlıkların mülkiyetini yeniden gözden geçirmek için yeni ekonomik politika çerçevesinde çalışmış fakat diğer etnik kökenler nezdinde herhangi bir kayıp ya da yoksunluğa neden olmama başarısını göstermiştir. Bunun yerine tüm işlevlerini büyüyen bir ekonomiye tahvil ederek onu yeniden yapılandırmayı becerebilmiş ve politik hamle sayesinde belli bir etnik grupla ekonomik güç arasındaki rabıtayı ortadan kaldırmak suretiyle yoksul nüfusu da azaltmayı başararak ülkedeki yoksulluk sorununu önemli ölçüde çözmüştür (Zackaria, 2015, s. 66-67).

Federal hükümet bilhassa Malayların sosyo-ekonomik durumlarını iyileştirmek maksadıyla dini de önemli bir yönetim konvansiyonu olarak kullanmış, eyaletlerde dini işlerin ve yasaların tanzim ve tatbikinden tamamen yerel idareyi sorumlu kılmıştır. Malay milli kimliğini tahkim etmede önemli bir destek işlevi gören İslam dini çerçevesinde hareket eden ve Sultana danışmanlık görevini de ifa eden Dini Meclis, zekâttan fitreye, cami inşasından bakımına bilumum dini hizmetlerin sevk idaresini yaptığı gibi İslami sosyal ve ekonomik yaşam kural ve kaidelerinin toplumsal tatbiki ve tebliğiyle de yetkilendirilmiştir. Bilginin İslamlaştırılması temelli bir yaklaşımın ürünü olarak düşünülebilecek bu gelişmeler Malezya halkının İslam eliyle sosyo-kültürel ve ekonomik yaşama girmesini mümkün kılmış ve devlet de bu yöndeki toplumsal uyanışı kendi siyasal hedefleri bakımından vesile haline getirmiştir. Bütün bu İslamlaştırma hamlelerine karşın ülkedeki Müslüman olmayan unsurların sosyo-ekonomik ve kültürel haklarına herhangi bir halez gelmemiş, bu hamleler daha çok Malay kitesini sosyo-ekonomik gelişmenin lokomotifi yapmak maksadıyla yürürlüğe sokulmuştur (Özay, 2013, s. 110-115).

Sonuç olarak Malezya'da bağımsızlıktan bu yana kamu hizmetlerinin ve etkin yönetişimin daha iyi gerçekleştirilmesine yönelik olarak hükümet tarafından çeşitli çabalar sarf edilmiş ve bu çabalarda kamu sektörünün rolü düzenleyicinin geleneksel rolünden yeni bir hizmet ajansı ya da etkin bir yönetişimin kolaylaştırıcısı rolü şeklinde yeniden tanımlanmıştır. Müşteri ihtiyaçlarının ve talebin değişimi, küreselleşmenin, hem hükümet hem de siyasi partilerden performans ölçümü ve üretimi ve siyasi iradenin değerlendirmeyi teşvik eden müdahalesi gibi nedenlerden neşet eden bu değişim iradesi, Malezya'daki kamu hizmeti reformunu, 1.) 1960'larda temel kamu hizmetlerinin yönetimi, tedariki ve ulusal güvenliğin

korunması; 2.) 1970'lerde Yeni Ekonomi Politikasını desteklemek için sosyo-ekonomik programların planlanması ve uygulanması; 3.) 1990'larda sanayileşme döneminde ekonomik faaliyetlerin kolaylaştırılması ve düzenlenmesi ve 4.) Yeni binyılda kötü yönetim ile mücadele etmek için beşeri sermaye değerlerinin modernleştirilmesi ve yeniden tanzim edilmesi ekseninde cereyan ettirmiştir. Bütün bu çabalar, İslam siyaset teorisi veya etkin yönetim ilkelerinin yürütmeye esas olan İslam şeriatı nosyonlarıyla da uyumlu olduğu gibi iyi bir liderlik ve hesap verebilirlik gibi nosyonların üretiminde de İslami öncül ve kaidelerin katkısını göstermesi bakımından dikkat çekicidir (İsmail, 2011, s. 1972). Nihayet Malezya deneyimi İslam'ın demokratik ve ekonomik ilerlemenin önünde engel teşkil ettiği iddiasındaki popüler görüşün karşısında, birlikte yaşamın ve ekonomik gelişmenin koşullarını bizzat İslami değer ve kurallardan türeten yaklaşımıyla ciddi bir *antitez* niteliği taşımaktadır.

Sonuç

Kamu yönetimiyle iştigal etmek salt bir devlet ve kitle arasında cereyan eden siyasal ve yönetsel ilişkiler ajandası tutmak ve onlar üzerinden bir mukayeseye girişmek yerine, söz konusu toplumların bu türden ilişkilerine etki eden birçok sosyo-ekonomik, politik, yasal ve yönetsel etkene dikkat kesilmek anlamına gelmektedir. Böylelikle özünde elmayla armutu mukayese etmeye dayanan ziyadesiyle zor bir işin altından çeşitli analogiler ve anırtımlar yoluyla kalkmaya çalışmak ve kesin olmasa da işaret fişegi niteliğinde çeşitli ön varsayımlarda bulunmaya gayret etmeyi ifade eder. Bir diğer deyişle kamu yönetimi disiplini, kendini, mukayeseli toplumsal analiz esnasında her bir tekilliğin o toplum bakımından ifade ettiği değere odaklanan ve bu yönüyle mikrodan makroya ilişkin ipuçları devşirmeye hizmet eden bir biçimde, kıymetli bir *analitik mühimmat deposu* olarak yeniden organize etmelidir.

Kamu yönetimi ayrıca, çok taraflı ve katmanlı, birçok etkeni mevzu addeden, toplumsal yaşamı meydana getiren cümle teorik-pratik ameli kendine şamil kılma gayretinde olan ve buradan hareketle toplumsal yaşamın liyakatli ve insani çatışmaları asgariye indirme gayesiyle iyi yönetilmesi ufkunu muhafaza eden bir yönüyle normatif bir sosyal bilim dalıdır. Bu disiplinin salt tarihsel hadiselerin kaydına gönül vermiş *tekil ve mukayeseli bir vakanüvislik* ya da yönetime dair teknik birtakım gerekliliklerin tespitine gömülmüş bir teknisyenlik olmadığı ortadadır. Bir başka ifadeyle kamu yönetimi, dünyaya ve üzerinde yaşayan cümle millete karşı bir çocuk hayreti ve merakını, tüketici açıklama ve kesin yargılara ulaşmanın imkansızlığı bilgisiyle bile kaybetmeden, dünyada müreffeh ve makul bir müşterek hayatın nasıl tesis edilebileceği sorusunun ışığında, kültür, siyaset, yönetim ve ekonomi gibi sosyal bilimlerden edindiği verilerin tekil ve mukayeseli bir çözümlemesini yapma gayretinin adıdır.

Bu çalışma, tam da bu türden bir çoktaraflılık ve disiplinlilik eksenli olarak farklı ülke ve kamu yönetimi yaklaşımlarının birlikte yaşama odaklı bir yaklaşımı vücuda getirme bakımından ortaya koyduğu teorik ve pratik uygulamaların mukayeseli bir değerlendirmesini yapmak gayretinde olmuş ve farklı sosyo-kültürel ve ekonomik muhteviyata sahip aktörlerin benzer meselelerin çözümünde hangi farklılıkları haiz yaklaşım ve uygulamalara imza attıklarının izahına çabalamıştır. Sonuç itibarıyla bu çalışma, İsviçre, İspanya, Kanada ve Malezya'da federal kamu yönetimi, kamu siyaseti ve bürokratik temsil gibi meselelerin müşterek yaşamı inşa etmede oynadıkları roldeki ülkeden ülkeye değişiklik gösteren farklılıkların, iki ya da daha çok unsurun yapılandırılmasındaki sosyo-kültürel ve ekonomik farkların biçimlendirdiği siyasal topluluğun temsil ve müşterek kamu iştiraki konvansiyonlarının, her ülkenin politika oluşturma sürecine nasıl aktarıldığında düğümlendiğini gözlemlemiştir.

Kaynakça

- DEİK. (2014). Malezya ülke raporu. <https://www.deik.org.tr/uploads/malezya-ulke-bulteni-2014.pdf>. Erişim tarihi: 31.05.2018.
- Demir, F. (2011). Bürokrasi-demokrasi ilişkisi ve bürokratların seçilmişlerce kontrolü sorunu. *Yönetim ve Ekonomi*, 18(2). 63-84.
- Doru, G. (2015). Yarım asırlık sıla türküsü Almanya'ya göç. *Parlamento*, (21). 22-29.
- Doytcheva, M. (2009). *Çokkültürlülük*. Çev. T. Akıncılar-Onmuş. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Esman, M. J. (1999). Public administration and conflict management in plural societies: The case for representative bureaucracy. *Public Administration and Development*, (21). 353-366.
- Göksoy, İ. H. (2003). Malezya. *Diyanet İslam Ansiklopedisi*, 28, 486-493.

- Göktolga, O. (2017). İsviçre’de yerel yönetim yapısı ve komünler. *İnönü Üniversitesi Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(2), 68-79.
- Gülsün, R. (2016). İsviçre hükümet sistemi. *International Journal of Legal Progress*, 2(2), 127-153.
- Güneş, M. (2013). Kamu hizmetlerinde çoğulculuğun kimlikle inşası. *Akademik İncelemeler Dergisi*, 8(2), 95-116.
- Güven, G. (1995). *Ortaklaşmacı demokrasi ve Güney Afrika Cumhuriyeti* (Yüksek lisans tezi). Ankara Üniversitesi SBE, Ankara.
- Hameş, Ö. (2016). *Yerel yönetimlerde çokkültürlülük* (Yüksek lisans tezi). Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi SBE, Muğla.
- Ismail, S. H. S. (2011). Role and transition of public service in Malaysia: An Effective Governance Perspective. *African Journal of Business Management*, 5(5), 1963-1974.
- Kalaycı, H. (2008). Referandumla ayrılma konusunda yüksek mahkemenin tutumu: Kanada-Quebec örneği. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 63(1), 151-174.
- Kalaycı, H. (2006-7). Batılı demokrasilerde ayrılıkçı milliyetçilik: Quebec Milliyetçiliği. *Doğu Batı*, (39), 9-30.
- Kalaycıoğlu, E. (vd.) (2012). *Karşılaştırmalı siyasi sistemler*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Karapınar, S. (2002). İspanya’da yerel örgütlenme. *Türk İdare Dergisi* (437), 211-228.
- Kymlicka, W. (1998). *Çokkültürlü yurttaşlık*. Çev. A. Yılmaz. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Modood, T. (2014). *Çokkültürcülük*. Çev. İ. Yılmaz. Ankara: Phoenix Yayınevi.
- Moreno, L. (2007). Federalization in multinational Spain. içinde M. Burgess, J. Pinder (Ed.) *Multinational Federations*, London: Routledge, 86-107.
- Muriel, D. & Gatti, G. (2014). The management of otherness beyond the state: Integration policies and inclusive citizenship as a government paradigm in the Basque Country. *Ethnic and Racial Studies*, 37(9), 1646-1663.
- Özay, M. (2013). Malezya’da din-devlet ilişkisine kısa bir bakış: Dr. Mahathir Mohamad dönemi İslamlaştırma politikaları ve yansımaları. *Tarih Kültür ve Sanat Araştırmaları Dergisi*, 2(1), 106-128.
- Özensel, E. (2013). Doğu toplumlarında ve Türkiye’de birlikte yaşama arayışı: Çokkültürlülük mü? Yoksa yeni bir model mi?. *Akademik İncelemeler Dergisi*, 8(3), 1-17.
- Özensel, E. (2012). Çokkültürlülük uygulaması olarak Kanada çokkültürlülüğü. *Akademik İncelemeler Dergisi*, 7(1), 55-69.
- Peters, B. G. (2001). *The politics of bureaucracy*. London: Routledge.
- Taylor, C. (vd.) (1996). *Çokkültürcülük*. Çev. Y. Salman (vd.). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- T.C. Dışişleri Bakanlığı. Malezya’nın siyasi görünümü. <http://www.mfa.gov.tr/malezya-siyasi-gorunumu.tr.mfa>. Erişim tarihi: 31.05.2018.
- Toksöz, F. (vd.) (2009). *Yerel yönetim sistemleri*. İstanbul: TESEV Yayınları.
- Turgeon, L. & Gagnon, A. G. (2013): The politics of representative bureaucracy in multilingual states: A comparison of Belgium, Canada and Switzerland. *Regional and Federal Studies*, 23(4), 1-19.
- Türk, O. (2013). *Küreselleşme ve çokkültürlülük* (Yüksek lisans tezi). Haliç Üniversitesi SBE, İstanbul.
- Türkeri, Z. (2007). *Bask meselesi*. Ankara: Dipnot Yayınları.
- Wilson, V. S. & Mullins, W. A. (1978). Representative bureaucracy: Linguistic/ethnic aspects in Canadian public policy. *Canadian Public Administration*, (21), 513-538.
- Yıldız, M. (2011). İspanya yönetim sistemindeki tekçilik ve federalizm tartışmalarının değerlendirilmesi. *Hacettepe Üniversitesi İİBF Dergisi*, 29(2), 175-191.

Zackaria, I. (2015). *The influence of universal human rights on citizenship concept in the Islamic World: The Case Study of Malaysia* (Master thesis). Fatih University ISS, İstanbul.

MODELS OF COEXISTENCE BASED ON PUBLIC ADMINISTRATION PRACTICES IN THE CASES OF SWITZERLAND, SPAIN, CANADA AND MALAYSIA

Barış AYDIN, Fatih Fuat TUNCER

Extended Abstract

This study aims to evaluate, what kind of political and administrative endeavors multicultural and multi-identity societies have undertaken in order to establish means of coexistence and what the theoretical and practical changes that they have created in the public sphere, through the examples of Switzerland, Canada, Spain and Malaysia. The efforts of multicultural states to promote political and legal changes in the field of public administration and services in order to create the conditions for a qualified common life, reveal the necessity of a democratic political space to be supported by a public reform based on pluralist and participatory democracy, and the experience in such states provide valuable benefits to states with similar problems.

When it is considered that the efforts in the establishment of the political and administrative arena both at the local and global levels, their institutionalization, assertion of their influence in decision-making processes of the political and administrative arena, tackling of ethnic and cultural characteristics at a specific and comparative level, and obtaining of generalizable predictions based on these, are meaningful only in an atmosphere where all identities and cultures can survive, be experienced and develop together, multiculturalism-based political attitudes become more important for the public administration discipline. In addition, multiculturalism, in terms of the contribution to public policy and the gradual improvement of the bureaucracy to democratic participation, is noteworthy which indigenizes a number of specific types of special forms of identical loyalty's presence and dignity, as well as refers all these special things to exist and function in political norms and institutions, in this way serving the evolution of ideological and social qualities and pluralism into a normative and structural type pluralism (Özensel, 2013, s. 6).

The representative bureaucracy approach, which argues that public bureaucracy must reflect the class, cultural and ethnic diversity throughout the society, asserted that, besides merit, such a positive discrimination would increase the bureaucratic representation of all sections of society and thus prevent the bureaucracy from acting as an autonomous social class. On the other hand, this kind of representation will increase the visibility of the handicapped segments of the society in the public sphere and they will pave the way their socio-economically improvements by making more use of state's facilities. In addition, the representative bureaucracy approach can serve as an effective tool for the protection of the social structure and rights of each of the ethnic communities in the implementation of policies in countries where ethnically diverse societies do not necessarily manifest in the form of sovereignty and submission of differences between ethnic communities or where ethnic divisions are not intensely politicized (Peters, 2001, s. 89).

Representative bureaucracy, with its broad participation as a public administration convention, gives the impression that the public bureaucracy is increased representation quality of its and provides the most favorable way for democracy, democratic conventions and policies, with its the three aspects (Demir, 2011, s. 74): *social representation* in the bureaucratic organization, including social groups and gender; *political representation* which means that certain policies and social elements, such as minorities and women, should be transformed into a component of the bureaucratic apparatus and follow the specific policies that will enable them to benefit from the public service by taking into consideration post-modern concepts such as multiculturalism, pluralism, diversity, recognition of differences and identity politics; and finally, *representation in terms of attitudes* based on the principle of equal pay for equal work on the basis of discrimination and on the adoption and assimilation of values such as construction and restoration of equality and justice culture.

Switzerland, one of the most important examples and as a country having own specific government, public bureaucracy and local government system, has a political and social order that enables effective and direct participation of countless ethnic and cultural identities, three of which are large, based on democratic participation and representation on bureaucracy, already living within the country. The first example, the adoption of measures to guarantee a representative bureaucracy in Switzerland has gradually developed within the normal channels of the political process involving a series of veto players objecting to both the

adoption and implementation of public policies and continuously opening up a discussion of the elements of public policy, rather than a result of the parties' negotiations or the partocracy of the country.

After the death of the dictator Franco, Spain, which is in search of a democratization and social consensus with the contribution of European Union membership, has defined the ethnic, cultural identity and wide autonomy areas of the society with the historical roots in the country, due to the 1978 Constitution, which was accepted as the milestone of this period and then it has been possible to overcome the current status quo and single-centered understanding (Karapınar, 2002, s. 212). In spite of the fact that it is a unitary state, this three-stage decentralization system with a wide range of powers, regional administration, provincial administration and municipalities in Spain, is regulated by highly detailed laws which take into account the historical and socio-cultural qualities for each autonomous unit, not a single constitutional arrangement (Toksöz vd., 2009, s. 77-78). Also in Spain, which has been transformed into a kind of multinational federation after social consensus, the constitutional autonomy of all ethnic identities and cultures, including Basque separatism, from education to health, from law enforcement to finance, is an important element of the country's last forty years of growth.

Against the reductionist liberal view that political and administrative actions increasingly based on multiculturalism would naturally peter out identity-based demands and that this would result in a more commonplace democratic culture, guiding the political practices of Canada and many more Western federal states, recognition of ethnic and cultural identities at the political and legal level and being regarded as equally venerable is a more reasonable orientation to meet the demands for recognition, such as Quebec. In other words, it is possible to say that, despite all these democratic expansions in Canada, what keeps the nationalist vein in Quebec alive is the cultural and national identity, which is born into effortlessness and is seen as a solid basis for self-identity, and this constitutes the basis of the demand for dignity and recognition (Kymlicka, 1998, s. 148).

In Malaysia, various efforts have been made by the government to improve public services and effective governance since independence, and the role of the public sector in these efforts has been redefined as a new service agency or facilitator of effective governance from the traditional role of the regulator. All these efforts are noteworthy in that the principles of Islamic political theory or effective governance are compatible with the notions of Islamic Sharia, which are essential in executive, as well as the contribution of Islamic principles and principles in the production of notions such as good leadership and accountability (Ismail, 2011, s. 1972). In addition, the Malaysian experience, deriving the approach of coexistence and economic development from Islamic values and rules, is a serious antithesis to the popular view that Islam constitutes an obstacle to democratic and economic progress.

This study has attempted to make a comparative evaluation of the theoretical and practical applications of different countries and public administration approaches that try to bring living together-oriented attitudes in the context of this multilateralist and multidisciplinary approach, and it has attempted to explain the different approaches and practices of various actors with divergent socio-cultural and economic content. As a consequence, this study observes how, in Switzerland, Spain, Canada, and Malaysia, the differences in the role that federal public administration, public policy, and bureaucratic representation play in building a common life, and the representation and common public participation conventions of the political community shaped by social, cultural and economic diversity in structuring two or more constituents are tied in terms of the the policy-making process.

TÜRKİYE'DE SİYASAL AYRIŞMA VE MEDYA: 28 ŞUBAT SÜRECİNİN MERKEZ MEDYADA SUNUMUNUN ELEŞTİREL SÖYLEM ANALİZİ İLE ÇÖZÜMLENMESİ

Oğuzhan KOCA

Arş. Gör., Kırklareli Üniversitesi, Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Bölümü

oguzhan.koca@klu.edu.tr | ORCID: 0000-0002-8353-2760

Özet

Modern toplumlarda medyanın görevi devletin yasama-yürütme-yargı erkleri arasındaki çarpıklıkları ortaya koyan bir tür 'dördüncü güç' olmasına rağmen, Türkiye'de hemen tüm kurumlar gibi medya da genellikle devlet-eksenli bir seyir izlemiştir. 28 Şubat süreci de bu anlatılanların vuku bulduğu bir 'siyasal laboratuvar' olarak incelenmeye adaydır.

Bu çalışmanın amacı, 28 Şubat sürecinden hareketle Türkiye'de var olan toplumsal ayrışmayı medyanın ne ölçüde ve nasıl etkilediğini merkez-çevre ilişkileri ekseninde incelemektir. Çalışmada 28 Şubat 1997 tarihli Milli Güvenlik Kurulu toplantısını izleyen üç gün boyunca seçilen gazetelerin attığı manşetler eleştirel söylem analizi yöntemiyle incelenmiş ve bu yolla haberlerin ideolojik arka planındaki siyasal aktörler arası ilişkiler ortaya çıkarılmaya çalışılmıştır.

Anahtar kelimeler: siyasal ayrışma, eleştirel söylem analizi, merkez-çevre, sivil-asker ilişkileri, 28 Şubat süreci.

Bilgilendirme: Bu makale, 9-12 Mayıs 2018 tarihlerinde düzenlenen 7. Türkiye Lisansüstü Çalışmaları Kongresi'nde sözlü olarak sunulan metnin gözden geçirilmiş halidir.

POLITICAL DISINTEGRATION AND MEDIA IN TURKEY: THE ANALYSIS OF THE PRESENTATION OF FEBRUARY 28 PROCESS IN CENTER PRINTED PRESS

Abstract

Although the media is referred to as the fourth branch of government in modern societies, revealing irregularities among the three branches of government -legislature, executive and judiciary, it has been almost always under government control like all other institutions in Turkey. Similar to a political laboratory in which all the aforementioned have occurred, the February 28 Process faces us as a candidate waiting to be examined.

This study's aim is to examine how and to what extent the media has affected the social disintegration in Turkey, from periphery-center relations paradigm. In this study, the newspaper headlines in three days following the meeting of the National Security Council on February 28, 1997 have been examined by using the method of critical discourse analysis; and thus, it has been attempted to reveal relations among political actors behind the ideological structures of the news.

Keywords: political disintegration, critical discourse analysis, center-periphery, civil-military relations, the February 28 process.

Acknowledgement: This article is revised version of the text presented at the 7th Congress of Graduate Studies in Turkey in 9-12 May 2018.

Giriş

16. yüzyıldan itibaren yavaş yavaş padişahın gücünü ve otoritesini sınırlandırmaya başlayan kalemiye (bürokratlar) sınıfı, yüzyıllar geçtikçe Osmanlı toplumsal sisteminin merkezine oturmuştur. Ordu da süreç içinde toplumsal merkezin en önemli bileşenlerinden biri haline gelmiştir. Bu dönemden başlayarak toplumsal sistemin merkezinde bürokrasi kurumu, bürokrasinin düşünce dünyasının merkezinde ise ‘devleti kurtarma’ ve tali olarak da ‘toplumu dönüştürme’ nosyonu bulunmaktadır. Bu yüzden Osmanlı’dan başlayarak bugüne kadar oluş(turul)an neredeyse tüm toplumsal yapıların/kurumların çizgisinin devletin/toplumsal merkezin belirlediği paradigmadan uzaklaşmasına pek müsaade edilmemiştir.

Padişahın otoritesinin zayıflamaya başladığı yıllardan alarak Osmanlı/Türkiye siyasî tarihine biraz dikkatle bakan bir kişi, ilk olarak, Osmanlı döneminde başlayıp Cumhuriyet döneminde de giderek artan etkisiyle, toplumsal merkezin siyasal ve idarî alanlarda ne kadar söz sahibi olduğunu görebilecektir. Osmanlı Devleti’nin izlediği genel siyaset, fetihler ve toprak almalar devam ettiği ölçüde güçlü olmaktan geçtiği için, toprak kayıpları başladığı andan, yani devletin zayıflamaya başladığı ilk andan itibaren orduyu güçlü kılmak bir tür var oluş reçetesi olarak öne çıkmıştır. Bu maksatla modernleş(tir)me çalışmaları da ilk olarak ordu kurumundan başlatılmıştır. Yetiştirilmesi ve görevini yerine getirmesi esnasında kendisini devletin ve toplumunun yegâne kurtarıcısı olarak gören ordu mensupları da, doğal olarak, devlete ve fakat özellikle de topluma dönemin ruhuna göre istenilen şeklin verilmesinde her türlü gücü ve yetkiyi kullanmaktan imtina etmemişlerdir. Bu güç ve yetki zaman zaman askerî darbeler aracılığıyla, zaman zaman yargı erki üzerinden sivil siyasete müdahale aracılığıyla, zaman zaman da aşağıda inceleneceği üzere “postmodern” yöntemler aracılığıyla kullanılmıştır.

Devlet ile toplum arasındaki karşı karşıya gelmelerin kökenleri de yine Osmanlı döneminin toplumsal sisteminde aranabilir. Bugün yaşanan siyasal ayrışmanın da genel temellerini teşkil ettiğini iddia edilebilecek Osmanlı/Türkiye’de devlet-toplum ilişkileri, devleti kurtarma nosyonundan dolayı devletin her zaman topluma ve bireylere öncelendiği bir biçimde cereyan etmiştir. Bu doğrultuda devletin kontrolünü, elinde bulunduran merkezdeki elitler, toplumun değerlerinden ziyade kendi değerlerinin izinde ülkeye genel bir çerçeve çizmeye çalışmıştır. Bu çerçeveyi oluştururken ise toplumun değerlerini dikkate almadıkları gibi, hem devletin imkânlarından yararlanma noktasında toplumsal çevreyi göz önünde bulundurmamış hem de çevrenin elitler tarafından belirlenen çerçeve içinde hareket etmesini beklemiştir. İşte çok partili hayata geçildikten sonra daha fazla gün yüzüne çıkmaya başlayan devletçi elitler (merkez) ile geniş halk yığınları (çevre) arasında yaşanan Türkiye’deki toplumsal ve siyasal ayrışmanın kökeninde, kabaca bu türden bir ilişki yatmaktadır.

Siyaset, toplumda bir ayrışma kaynağı olarak daha çok iktidarın sahipliği/kullanımı noktasında kendini göstermektedir. Modern dönemlerde iktidarı ele geçirmek ve/veya iktidarda kalıcı olmak için az ya da çok bir toplumsal desteğe ihtiyaç duyulması, doğal olarak siyaset kurumu aracılığıyla toplumsal ayrışmanın ortaya çıkmasına da neden olmuştur (Tuncel, Göktolga, Karadağ, 2015). Bu açıdan, iktidar veya muhalefet olmak, toplumsal yaşamdaki pek çok faaliyeti etkileyecek bir ayrışmanın zeminini oluşturmaktadır. Türkiye bağlamında ise siyasetin bir tür var oluş mücadelesi olarak ortaya çıkması, onu toplumsal sistemde ayrışmaya kaynaklık eden başlıca öğelerden biri haline getirmektedir. Diğer bir deyişle, Türkiye’de siyaset büyük ölçüde “iktidarda olmak ya da olmamak” şeklinde, toplumsal ayrışmanın fay kırıklarını faal hale getirecek bir biçimde gerçekleşmektedir. Bu durum, özellikle 14 Mayıs 1950 seçimleri, 28 Şubat süreci gibi merkezin temsilcileri ile çevrenin temsilcilerinin siyasal alandaki sıcak karşılaşmalarında daha da görünür bir hale gelmektedir.

Tüm bu ‘devlet eksensizlik’, ‘devleti kurtarma’ ve ‘toplumu dönüştürme’ temalarının doğal bir uzantısı olarak, Türkiye’de birçok kurum gibi medya da büyük ölçüde ‘toplumsal merkez eksensiz’ bir seyir izlemek zorunda kalmıştır/bırakılmıştır. Özellikle Türkiye’de medyanın ortaya çıktığı ilk dönemlerde iktidarı büyük ölçüde elinde toplamış olan elitler, kendi merkezci paradigmalarının dışında muhalif yayın yapılmasına pek müsamaha göstermemişlerdir. Hatta daha ileriye giderek, Osmanlı’da medyanın ortaya çıkışı da (Takvim-i Vakayi, 1831) bizzat devletin faaliyetlerinin toplumsal çevrede, yani halk yığınlarında benimsetilmesi amacıyla, denilebilir. Bu, ilk gazetelerin finansmanının bizzat devlet hazinesinden yapılmasından, ilk gazetecilerin de ‘devlet memuru’ statüsünde çalışmış olmasından kolayca anlaşılabilir. Her ne kadar 28 Şubat sürecinde çıkan gazeteler devlet tarafından çıkarılıyor olmasalar ve gazeteciler de devlet memuru statüsünde çalışıyor olmasalar da, medyanın genel anlamda izlediği seyrin, ilk dönem merkez eksensiz yayınlardan çok farklı olmadığı, yalnızca manşetlerden bile rahatlıkla görülebilmektedir. Bu çalışmada da

yukarıda kabaca izi sürülen Türkiye'deki merkez-çevre eksenli siyasal ayrışmaya dönemin medyasının etkisi, Teun van Dijk'ın eleştirel söylem analizi yöntemiyle tartışılmaktadır. Dolayısıyla çalışmanın konusu'28 Şubat sürecinde merkez eksenli medyanın, yazılı metinlerinde toplumsal/siyasal aktörlere/kesimlere yönelik söylemleri'dir. Bu amaçla ilk olarak ilerleyen bölümde, Teun van Dijk'ın eleştirel söylem analizi yönteminden bahsedilmiştir. İkinci bölümde devlet-toplum ilişkileri bağlamında Türkiye'deki siyasal ayrışmanın tarihsel temelleri incelenmiş, üçüncü bölümde ise seçilen gazetelerin eleştirel söylem analizi yöntemiyle 28 Şubat sürecindeki ideolojik konumlanmaları, 28 Şubat 1997 tarihli Milli Güvenlik Kurulu (MGK) toplantısını izleyen üç gün boyunca yaptıkları yayınlar yoluyla araştırılmıştır ve ortaya konulmuştur.

1. Yöntem: Teun A. van Dijk'ın Eleştirel Söylem Analizi Modeli

Kitle iletişim araçlarının toplum üzerinde güçlü etkileri olduğuna yönelik genel bir kabul bulunur. İletişim alanında yapılan çalışmalar, bu alanın toplumsal gerçekliği inşa etmede yarattığı etki nedeniyle birden çok alanı kapsama özelliği taşımaktadır. Toplumsal birçok kurumu etkilemesi nedeniyle genelde iletişim, özelde de medya çalışmaları her zaman ilgi çekici olmuştur. Medyanın toplumsal kurumlar üzerinde olan etkisi konusunda ise bilhassa eleştirel çalışmalar, toplum ile ana akım söylem ve ideoloji arasında kurduğu bağ nedeniyle daha bir öne çıkmaktadır.

Eleştirel söylem analizi de bu noktadan yola çıkarak çok disiplinli bir yaklaşım benimsemiştir. Hollandalı dilbilimci Teun A. van Dijk'ın çerçevesini çizerek oluşturduğu eleştirel söylem analizi modeli, medyadaki yazılı haberi kültürel bir olgu olarak incelemektedir (van Dijk, 2007). Metnin üretildiği ve tüketildiği bağlamı son derece önemli bulan van Dijk "iletişimi gerçekleştiren kişi ve kurumların içinde bulunduğu toplumun farklı yönleriyle ele alınması gerektiğini" ileri sürmekte, bu maksatla tarihsel süreci de mutlaka göz önüne alarak, sosyo-ekonomik koşulların incelenmesi gerektiğini belirtmektedir (Dedeoğlu, 2013).

van Dijk, haberi bir 'söylem' türü olarak incelerken metinle ardalan bilgisi ve bağlamın ilişkisini vurgulayarak 'söylem biçimleri yoluyla iktidarın uygulanmasını' tartışmaktadır. Bu bağlamda van Dijk, söylem ve ideoloji arasında ilişki kurmakta, ideolojilerin oluşumu ve uygulanışına yönelik irdeleme yapılırken metinlerin sosyo-bilişsel ve tarihsel arka planıyla ilişkilendirilmesi gerektiğini vurgulamaktadır (van Dijk vd, 2015). Bu türden bir analiz, haberi toplumsal ve kurumsal pratiğin belli bir biçimi olarak değerlendirmekte, medyanın söylemini geniş bir sosyo-ekonomik ve kültürel çerçeveye ele almaktadır (van Dijk, 1988). Diğer bir deyişle amaç, metinsel anlam ile toplumsal bağlam arasında bir ilişki kurmaktır. Metin ile bağlam ilişkilendirilirken, iktidarın, söylem ve ideoloji yoluyla nasıl üretildiği ve yeniden üretildiği incelenmektedir. Bu haliyle varış noktası dilsel değil, toplumsal ve politik olandır (Büyükkantarcioglu, 2012).

van Dijk'ın eleştirel söylem analizi modelinin kuramsal temellerini Dedeoğlu şu ifadelerle ortaya koymuştur: "Basındaki haberlere yönelik çalışmalara yeni bir kuramsal çerçeve çizen bu yaklaşımın ana niteliği, haberi esas olarak bir metin ya da söylem türü olarak çözümlenmekte; metnin dilbilimsel nitelikleri, öyküsü, biçimi ve retorliğini kapsayan bu çözümlenme; haber söyleminin yapılarını birim veya kategorilerle karakterize ettiği çeşitli düzey ve boyutlarla incelemektedir. Bu düzeyler, mikro ve makro olmak üzere iki ana gruba ayrılmaktadır. Dilin kullanımı olarak görülen söylem, sözel iletişim ve etkileşim toplumsal düzenin mikro düzeyine aitken, toplumsal gruplar arasındaki iktidar ve tahakküm gibi terimler makro çözümlenme düzeyine ait olarak değerlendirilmektedir" (Dedeoğlu, 2013). Özetle van Dijk'ın eleştirel söylem analizi mikro ve makro yapılar olmak üzere iki farklı başlık altında değerlendirilmektedir. Mikro yapı düzeyinde sentaktik (söz dizimsel), uyum, sözcük ve retorik analizler yapılırken, makro yapı düzeyindeki analiz tematik ve şematik analiz olmak üzere kendi içinde iki alt gruba ayrılmaktadır. Bu çalışmada da hem söylem ve ideoloji arasında kurduğu bağ hem de söylemin arka planındaki iktidar ilişkilerini toplumsal bağlam seviyesinde yansıtması nedeniyle van Dijk'ın eleştirel söylem analizi kullanılmıştır. İlerleyen başlıkta modelin kullanılacağı döneme gelinceye kadar Türkiye'de siyasal ayrışmanın bir yönünü oluşturan merkez-çevre ilişkileri, tarihsel bir bağlamda incelenmiştir.

2. Kuramsal Arkaplan: Merkez-Çevre İlişkileri Bağlamında Türkiye'de Siyasal Ayrışmanın Tarihsel Kökenleri

Merkez-çevre yaklaşımı, Türkiye siyasetini açıklamak için siyaset bilimci-sosyolog Şerif Mardin tarafından 1960'lı yıllarda Türkiye'ye uyarlanmıştır. İngiliz bilimci Edward Shils tarafından ortaya atılan "merkez-çevre" yaklaşımı, bu yıllarda Mardin tarafından Türkiye siyasetini açıklamak için bir "anahtar" olarak kabul

edilmiş ve önerilmiştir.¹ Nitekim merkez-çevre yaklaşımını ortaya koyduğu makalesinde Mardin “her toplumun bir merkezi vardır” derken Shils’in yaklaşımını benimsemektedir. Burada merkezden kasıt, toplumu yönetenlerin tutum, değer, inanç ve sembollerine karşılık gelmekte (Shils, 2002), çevre ise merkezde devletin kontrolünü elinde bulunduran seçkinler tarafından yönetilen gruba ve bu grubun değer, inanç ve sembollerine karşılık gelmektedir. Merkez-çevre modelini Türkiye’ye uyarlayan Mardin’e göre (2013) ise “merkez, Osmanlı devletinin bir arada tutmayı başardığı merkezî bürokratik aygıtı olduğu kadar, bu devletin işlemlerini mümkün kılan meşrûiyetin özünü temsil eder. Çevre ise, geri kalan toplumsal alanla, merkezden ayrı yaşayan ve onunla ancak gevşek bir bütünleşme içinde olan kurumlara ve coğrafi alana işaret etmektedir.

Mardin’in hem merkez-çevre modelini öne sürdüğü makalesine kadar geçen süreçteki çalışmaları hem de daha sonraki çalışmaları, büyük ölçüde merkez-çevre yaklaşımına açılım ve derinlik katma çabası olarak da okunur veya bu çalışmalarda ana eksenin kalkış noktasını merkez-çevre yaklaşımının oluşturduğu ifade edilir. Öncesi ve sonrasındaki çalışmalar örneğin Türkiye’nin iktisadî geçmişi, toplumsal tabakalaşma, Batılılaşma, Atatürk ve devrimleri, Tanzimat, aydınlar gibi konularda yoğunlaşmakla beraber, çizdiği çerçeve ve ulaştığı hükümler itibarıyla merkez-çevre tartışmasının iddialarını taşımaktadır (Arlı, 2006). Bir örnek olarak Mardin (2013) “her toplumda, bir dereceye kadar, bir tarafta dünyanın kaç bucak olduğunu bilen şehirlilerin, karşı tarafta halkın kültürü görülür” derken yine merkezin ve çevrenin tutum ve değerleri arasındaki karşıtlığa vurgu yapar ve Osmanlı/Türk modernleşmesini bu bağlamda irdeler. Eserlerinde Shils, Parsons, Redfield, Eisenstadt, Gökalp gibi düşünürlerle yaptığı atıflar da bunun bir göstergesidir. Aşağıda, kökleri Osmanlı döneminin toplum ve devlet anlayışında yatan Türkiye’deki siyasal ayrışmanın merkez-çevre bağlamındaki incelemesi tarihsel bir okumayla yapılmıştır. Burada da görülecektir ki, 28 Şubat’a gelindiğinde merkezi temsil eden ordu ve etrafındaki kurumlar ile çevreyi temsil eden dönemin iktidar partisi arasındaki siyasal ayrışma, tarihselliği de bulunan bir merkez-çevre karşıtlığına dayanmaktadır.

16. yüzyılın ortalarına kadar Osmanlı Devleti’nde padişah gücün mutlak sahibidir ve bürokrasi ona ‘kul’ denen bir statüyle bağlıdır. Bürokrasiye girmenin yolları açık olmasına karşın bürokrasi grupları arasındaki rekabet, onları klasik dönemde padişaha karşı bir güç odağı haline getirmemiştir. Ekonomik anlamda ise bürokratlar gelirlerini yüksek seviyelerde tutabilecek kadar toprak sahibi olabilmiş ve ayrıca hiçbir vergi de ödememiştir. Ancak bu yüzyılın sonlarından itibaren merkez-çevre ilişkilerini daha net şekillendirecek bir gelişme yaşanmıştır. Tahıl fiyatlarında yaşanan artışla beraber devlet memurlarının gelirleri düşmeye başlayınca, bu grup, topraklarını terk etmeye başlamıştır. Onların terk ettiği topraklara ise yereldeki güç sahipleri yerleşmiştir. Bu dönemden sonra bürokrasi, merkezde yani yönetici sınıf arasında gücünü arttırmanın ve ekonomik anlamda artışa el koymanın farklı yöntemlerini aramaya başlamıştır (Keyder, 2015).

Topraklarını terk eden bürokratlar, gelirlerinin bu durumdan etkilenmemesi amacıyla ‘iltizam’ ismi verilen yeni bir tür vergilendirme yöntemi uygulamışlardır. Bu durum karşısında tarım yapan köylü, hem yereldeki toprak sahibine hem de merkezî yönetime karşı ayrı ayrı vergi ödediği için zor bir durumda kalmıştır. Bu durumda köylü, açıktan açığa devletin karşısına çıkmaya da, 17. yüzyılda gelişen ve 18. yüzyılda bürokrasinin karşısına bir güç olarak çıkan âyanı, yani bir çevre unsurunu desteklemiştir (Mardin, 2013). İltizam sisteminde ortaya çıkan mültezimler ise beklenenin aksine yerel eşrafın kontrolü altına girmiştir. Ayanlar, imkânlar el verdiği ölçüde sermaye birikimine devam etmiş ve yıllar geçtikçe bürokrasinin karşısına bir güç odağı olarak dikilmiştir. Gücü, kırsal kesimi aşarak önemli bir güç haline gelmiştir. İktidarın doğası ise bürokrasinin âyana iktidardan pay vermemesini gerektirmektedir. Güçleri dolayısıyla artık merkez tarafından hukukî olarak tanınacakları, yeniçerilere karşı kullanılacakları Senedi İttifak’a davet edilmişlerdir. İkinci Mahmut bu noktada önce yeniçerilere âyanları kaldırtmış, ardından da kendisi yeniçerileri kaldırmıştır. Böylece çatışmadan dolayı olarak galip çıkan bürokrasi, siyasal ve ekonomik anlamda karşısına çıkacak bir gücün/sınıfın önüne set çekmiştir (Karpaz, 2016). İnalçık’a göre, isimleri değişmiş olsa da âyanların ardılları, özel çıkarları ve dünya görüşleri nedeniyle Türk siyasal yaşamının altyapısını oluşturmuşlardır (İnalçık, 2009).

¹ Shils’in yaklaşımı için bkz. Shils, Edward, Merkez ve Çevre, *Türkiye Günlüğü*, Sayı 70, 2002. Shils’in yaklaşımının Türkiye bağlamında bir okuması için bkz. Gönenç, Levent, 2000’li Yıllarda Merkez-Çevre İlişkilerini Yeniden Düşünmek, *Toplum ve Bilim*, Sayı 105, 2006. Merkez-çevre yaklaşımının yetersiz kalabildiği bazı durumlar için bkz. Arlı, a.g.e.; Ateş, Kazım, Ulusal Kimlik İçinde Alevi-Yurttaş ve Merkez-Çevre Eksenini Yeniden Düşünmek, *Toplum ve Bilim*, Sayı 107, 2006.

Bu ‘merkezdeki seçkinler’ ve ‘çevreki halk’ ayrımının nedenleri üzerine düşünen Mardin, bunun sebeplerinden birinin, Osmanlı’daki “ara kurumların eksikliği” olduğunu belirtmiştir (2013). Bu hususa gelmeden, Robert Redfield, ‘kültür’ü iki ana kola ayırmıştır: küçük gelenek ve büyük gelenek (veya bu çalışma açısından birincisi çevre, ikincisi merkez). Bu ayrımı yaptıktan sonra Redfield, bu iki kültür kolunun her medeniyette en azından kısmen birbirinin içine girmesini sağlayan “kültür ara kurumları” veya “kültür araçları” olduğunu dile getirmiştir. Bu ayrımı kalkış noktası olarak kabul eden Mardin, Osmanlı toplumunun “iki kültürü” arasındaki kopukluğunun sebeplerini de bu ara kurumların yokluğunda aramıştır. Mardin’e göre (2013) “(...) Osmanlı İmparatorluğu 19. yüzyılın başında kültür bakımından “küçük” ve “büyük” geleneklerin bütünleşmedikleri bir durumdaydı. Aynı zamanda, imparatorluk, Batı’nın geçirmiş olduğu ve sosyal yapısını yeniden yoğuran “âyanlık” inkılâbı, pazar inkılâbı ve sanayi inkılâbı gibi önemli tarihsel gelişmelerden uzak kalmıştı. “Âyanlık inkılâbı” dediğim, Avrupa’da “etats” (...) adı verilen eşraf birliklerinin hakimiyetidir. Fransız ihtilalini bunlar başlatmıştır.” Yine Mardin’e göre bu ara kurumlar, merkez ile çevre arasında ortaya çıkan ayrılmaların doğurduğu kopuklukları giderir. Örneğin vatandaşlık kurumu, millî kültür gibi öğeleri de bunlara örnek olarak sayar ve O’na göre bu yapılar, merkez ile çevrenin sosyal ve iktisadî yapı parçalarının birbirine bağlanmasında önemli rol üstlenir (2013).

19. yüzyılın sonlarından itibaren, hâkim merkezî bürokrat kadro, yerel birimler üzerinde etkisini arttırmak ve karşısına çıkan yeni bir aktör olan ‘tüccar’ların gücünü dengeleyebilmek için yerel yönetimlerde bir dizi reform yapmış ve buraları küçük birimlere bölmüştür (Mardin, 2003). Bunda, 19. yüzyılın ortalarında açılmaya başlanan ve Batılı tarzda eğitim veren tıbbiye, harbiye ve mülkiye okullarından yetişen ‘mektepli’lerin (Jön Türklerin) etkisi de büyüktür (Mardin, 1995). Ancak bürokrasinin beklediğinin aksine, yerel eşrafın bu yönetim birimlerine girmesiyle tüccar orta sınıf, yerel ve merkezî yönetim üzerinde daha etkin bir hale gelmiştir. Yerel eşrafın siyaset sahnesindeki asıl etkisi ise 1876’daki anayasa ve parlamento reformu olmuştur. Bu durum, orta sınıfın aldığı mesafeyi göstermek bakımından önemlidir ancak yine de parlamentoda alınan kararlar, doğurduğu sonuçlar itibarıyla ya bürokrasinin ya da padişahın gücünü arttırmaktadır (Ayyıldız, 2016). 1908’li yıllara gelindiğinde ise eşraf, bir devrim yapabilecek değil ama yaptırabilecek güce ulaşmıştır. 1908 yılında ilan edilen 2. Meşrutiyet’i sağlayan bir grup subay gibi görünse de esas etkiyi eşrafın önderliğinde sokağa dökülen halk yapmıştır². Merkez ile çevre arasındaki boşluk, çatışma ve uyumsuzluk olarak en belirgin bir biçimde ise cumhuriyet dönemi ile birlikte görünürlük kazanmaya başlamıştır çünkü temel siyasal, sosyal, hukukî kurumlar yeniden bir yapılanmaya tabi tutulmaktadır (Arlı, 2006). Buraya kadar görüldüğü gibi, Osmanlı’da tabakalaşmanın doğrudan merkezdekiler ve çevredekiler şeklinde ayrışmasının temelinde, merkezin, merkeze karşı bir otorite oluşmasına müsaade etmek istememesi yatmaktadır. 14. yüzyıldan itibaren devlet, yönetim anlayışını güçlü bir merkezî devlet aygıtı üzerine oturttüğünden ve devletin devamlılığını birinci vazife telakki ettiğinden, bu vazifeye engel oluşturacak tüm birimlere karşı merkezci bir tampon yaratmış, bu da çevrenin söz sahibi olmasını engellemiştir (Karadağ ve Çiçek, 2015).

1923 Cumhuriyet devrimiyle beraber bürokrasi, Osmanlı bakiyesi olarak iktidarı elinde tutmaya devam etmiştir. ‘Kul sistemi’nin bozulmaya başlamasıyla ayrıcalıklı bir konum elde etmeye başlayan ve yüzyıllar içinde de bu konumunu sağlamlaştıran bürokrasi, bilindiğinin aksine gücünü Cumhuriyet’ten almamakta, Cumhuriyet ile beraber öncesinde elde ettiği gücü daha da meşrulaştırmaktadır. Bu meşrulaştırmanın temelinde ise egemenlik ve reformizm nosyonları yatmaktadır. Süreç içinde daha çok çevre ile özdeşleşmiş olan din kurumu, merkez ile çevrenin adeta sınır çizgisini oluşturmuştur. Egemenlik ve reformizmin arkasına sığınan bürokratik elitler, dışlayıcı ve katı bir laiklik anlayışıyla çevrenin elinde kalan tek kurumu da –çevreye göre- yıpratmaya başlamıştır. Bu, kısmen Jön Türkler ve İttihat ve Terakki dönemlerinde de yapılan bir uygulamaydı (Mardin, 2015) ancak bu dönemde bu anlayış daha kararlı bir seviyeye ulaşmıştır. Sistem, ideolojik olarak “devletin, her türlü kusuruna rağmen ülkeyi ortaçağ karanlığına geri götürmek isteyen dinci ve gericilerden koruduğu” tezi üzerine inşa edilmiştir. Ancak din, hâlâ çevreyi bir arada tutan kurum olmaya devam ettiğinden, bürokratik elitlerin bu kurumu reddi, toplum ile devletin birbirinden ayrılması sonucunu doğurmuştur (Mardin, 2011). Bunun üzerine bir de bireyleri her türlü mahallî köklerinden soyutlayacak tarzda bir ‘ulus yaratma’ projesi devreye girince, din, çevrenin sarılabileceği ve devlete karşı birleşebileceği yegâne unsur durumuna gelmiştir. Tüm bunlar yaşanırken ordu ise kendisini tamamen Atatürk ilke ve inkılâplarının toplumda yerleşmesine adanmıştır.

² Konuyla ilgili ayrıntılı bir araştırma için bkz. Kansu, Aykut, *1908 Devrimi*, İletişim Yayınları, İstanbul, 2017.

1950 seçimlerinin ise merkez-çevre ilişkileri bağlamında bir dönüm noktası olduğu söylenebilir. Çünkü bürokrasi, seçimli demokrasiye geçişle birlikte ilk kez halka dayanma ihtiyacı aramıştır³ (Keyder, 2015). 1946’da Demokrat Parti’nin (DP) kurulmasıyla beraber fakat daha da önemlisi 14 Mayıs 1950 seçimleriyle beraber geniş halk kitleleri, seçimden seçime de olsa seyirci olmaktan çıkarak birer aktör haline gelmiştir. Artık hem bürokratik elitler hem de onların muhalifleri olan siyasî elitler; işçi, köylü, esnaf, tüccar kesimlerin de taleplerini dikkate almak zorundadır (Karadağ ve Çiçek, 2015). Bunun ilk göstergesi de, herhangi bir talep olmamasına rağmen üzerinde çalışılmaya başlanan toprak reformu olmuştur. Toplumun hemen her grubundan kişilerin yer aldığı ve çevrenin temsilcisi olan dönemin muhalefeti DP ise iki temel meseleye yaslanıyordu. Birincisi, kontrol altındaki fiyatlardan, ürüne el koyan jandarmadan, ekonomik anlamdaki en ciddi amacı daha çok vergi toplamak olan dönemin bürokratik merkezinden kurtulmak isteyenler için bir ‘serbest piyasa’ savunusu yapmaktaydı. İkinci olarak da çevre, refahın kendi üzerinden sağlandığını, her türlü söylemle avutulduğunu ancak buna karşın ‘dinsel özgürlüğü’nü bile yaşayamadığını ileri sürüyordu (Mardin, 2003). İşte dönemin merkezinin ve çevresinin siyasal alandaki temsilcilerinin genel görüntüsü bu şekilde oluşmuştu. Nasıl Osmanlı Devleti’nde bir dönem eşraf ve köylü bürokrasiye karşı aynı kampta yer almışsa, bu kez de bürokratik merkezin temsil ettiği CHP’ye karşı duyulan hoşnutsuzluk işverenle işçinin, toprak sahibiyle topraksızın, çevreyi temsil eden DP’de birleşmesine yol açmıştı.

1950 seçimlerinde DP’nin gösterdiği başarı ve devam eden 10 yılda seçimleri ardı ardına kazanması, merkez ile çevrenin yakınlaşmasının sıcak temaslar doğurmasına ve bir eklemlenme sorununu ortaya çıkarmasına yol açmıştır. 27 Mayıs 1960 günü gerçekleştirilen askerî müdahaleye kadar geçen 10 yıl boyunca, kendisini merkezin, özellikle de ordunun göz hapsinde hisseden DP, icraatlarını bu dar siyaset alanında gerçekleştirmeye çalışmış, en fazla bürokratik elitlerin izin verdiği ölçüde istediği politikaları uygulamaya koyabilmiştir. Örneğin dış politika, eğitim, güvenlik, kültür gibi alanlarda bürokratik merkez, içeriğini kendisinin doldurduğu ve tanımladığı ‘muasır medeniyetler seviyesi’ gayesinin dışına taşacak cinsten uygulamalara bir şekilde ya müdahil olmuş ya da izin vermemiştir. Tek amacı çevreyi merkezden uzaklaştırmak olmasa da, askerî müdahalelerin toplumsal yapı ile olan ilişkisi, bu şekilde değerlendirilebilir.⁴ Bu bağlamda örneğin 28 Şubat’ın başlıca aktörlerine bakıldığında, merkezde –tek başına olmamakla beraber- orduyu, çevrede ise Anadolu kökenli sermaye grupları ile İslamî duyarlılığa ve geleneksel bir yaşam tarzına sahip kesimlerin desteklediği Necmettin Erbakan ve ekibinin Refah Partisi (RP) görülebilir.

Batı’da 1970’li, Türkiye’de de 1980’li yıllar ekonomide, toplumda, siyasette ve kültürde yeni sayfaların açıldığı, ciddi değişimlerin yaşandığı yıllar olmuştur. Ekonomik anlamda ulusal sermayelerin uluslar arası alanda dolaşıma çıkması, siyasal anlamda karar alıcılara ulusal hükümetlerin yanında farklı küresel örgütlenmelerin de dâhil olması, kültürel anlamda yerele özgü bir takım kodların evrensele taşınması ve en önemlisi, bireylerin atomizasyonunu ve standardizasyonunu öngören modernleşme düşüncesinin sorgulanarak ‘post-modern’ düşüncenin yayılması, tüm dünyada ve doğal olarak Türkiye’de toplumsal yapı üzerinde ciddi değişimler yaratmıştır.

Bu değişimlerin Türkiye’de yarattığı toplumsal etkilere bakılacak olursa, ilk olarak ekonomi başta olmak üzere dünyaya açılan Türkiye’deki -merkeze yakın veya çevreye yakın fark etmeksizin- sermaye gruplarının, güçlenen sermaye birikimleri sayesinde taleplerini siyasal sisteme daha doğrudan ve açık bir biçimde ileterek daha etkin bir baskı grubu oluşturmaya başladığı görülebilir. İkinci değişim ise –ki bu değişim, 1990’lı yıllarda ekonomik ve siyasal davranışları da belirleyici güçte olmuştur- kültürel anlamdadır. Bu dönemde tüm dünyaya dalga dalga yayılan ‘kimlik’ olgusu, Türkiye’de de toplum üzerinde etkisini göstermiş, toplumsal kesimler geleneksel olarak sağ ve sol partilerden ziyade artık kendi kimliklerinin siyasal alana yansımaları amacıyla ‘İslamî’ ve ‘Kürt’ kesimlere yaslanan partileri de karar alıcılar arasına taşımaya çalışmıştır (Bayramoğlu, 2007). Nitekim 28 Şubat bağlamında 1994 yerel seçimlerinde RP’nin ülke çapında 300’den fazla belediyede iktidara gelmesi ve sadece bir yıl sonra, 1995 genel seçimlerinde de %21 oyla birinci parti olması, bu düşünceleri doğrular niteliktedir.

³ Türkiye’de geleneksel merkez olarak adlandırılan grupların temsilcilerinin son yıllarda girdiği toplumsal taban arayışı krizi için bkz. Tuncel, Gökhan ve Gündoğmuş, Bekir, Türkiye Siyasetinde Merkez-Çevrenin Dönüşümü ve Geleneksel Merkezin Konumlanma Sorunu, *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 14/3, 2012.

⁴ Merkez-çevre ilişkileri yaklaşımının Türkiye siyaseti bağlamında ayrıntılı bir tarihsel okuması için bkz. Sunay, Cengiz, Türk Siyasetinde Merkez-Çevre İlişkilerinin Gizli Kronolojisi-I, *Yerel Siyaset*, 28/3, 2008; Sunay, Cengiz, Türk Siyasetinde Merkez-Çevre İlişkilerinin Gizli Kronolojisi-II, *Yerel Siyaset*, 29/3, 2008.

Buna paralel olarak 28 Şubat sürecine giden dönemde toplumsal ayrışmanın yapısal nedenlerini yansıtmaması bakımından Bayramoğlu'nun aşağıdaki tespiti açıklayıcıdır. 28 Şubat'a giden yolun toplumsal ve siyasal çözümlenmelerini yaptığı çalışmasında Bayramoğlu, 1990'lı yıllar Türkiye'sini daha önceki dönemlerden ayıran dört özellikten bahseder. Buna göre;

"1. Her şeyden önce toplumsal talepler nitelik ve yön değiştirmişlerdir. Bugün insanlar taleplerini sadece işçi-işveren olmalarına göre değil Kürt, İslamcı, laik, kentli, gecekondu olmalarına göre ifade etmektedirler. Hatta kültürel talepler, ekonomik talepleri taşır hale gelmiştir. 2. Türkiye bir temsil krizinin içine düşmüştür. Kriz, merkez sağ ve sol partilerin değişen toplumsal talepleri aşırı yerel eğilimler olarak algılamaları ve dışlamalarıyla ortaya çıkmıştır. Merkez partiler, temsil ve örgüt bazında yenilenme yerine, marjında yer aldıkları devlet çeperinin içine doğru çekilmeyi tercih etmişlerdir. 3. Değişen talepler ve yaşanan kriz, devlet-toplum çatışmasını hızlandırdığı ölçüde toplumsal gruplar arasında da yoğun bir çatışma haline yol açmıştır. Başka bir deyişle, toplumsal grupları birbirine bağlayan bağlar zayıflamaya başlamış, toplumsal bağların zayıflaması da toplumsal grupları kendi kimliği içine kapanmaya itmiştir. 4. Toplumsal grupların kendi içlerine kapanması demek, gruplar ve bireyler arası ilişkilerde uzlaşılabilir çıkarların devreden çıkması, uzlaşması çok zor inançlarının ve kimlik taleplerinin devreye girmesi demektir. Bugün [1995 yılında] her kesim, kendi yaşam tarzı ve görüşü çerçevesinde ortak yaşam sahaslarını belirleme kavgası vermekte ve kendisine benzemeyeni dışlamaktadır. Bu durum hem cemaatlerin önem kazanmalarının hem de kültürel bir totalitarizm atmosferinin varlığının göstergesidir." (Bayramoğlu, 2007)

3. Eleştirel Söylem Analizi Yöntemiyle 28 Şubat Sürecinde Medyanın Siyasal Ayrışmaya Etkisi

28 Şubat süreci ile ilgili tartışmalar bunun bir askerî müdahale mi olduğu yoksa anayasal kurumlar ve demokratik yöntemler içinde gerçekleşen bir çeşit iktidar mücadelesi mi olduğundan, sürecin toplumsal, siyasal, ekonomik, kültürel vs. arka planında yer alan dinamiklere; sürecin ne zaman başlayıp ne zaman bittiğinden, sürecin başlıca aktörlerine kadar geniş bir yelpazede yapılmaktadır. Çok boyutlu bir dönem olarak düşünülebilecek olan 28 Şubat sürecinde medyanın konumu de her zaman tartışmaya açık olmuştur. Eleştirenler, dönemin ana akım medya mensuplarının muktedir olanlarla birlikte hareket ettiğini ve onların sözcülüğünü yaptığını dile getirirken, savunular ise medyanın o dönemde yalnızca 'meydana gelen olayları aktardığını' belirtmektedirler. Medyanın pozisyonu her ne olursa olsun şu bilinmektedir ki, medyada yer alan yazılı haber metinleri egemen bir söylemden ve bu söylemi yaratan ideolojiden hiçbir zaman bağımsız olmamıştır. Bu, iktidara yakın veya uzak tüm medya kurumları için geçerlidir.

Tahmin edilebileceği üzere, 28 Şubat süreci boyunca yazılı basında yer alan tüm haberlerin analizini yapmaya bu türden bir çalışmanın kapsamı yetmez. Bundan dolayı dönemin yazılı basın evreninden bir örneklem seçilmesi zorunludur. Bu amaçla da barındırdığı söylemdeki ideolojik arka planı daha rahat ortaya koyması açısından *Cumhuriyet* ve *Hürriyet* gazeteleri örneklem olarak seçilmiştir. Bu seçimde, *Cumhuriyet* gazetesinin sahip olduğu ideolojik pozisyonu, *Hürriyet* gazetesinin ise bağlı olduğu sermaye grubunun iktidar(lar)la olan etkileşimi belirleyici olmuştur. Bu iki gazetenin, 28 Şubat sürecine de ismini veren 28 Şubat 1997 tarihli kritik MGK toplantısını izleyen üç günlük (1, 2 ve 3 Mart 1997 tarihli) yayınlarının yalnızca birinci sayfaları incelenmiştir.

3.1 Makro Yapı

3.1.1. Tematik Analiz

Haberin ana fikrini veren tematik yapı, enformasyon eksiltimi, kurgulama ve genelleştirme şeklinde üç aşamalı bir şekilde oluşturulmakta, bu şekilde okuyucu için uzun bir metin kısaltılmakta ve özetlenmektedir (Doruk, 2013). Tematik yapıda analiz; başlıklar, haber girişi, spotlar, haber metninin ilk paragrafı ya da ilk cümlesi üzerinden yapılmaktadır.

3.1.1.1. Manşetler

İncelenmiş olan manşetler şu şekildedir;

1. Muhtıra gibi tavsiye (*Cumhuriyet*, 1 Mart)
2. Hükümete 2. bildiri (*Cumhuriyet*, 2 Mart)
3. Şeriatçı eğitim dorukta (*Cumhuriyet*, 3 Mart)
4. Tarihi karar (*Hürriyet*, 1 Mart)
5. Hoca direniyor (*Hürriyet*, 3 Mart)

Kritik 28 Şubat MGK toplantısını takip eden üç günde atılan manşetlere bakıldığında, *Cumhuriyet* gazetesi 1 Mart günü için manşette ‘muhtıra’ kelimesini kullanmayı tercih etmiştir. Burada, demokratik bir rejimde ordu kurumunun durması gereken noktayı hatırlatmaktan ziyade ‘*muhtıra gibi tavsiye*’ manşetiyle daha önce Türkiye’de gerçekleşen muhtıralar okuyucunun aklına getirilmek istenmiş, ordunun da bu ‘muhtıra gibi’ tavsiye niteliğindeki MGK kararları ile –tıpkı 12 Mart muhtırasında Adalet Partisi’nin hükümetten düşürüldüğü gibi- RP’yi düşürmek amacıyla olduğu örtük olarak belirtilmek istenmiştir.

MGK toplantısının ardından dönemin başbakanı ve RP genel başkanı Necmettin Erbakan, toplantıda alınan kararları hemen imzalamamış, üzerinde bir süre düşüneceğini açıklamıştır. Bunun üzerine ordu, MGK toplantısından bir gün sonra dönemin hükümet ortağı olan partinin (Doğru Yol Partisi-DYP) genel başkanı Tansu Çiller’e ‘kararlara aynen uyulması’ gerektiğini belirten bir yazı yollamıştır. *Cumhuriyet* gazetesi de bu yazıyı 2 Mart günü ‘*hükümete 2. bildiri*’ manşetiyle okuyucuya duyurmayı tercih etmiştir. Burada da ‘bildiri’ kelimesi kullanılarak 28 Şubat günü yapılan MGK toplantısında kaleme alınan bildiri okuyucuya hatırlatılmak istenmiştir.

3 Mart günü ise *Cumhuriyet* gazetesi, RP’nin geçirdiği sıkıntılı günleri fırsat bilerek, gündemle alakası bile olmayan ‘eğitim’ meselesini manşetine taşımıştır. Yalnızca eğitim konusunun tercih edilmesi bile haber metninin, hazırlanış aşamasındaki ideolojik konumlanmasını göstermesi açısından yeterlidir. ‘*Şeriatçı eğitim dorukta*’ manşetinin üstünde yer alan ‘*Milli Güvenlik Kurulu’nun köktendinci akımlar uyarısı rakamları doğruluyor*’ üst başlığında, 28 Şubat günü MGK toplantısı sonunda yazılan 18 maddelik bildiriye yer alan eğitim meselesi birden bire gündemin ana maddesi haline gelmiştir. *Hürriyet* gazetesi ise en azından manşetler konusunda *Cumhuriyet* gazetesine göre biraz daha medyanın demokrasilerdeki ideal konumunu hatırlamış gibidir. 28 Şubat günü gerçekleştirilen toplantıyı manşetinde ‘*Tarihi karar*’ şeklinde duyuran *Hürriyet*, 3 Mart günü ise başbakan Erbakan’ın bildiriye hemen imzalamak istememesi hususunu ‘*Hoca direniyor*’ manşetiyle duyurmuştur.

Neticede itibariyle *Cumhuriyet* gazetesi RP’yi daha doğrudan hedef alan manşetler tercih ederken *Hürriyet gazetesi* daha ılımlı söylemler kullanmıştır. Ancak ideolojik açıdan her ikisi de ordunun yaptığının demokratik bir ülkede olmaması gereken bir durum olduğunu belirten ifadeler kullanmaktan en azından manşetler düzeyinde kaçınmışlardır.

3.1.1.2. Üst Başlıklar

İncelenmiş olan üst başlıklar ise şu şekildedir:

1. MGK’nin 9 saatlik toplantısında özellikle şeriat girişimlerine karşı çıkılması istendi (*Cumhuriyet*, 1 Mart)
2. MGK, uygulanmasını istediği kararları Erbakan ve Çiller’e iletti (*Cumhuriyet*, 2 Mart)
3. Milli Güvenlik Kurulu’nun köktendinci akımlar uyarısını rakamlar doğruluyor (*Cumhuriyet*, 3 Mart)
4. Genelkurmay, hükümetin uygulamalarını yakından izlemekte kararlı (*Cumhuriyet*, 3 Mart)
5. Genelkurmay Genel Sekreteri ‘Ordu ile uyum içindeyiz’ diyen Erbakan’a, ‘Ordu, Atatürk’e inananlarla uyum içindedir’ yanıtını verdi (*Hürriyet*, 3 Mart)

Enformasyon eksiltimi açısından bakıldığında, başlıklarda eksiltmeler yapıldığı pek söylenemez ancak haber metninin söylemiyle arkasında yatan ideoloji açısından değerlendirildiğinde önemli bulgulara rastlanır. Birinci başlığa bakıldığında ‘*şeriatçı girişimler*’ ifadesiyle RP’nin tabanına gönderme yapılmakta, RP’ye yakın medya mensubu, iş adamı, memur, sivil toplum gönüllüleri, parti destekçileri gibi herkes toptancı bir şekilde ‘şeriatçı’ damgasıyla ötekileştirilmekte ve ‘şeriatçı olmayanlar’dan ayrıştırılmaktadır. Cümle yapısı itibariyle de ‘şeriatçı girişimlere’ karşı çıkılmasını isteyen ordudur. Burada da yine başbakanlığa, yani seçilmiş meşru bir hükümete bağlı hareket etmesi gereken bir kurumun, emir alması gereken birime emir vermesi durumunu sorgulamak yerine bunun aksinin gerçekleşmiş olması, başlıktan anlaşıldığı kadarıyla gazetenin ideolojik/siyasal duruşuna koşut bir durum olarak görülmektedir.

Birinci başlıktaki ‘*şeriatçı girişimler*’ ayrıştırmasına benzer bir diğer toplumsal/siyasal ayrışma söylemi de üçüncü başlıkta ‘*köktendinci akımlar*’ ifadesiyle yapılmıştır, denilebilir. ‘*Köktendinci akımlar*’ söylemiyle de yine RP’ye yakın kesimlerin dünya görüşlerine göndermede bulunulmuş, bu haliyle de olumsuz ve dışlayıcı bir nitelikte haber metninde yerini almıştır. Bu başlıkta yapılan vurgu eğitime yöneliktir ve özellikle o günkü ‘*şeriatçı eğitim dorukta*’ manşetiyle birlikte düşünüldüğünde, gazetenin tercih ettiği üslup ile ideolojisi

arasındaki ilişki daha kolay anlaşılabilir. Aynı sayıda yer alan ve genelkurmayın ağzından tırnak içinde '*bildirinin takipçisiyiz*' sürmanşetinin üzerinde yer alan dördüncü sıradaki üst başlık da yine dikkat çekicidir.

Beşinci başlıkta ise *Hürriyet* gazetesinin 3 Mart günü '*sürpriz çıkış*' başlığıyla yaptığı yayının üst başlığı görülmektedir. Belki ideolojik açıdan *Cumhuriyet* gazetesi ile karşılaştırıldığında daha yumuşak manşetler ve başlıklar kullandığı ileri sürülebilir ancak *Hürriyet* gazetesinin aşağıda da takip edileceği üzere yaptığı yayınlar, ideolojik açıdan merkez paradigmayla oldukça uyum içindedir ve genellikle 'gerilimi yükseltici' tarzda söylemler tercih edilmektedir. Yayınlar büyük ölçüde 'ordu/merkez yanlısı'dır ve ordunun attığı tüm bu adımların uygar bir demokraside yeri olup olmadığına *Hürriyet* gazetesinde pek bakılmaz. Bu, üst düzey bir ordu mensubunun seçilmiş meşru bir başbakana verdiği cevabı okuyucuya ileten dördüncü başlıkta da kolayca görülmekte, kullanılan söylem hem gerilimi tırmandırıcı hem de merkez paradigmaya paralel ideolojik bir niteliktedir.

3.1.1.3. Spotlar/Haber Girişleri

Eleştirel söylem analizinde önce spotlara, spotun olmadığı durumlarda ise haber girişlerine bakılır. Haber girişleri, haber metnini özetleyen ve ana olayı aktaran ilk cümlelerdir. Buralardaki söylemler de barındırdıkları ideolojik arka planla incelenmeye değerdir.

Hürriyet gazetesi 1 Mart günü spotta '*Milli Güvenlik Kurulu'nun 9 saatlik toplantısında Atatürk ilke ve inkılâplarının ödünsüz uygulanması kararı verildi*' cümlesini birinci sayfaya taşımıştır. Burada çalışma açısından incelenmeye değer olan, cümlenin sonunda yer alan '*kararı verildi*' ifadesidir. Hukukî açıdan bakıldığında, MGK toplantılarının sonunda kaleme alınan maddeler hükümete tavsiye niteliğindedir ve dolayısıyla başbakan imzalayana kadar hukukî anlamda ortada alınmış bir 'karar' olduğu söylenemez. 28 Şubat günü yapılan MGK toplantısının ardından kaleme alınan 18 maddelik tavsiye niteliğindeki yazı da esasen alınmış bir karar olmayıp yalnızca MGK üyelerinin başbakana ilettiği tavsiye niteliğindeki maddelerdir. Yukarıda da ifade edildiği gibi, başbakan Necmettin Erbakan da bu tavsiye niteliğindeki maddeleri hemen imzalamamış, önce kendi partisiyle ve hükümet ortağı olan DYP ile maddeleri görüşmek istemiştir. Ancak *Hürriyet* gazetesi, kendisine muhatap olarak bu hukukî gerçeği değil, paradigmasına uygun hareket ettiği orduyu almış ve adeta bu söylemiyle, başbakanın bunu görüşmesine aslında pek gerek olmadığını veya görüşse bile kendisi için önemli olanın ordunun söyledikleri olduğunu açıkça dile getirmiştir. Diğer bir deyişle, başbakan Erbakan bildiriye imzalarsa da imzalamasa da 'karar verilmiştir'. 3 Mart günü de *Hürriyet* gazetesi, dönemin cumhurbaşkanı Süleyman Demirel ile yaptığı röportajda, Demirel'in kullandığı '*Erbakan kararları imzalamasa da olur*' ifadesini birinci sayfadan vererek, ideolojik açıdan konumlandığı noktayı açıkça belli etmiş ve analiz edilen son önermeye paralel bir ifade kullanmıştır.

Cumhuriyet gazetesi ise daha keskin ideolojik söylemlere sahiptir. 1 Mart günü '*muhtıra gibi tavsiye*' manşetiyle okuyucusuna duyurduğu haberin açıklamasında giriş cümlesi olarak '*RP'nin, ortağı DYP'nin ödün veren tutumundan da yararlanarak laik rejimi hedef alan girişimleri nedeniyle gergin bir ortamda yapılan MGK, son yılların en uzun toplantısını yaptı.*' ifadesine yer vermiştir. Bu cümlede MGK'ya yapılan niteleme, oldukça ideolojik bir söylemi de barındırmaktadır. 'MGK, son yılların en uzun toplantısını yaptı.' demek yerine '*RP'nin, ortağı DYP'nin ödün veren tutumundan da yararlanarak laik rejimi hedef alan girişimleri nedeniyle gergin bir ortamda yapılan MGK*' nitelemesiyle, daha habere girişten itibaren okuyucuda ideolojik bir arka plan yaratmak, okuyucunun haberin devamını 'buna göre' okuması istenmiştir. Haberin devamında da 'MGK'ya geç kalan Erbakan' gibi sade bir ifade yerine '*...Cuma namazı kıldıktan sonra MGK'ya geç kalan Erbakan...*' ifadesi kullanılmış, böylece, amacın yalnızca haberi aktarmak olmadığı, okuyucuda ideolojik bir inşa da gerçekleştirilmek istenmiştir.

3.1.1.4. Fotoğraflar

Makro yapı içinde yer alan fotoğraflar, haber anlatısındaki tematik yapının bir unsuru olarak ele alınmaktadır. *Cumhuriyet* gazetesinin 1 Mart tarihli yayınının birinci sayfasında '*muhtıra gibi tavsiye*' manşetinin altında verilen fotoğrafta 28 Şubat MGK toplantısından bir kare (Görsel-1) yer almaktadır.

Görsel 1



Karede dönemin Genelkurmay komuta kademesinden üst düzey beş komutan bulunurken, fotoğraf çekildikleri anda kendi aralarında konuşurken gülmüşedikleri görülmektedir. Böylesine önemli bir toplantı sonrası toplantıya katılanların tamamının görüldüğü fotoğraflar da bulunduğu halde yalnızca beş üst düzey komutanın yer aldığı bir karenin koyulması, bu karede de komutanların çoğunun gülüyor olmaları hem toplantının hem de gazetenin temasını ortaya koyar niteliktedir. Yine *Cumhuriyet* gazetesinden devam edilecek olursa, 2 Mart günü ‘*hükümete 2. bildiri*’ manşetiyle çıkan yayında, ‘*dinci siyasete denetleme*’ sürmanşetinin altına koyulan fotoğrafta, Erbakan-Çiller görüşmesinden bir görüntü bulunmaktadır. Burada da Erbakan’ın Tansu Çiller’e bir açıklama yaptığı ve konuşurken terlediği bir fotoğrafının koyulması gazetenin ideolojik konumlanmasıyla paraleldir.

Hürriyet gazetesi ise ‘*tarihi karar*’ manşetiyle yayınladığı 1 Mart günü çıkan gazetesinin ilk sayfasında biri büyük(Görsel-2) biri küçük (Görsel-3) olmak üzere iki fotoğraf kullanmıştır. Büyük olan fotoğrafta dönemin Genelkurmay Başkanı İsmail Hakkı Karadayı, Kara Kuvvetleri Komutanı Hikmet Köksal ve Deniz Kuvvetleri Komutanı Güven Erkaya bulunmaktadır. Fotoğrafta, Köksal ve Erkaya’nın birbirlerine toplantıya yanlarında getirdikleri büyük çantalarından bazı belgeler çıkarıp verdiği görülmekte, Karadayı’nın ise masanın karşısında oturan Erbakan ve Çiller’i gözlemlediği görülmektedir.

Görsel 2



Küçük olan fotoğrafta ise Erbakan-Çiller görüşmesinden bir kare yer almaktadır. Fotoğraf tercih edilirken özellikle Erbakan’ın yüz ifadesinin kaygılı, endişeli olduğu bir fotoğraf koyulmasına dikkat edilmiş gibidir.

Zaten fotoğrafların altında yer alan kısa, bilgilendirici cümlelerde sürekli olarak 'Erbakan rahat görünmeye çalıştı, Erbakan gülümsemeye çalıştı, basınla ve MGK üyeleri ile rahat tavırlarla iletişime geçmeye çalıştı' şeklinde, okuyucuda aslında rahat olmadığı izlenimini uyandıracak söylemler kullanılmıştır.

Görsel 3



Sonuç itibariyle gazetelerde yer alan fotoğrafların yalnızca dönemin gergin havasını yansıtmakla kalmadığı, aynı zamanda fotoğraflar tercih edilirken ordunun imajının ve baskın oluşunun ön plana çıkarıldığı, başta Erbakan olmak üzere sivillerin ise daha olumsuz yüz ifadelerinin bulunduğu fotoğraflar tercih edilmeye çalışılmıştır. Bu haliyle de fotoğraflar merkez-çevre temasını yansıtır, denilebilir.

3.1.2. Şematik Analiz

Şematik analiz, durum ve yorum olmak üzere iki bölümde incelenmektedir. Durum bölümünde haber ana olayının sunumu ve sonuçlar, yorum bölümünde ardalın ve bağlam bilgisi çerçevesinde değerlendirme yapılmaktadır (Doruk, 2013).

3.1.2.1. Ana Olayın Sunumu ve Sonuçlar

Cumhuriyet ve *Hürriyet* gazetelerinde incelenen haberlerde metinler 'RP'nin Atatürk ilkeleri ama özellikle de laiklik karşıtı söz ve eylemlerinin 28 Şubat MGK toplantısının gergin geçmesine yol açtığı' ana olayı üzerine kurgulanmıştır. 3 günlük yayının birinci sayfalarına bakıldığında *Cumhuriyet*, şeriatçı ve anti-laik tabanı/hareketleri ana olay olarak sunarken *Hürriyet* daha ziyade imalı ve örtük olarak bu toplantının gerçekleşmesini çeşitli alıntılarla 'kaçınılmaz bir son' olarak tasvir etmektedir.

Teun A. van Dijk, neyin haber olarak seçileceği incelenirken, olayın doğurduğu sonuçlara odaklanıldığını, haberi yapılacak olan olayın, sonuçlarının yarattığı etkiye göre tercih edildiğini belirtir. Yapılan analizde gazetelerin, ideolojik olarak konumlandıkları noktadan 28 Şubat MGK toplantısına bakarken ve haber metinlerini hazırlarken, şu sürece vesonuca göre hareket ettikleri gözlenmiştir: *RP'liler, seçimlerden birinci çıktığı günden itibaren rejimin hassasiyetlerini dikkate almamış, ordunun şimşeklerini hep üzerine çekmiş, ordunun zaman zaman gösterdiği tepki dolu açıklamalara rağmen onları ciddiye almamış, süreç boyunca gerginliği bile isteye tırmandırmış ve nihayetinde 28 Şubat MGK toplantısının gerçekleşmesine yol açmıştır.* Örneğin *Hürriyet* gazetesi 1 Mart tarihli yayınında 'toplantı sonunda yayınlanan bildirinin özeti şu oldu: laik rejim bütün kurumlarıyla korunacak...' ifadesine spotun altında yer vermiş ve toplantının kendisi için taşıdığı önemi/sonucu bu şekilde duyurmuştur.

Cumhuriyet gazetesi ise 1 Mart günü 'muhtıra gibi tavsiye' manşetinin altında, haber metninde, şu sonuç cümlesine yer vermiştir: 'bildiride, "anayasa ve cumhuriyet yasalarının uygulanmasından asla taviz verilmeyeceği, laikliğin sadece rejimin değil demokrasinin de güvencesi olduğu, çağdışı uygulamaların hukukun üstünlüğü ile bağdaşmayacağı" vurgulandı.' Görüldüğü üzere her iki gazete de hem ana olayın sunumu hem

de doğurduğu sonuçlar hakkında birbirine yakın söylemlere yer vermekte, nedenler itibariyle RP’nin söz ve eylemlerini, sonuçlar itibariyle ise ordunun söz ve eylemlerini kendilerine dayanak noktası olarak kabul etmektedirler.

3.1.2.2. Ardalan ve Bağlam Bilgileri

vanDijk’a göre ardalan bilgisi olayların sosyal ve politik yönüdür, yapısal ve tarihseldir (Özer, 2001a). Haberlerin ardalan bilgisine baktığımızda, 1 Mart gününün yayınında Cumhuriyet gazetesi tarafından atılan *‘muhtıra gibi tavsiye’* manşetinde geçen *‘muhtıra’* kelimesi, doğrudan 12 Mart 1971 günü ordunun seçilmiş meşru hükümete vererek istifa ettirdiği muhtırayı hatırlatmakta ve haberin ardalan bilgisini oluşturmaktadır. Bir gün önce yapılan MGK toplantısının okuyucu tarafından bu bağlamda değerlendirilmesi istenmektedir. Yine *Cumhuriyet* gazetesinin 1 Mart günü çıkardığı yayının birinci sayfasında, sağ üst köşede *‘İran’la restleşme sürüyor’* başlığıyla verilen haberde, 31 Aralık 1996 günü, yani yaklaşık bir ay kadar önce RP’li Sincan Belediyesi tarafından düzenlenen Kudüs gecesinde konuşan İran büyükelçisinin cihat çağrıları sonucunda, Türkiye’nin İran büyükelçisini personanongrata (istenmeyen adam) ilan etmesi, bu sayfanın ardalanı olarak değerlendirilebilir. Ülke demokrasisi açısından böylesine sorunlu bir toplantıdan sonra bu konunun birinci sayfadan gündeme getirilmesi önemlidir. 3 Mart günü *Cumhuriyet* gazetesi tarafından çıkarılan gazetenin birinci sayfasında da *‘Demirel’in mesajı İran’a iletiliyor’* başlığıyla yazılan haberde yine bu olaya göndermede bulunulmuştur. Bu konuyla ilgili yazılan diğer haberlerde de ülkede şeriatçı gelişmelerin giderek arttığı, ordunun da bu hususta gerekeni yapmakta olduğu veya yapması gerektiği anlayışı hâkimdir. Dolayısıyla *Cumhuriyet* gazetesinin üç günlük yayımlarında 28 Şubat MGK toplantısının ardalan bilgisini Sincan Belediyesi tarafından düzenlenen Kudüs gecesi ile İran büyükelçisinin İslamî cihat yanlısı açıklamaları oluşturmaktadır ve bu haberlerin okuyucu tarafından merkez (ordu)-çevre (RP) ilişkileri bağlamında okunması istenmektedir.

Hürriyet gazetesinde ise ardalan bilgisine fazla rastlanmamıştır. Ancak *Hürriyet* gazetesi haber metinlerinin okuyucu tarafından ‘ordu yapması gerekeni yaptı’ ön yorumuyla okunmasına yönelik çaba göstermiştir. Örneğin 1 Mart günü birinci sayfasında çeşitli yerlerde ve sık sık *‘yoksa yaptırım gelir, darbe tartışmaları gündemden çıkarılacak, dış dünyaya güvence, paşalar çantalarla geldi, metni değiştirmeye izin verilmedi’* şeklinde söylemlere yer vermiştir. Bir başka örnek olarak yine 1 Mart günü *‘İşte MGK’dan çıkan belge’* başlığıyla, 28 Şubat MGK toplantısını yorumladığı yazının başında *Hürriyet* gazetesi, giriş cümlesi olarak *‘Toplantıda bilhassa Anayasa ile Atatürk milliyetçiliğine bağlı demokratik, laik ve sosyal hukuk devleti olarak belirlenen Türkiye Cumhuriyeti Devleti’ne karşı çağdışı bir kisve altında zemin oluşturmaya yönelik rejim aleyhtarı faaliyetler gözden geçirildi.’* ifadesine yer verilmiş, haberin devamında da toplantı yorumlanırken ordunun bu bildirisinin demokratik açıdan taşıdığı nitelik değerlendirilmemiş, aksine ordunun bu yaptığını benimseyen ve olgunlukla karşılayan bir söylem kurulmuştur. Burada *‘çağdışı bir kisve altında zemin oluşturmaya yönelik rejim aleyhtarı faaliyetler’* ile kastedilen, doğrudan RP’li yöneticiler ve toplumsal kesimlerdir; ordu ise üstüne düşen vazifeyi yerine getirerek bunları ‘gözden geçirmiş’ ve ‘rejimi korumuş’tur: Denilebilir ki *Hürriyet*, yazdığı haber metinlerinin bu ideolojik konumlanma ve söylem ışığında okunmasını istemektedir.

3.2. Mikro Yapı

Haber metninin mikro analizinde cümlelerin yapılarına, basit/karmaşık, etken/edilgen durumlarına, sözcük seçimlerine, haberin inandırıcılığının sağlanması için kullanılan sayısal verilere, taraf ve tanık ifadelerine, tırnak içinde aktarılan görüşlere vs. yer verilmektedir (Özer, 2001b).

3.2.1. Sentaktik Analiz

Sentaktik analizde, haberde yer verilen cümlelerin yapılarına, öznenin nasıl konumlandığına ve cümlenin nasıl kurulduğuna bakılmaktadır. Sentaktik analizde *Cumhuriyet* gazetesinin 1 ve 2 Mart tarihli gazetelerinin birinci sayfalarına bakacak olursak, *‘muhtıra gibi tavsiye’* manşetiyle verilen haberin altında yer alan ve toplantıyı açıklayan haberin metnindeki beş uzun cümlenin dördü edilgen yapıdadır. Bu dört edilgen cümlenin ikisinin gizli öznesi ise ordu/MGK üyeleridir. Örneklendirerek daha somut bir hale getirecek olursak, *‘bildiride “anayasa ve cumhuriyet yasalarının uygulanmasından asla taviz verilmeyeceği, laikliğin sadece rejimin değil demokrasinin de güvencesi olduğu, çağdışı uygulamaların hukukun üstünlüğüyle bağdaşmayacağı” vurgulandı.’* cümlesinde ve *‘KKTG’de yeni “askeri” önlemlerin de uygun bulunduğu kaydedilen bildiride Türkiye’nin 1997 içinde AB’ye tam üye olacak ülkeler listesine girmeyi “öncelikli” hedef saymayı sürdürdüğünün altı çizildi’* cümlelerinin sentaktik yapısında ordu ‘vurgulayan’ ve ‘altını çizen’ olarak

yer alırken RP ise sentaktik yapı itibariyle değil ancak siyasî konumu itibariyle edilgen ve pasif bir yapıdadır. Bu duruma bir başka örnek olarak 2 Mart gününün birinci sayfası örnek gösterilebilir. *'Hükümete iletilen ikinci bildirin anahatları'* üst başlığı ve *'dinci siyasete denetleme'* başlığıyla verilen haberin metninde *Cumhuriyet* gazetesi, dönemin MGK Genel Sekreteri Orgeneral İlhan Kılıç'ın bir önceki gün başbakan yardımcısı Tansu Çiller ile görüşerek ordunun hükümetten uygulamasını istediği hususları 14 madde halinde sıralamıştır. Tüm bu maddeler sentaktik yapı itibariyle edilgendir. Cümleler *'son verilsin, hayata geçirilsin, araştırılmalıdır, yapılmalıdır, kaçınılmalıdır, göz yumulmamalıdır, uygulanmalıdır, önlenmelidir'* gibi ifadelerle bitmektedir. Bir önceki örnekte olduğu gibi burada da *'son verilmesini'*, *'hayata geçirilmesini'* isteyen ordudur ve bunu uygulaması gereken de hükümettir, daha doğrusu büyük koalisyon ortağı olan RP'dir. RP yine sentaktik yapı itibariyle pasif, sorumlu, olumsuz bir söylem içine yerleştirilmiştir. Sentaktik analiz noktasında durum *Hürriyet* gazetesinde de birebir aynıdır. Özetle, yapılan sentaktik analiz sonucunda merkez-çevre konumlanmasını yeniden üreten şu yargıya varılabilir: Merkez kararları alır ve uygulanmasını ister, çevre de ya bu kararları uygular ya da hükümetten çek(tir)ilir.

3.2.2. Sözcük Seçimleri

Sözcük seçimlerinin önemini Özer şu şekilde anlatmaktadır: "Sözcük seçimleri sosyal aktörler hakkında toplumdaki yaygın inanç ve ideolojileri ortaya koyması açısından çözümlenenin en önemli bölümlerinden biridir. Seçilen sözcükler, habercinin sahip olduğu dünya görüşünü yansıtması açısından oldukça önemlidir. Haberin sunumunda aynı insanın terörist ya da özgürlük savaşçısı olarak tanımlanabilmesi, muhabirin ve gazetenin ideolojisini ve de bağlı oldukları ideolojik atmosferi göstermektedir. Sözcük seçimleri (...) okuyucunun olaylar hakkında genel bir çerçeve kurmasını sağlar." (Özer, 2008)

Buraya kadar incelenen başlıkların/metinlerin bazılarında sıkça bahsedildiğinden, tekrara girmek pahasına, bazı sözcük seçimleri gazetenin söylemi ile ideolojisi arasında kurduğu bağı net bir şekilde resmettiği için son derece önemlidir. Bunun en çarpıcı örneği, *Cumhuriyet* gazetesinin 1 Mart günü attığı *'muhtıra gibi tavsiye'* manşetidir. Burada *'muhtıra'* sözcüğü Türkiye'nin siyasal tarihinde çok önemli bir olaya, 12 Mart 1971 tarihinde ordunun Süleyman Demirel'in başbakanlığındaki Adalet Partisi iktidarına verdiği ve bu yöntemle hükümeti istifaya zorladığı metne gönderme yapmaktadır. Gazeteye göre 28 Şubat MGK toplantısı sonrasında muhtırayı alan hükümet partileri değişmiş olsa da muhtıra verme olayının mantığında değişen bir şey yoktur ve bu türden bir ordu-hükümet ilişkisi, detaylıca incelendiği zaman gazete açısından herhangi bir çarpıklık taşımamaktadır. Yine haberin metninde RP'ye gönül ve oy vermiş vatandaşlar *'şeriatçı, anti-laik, köktendinci, rejim karşıtı/düşmanı, gerici, çağdışı,'* gibi sözcüklerle tasvir edilmiştir.

3.2.3. Haberlerin Retoriği

Haberin retoriğinde haberin inandırıcılığının sağlanması için kullanılan sayısal veriler, taraf ve tanık ifadeleri, fotoğraflar, tırnak içinde aktarılan görüşler vs. unsurlar incelenmektedir. Bu unsurlar, okuyucunun haber anlatısıyla ana temayı bağdaştırmasını sağlamak amacıyla kullanılır. *Hürriyet*'in 1 Mart günü çıkardığı gazetenin birinci sayfasında *'Tarihi karar'* manşetiyle duyurduğu MGK toplantısını görsel açıdan desteklemek amacıyla koyduğu büyük fotoğrafın altında, olayın ciddiyetinin okuyucunun zihnine daha fazla kazınması için *'paşalar çantalarla geldi'* ifadesi bulunmaktadır. Yine birinci sayfada, sağ tarafta dönemin Genelkurmay başkanı İsmail Hakkı Karadayı'nın toplantı esnasında sarf ettiği *'din bir ahlaktır, ahlaksız adamın dini olmaz'* ifadesi alıntılanarak, toplantının ne denli gergin geçtiği gazete tarafından koyulmak istenmiştir. Dönemin cumhurbaşkanı Süleyman Demirel'in toplantı sonrasında söylediği *'sivri ifadeler olmasın'* cümlesi de haberin ana metninin hemen yanına koyularak toplantının gergin havası okuyucuya aktarılmaya çalışılmıştır.

Hürriyet gazetesinin 3 Mart tarihli yayınında ise ordunun MGK toplantısında hükümete ilettiği tavsiyeleri uygulamak konusunda ne kadar ısrarcı olduğunun altı çizilmeye çalışılmıştır. *'Sürpriz çıkış'* üst başlığıyla dönemin Genelkurmay Genel Sekreteri Erol Özkasnak'ın Erbakan'a karşı *'ordu, yalnızca Atatürk'e inananlarla uyum içindedir'* cümlesi verildikten sonra, yan tarafta, küçük bir kutu içinde, Harp Akademileri eski komutanı emekli Orgeneral Kemal Yavuz'un *'MGK, en çok üç aylık bir süre tanır'* cümlesine yer verilmiştir. Burada gazete, okuyucunun *'aksi durumda, yani ordu, MGK toplantısında hükümete ilettiği tavsiyeleri RP yerine getirmesse, darbe yapar ve hükümete el çektirir'* algısı yaratmak istemiştir.

Cumhuriyet gazetesinin 1 Mart tarihli yayınının haber metninde bir önceki gün yapılan toplantı anlatıldıktan sonra, metnin altına koyulan fotoğrafın kaynağı *Reuters* haber ajansı olarak gösterilmiş, böylece okuyucunun toplantının dış dünya tarafından da takip edildiği izlenimi uyandırılmak istenmiştir. Bu fotoğrafın altında ise

tırnak içinde verdiği alıntıda dönemin CHP genel başkanı Deniz Baykal’ın ‘*çıkış yolu anayasada*’ ifadesine yer vermiştir. 2 Mart tarihli yayında ise ana haberin metninin altında, sağ tarafta, kısa bir sütunda yer verilen haberde ise tırnak içinde ‘*yapılan demokrasiye takviyedir*’ cümlesi kullanılmıştır. Gazetenin haberine göre bu çıkarım, MGK toplantısından sonra üst düzey ordu mensuplarının kendi aralarında tavsiye niteliğindeki 18 madde üzerinde yaptıkları istişareden çıkan sonuçtur. Yine gazetenin çeşitli noktalarında toplantının ciddiyetini betimleyebilmek için ‘toplantı ... kişilik bir basın ordu tarafından takip edildi’ gibi cümleler tercih edilmiştir.

Sonuç

Bu çalışmada, 28 Şubat sürecinde seçilen iki gazetenin kullandığı söylem, Teun van Dijk’ın eleştirel söylem analizi modeli bağlamında incelenmiştir. Bu modelde, haberin, yalnızca, Türkiye’deki yazılı basının iddia ettiği gibi “gelişmeleri aktarmak” şeklinde bir amaca hizmet etmediği, bu haberlerin hazırlanırken fotoğraf seçiminden sözcük dizilimine, retorik kurgusundan yansıtıldığı bağlama kadar belli bir ideolojik kalıp yargıyı alıcıya işlemeye çalıştığı ön kabulünden hareket edilir. Gerçekten, çalışmanın örnekleme dahil edilen gazetelerin kullandığı dil, birinci sayfalarında kullandıkları fotoğraflar, bile isteye tercih edilen veya edilmeyen kelimeler, bu kelimeler aracılığıyla yapılan bağlamsal hatırlatmaların tamamı, alıcıya verilmek istenen ve önceden planlanan ideolojik mesajın parçalarını oluşturmaktadır. Bu parçalar bir araya getirildiğinde, 28 Şubat sürecindeki merkez ve çevre aktörlerin etkileşimleri, siyasal ayrışmanın derinliği ve merkez-çevre yaklaşımının geçerliliği de görülebilmektedir.

Çok partili hayata geçilmesiyle beraber bürokratik (merkez) seçkinler iktidarı fiilen elinde bulundurmaya devam etmiştir. Dış politikadan eğitime, güvenlikten ekonomiye, kültürden dine kadar konunun özünüyle ilgili neredeyse tüm kararlar bizzat bürokratik merkez tarafından alınmış ve uygulanmıştır. Seçilmiş meşru (genelde de çevreyi temsil eden) hükümetler ise siyasetini çok dar bir alanda yürütmüş, merkezin çizdiği çerçevenin dışına çıkamamış, çizilen çerçevenin dışına çıkma eğilimi gösterdiği anda da ordu gibi, yargı gibi merkez kurumları tarafından hükümetten uzaklaştırılmış veya hareket alanları daraltılmıştır. Bu yapı içinde medya da merkezin belirlediği çerçeveden, paradigmadan dışarı pek çıkamamıştır.

1997 yılına gelindiğinde siyasal atmosfer şu şekildedir: 1970’li yıllardan itibaren merkezî paradigmaya muhalif söylemlerle siyasal alana çıkan ve 1997 yılına gelindiğinde dönemin siyasal partileri arasında en yüksek oyu almış, daha çok gecekondu ve kırsal alanlarda yaşayan, kimliğini İslam dini üzerinden inşa eden kesimlere hitap eden Refah Partisi, dönemin Refah-Yol hükümetinde büyük koalisyon ortağı durumundadır. Hem bir çevre partisi olarak hem de merkezin çizdiği çerçevenin muhalifi bir söylemle siyasal ve meşru bir güce sahiptir. Diğer bir deyişle, çevrenin temsilcisi olduğunu ileri süren bir parti, siyasal iktidarı elinde tutmaktadır. Merkezde ise ordu ve yargı başta olmak üzere sivil toplum, medya, kamu yöneticileri gibi geniş bir koalisyon vardır. Siyasal ayrışma da büyük ölçüde bu iki konumlanma üzerinden gerçekleşmektedir. İşte 28 Şubat süreci, bu iki kesimin çetin bir iktidar kullanma mücadelesi olarak okunabilir.

Çalışmada dönemin merkez medya organlarından *Cumhuriyet* ve *Hürriyet* gazetelerinin, 28 Şubat sürecinin önemli duraklarından biri olan 28 Şubat 1997 tarihli MGK toplantısından sonraki üç günlük yayınlarının birinci sayfaları incelenmiştir. Bu yayınlarda bahsedilen siyasal ayrışmaya haber metinlerinin ideolojik etkisi analiz edilmiştir. Sonuç olarak merkez paradigma ile büyük ölçüde uyumlu oldukları gözlenen bu iki gazetenin, yaptıkları yayınlarda orduyu, yargıyı, merkezci sivil toplumu, merkezci kamu yöneticilerini olumlayan, en azından demokrasiye uygun hareket edip etmediklerini sorgulamayan; RP’yi, RP genel başkanı Necmettin Erbakan’ı, RP’li yöneticileri, RP’yi destekleyen sivil toplum ve medya kuruluşlarını ise hem demokratik açıdan sorgulayan hem de siyasal iktidarı ellerinde tuttukları için her problemde RP’yi sorumlu gösteren metinler hazırladıkları görülmüştür. Örneğin RP’yi destekleyenlere “şeriatçı” denmesi, Atatürk’ün ve ilkelerinin ordu tarafından savunulduğunun sürekli vurgulanması bu savı desteklemektedir. Cumhuriyet gazetesi haricinde doğrudan toplumsal kesimlere yönelik ayrıştırıcı söylemlere fazlaca rastlanmazken, toplumsal ve siyasal ayrışmayı körükleyici, derinleştirici söylemlerin daha çok merkez ve çevre toplumsal kesimleri temsil eden (merkezde ordu, çevrede RP) siyasal aktörler üzerinden okuyucuya sunulduğu bulgulanmıştır. Öte yandan, “çevre” olarak anılabilecek RP’yi destekleyen ve haber metinlerini RP’nin eylemleriyle paralellik arz edecek şekilde inşa eden yayınların da ele alındığı çalışmalar, konunun daha fazla açıklanabilmesi açısından faydalı olabilir.

Kaynakça

Haberler

- 'Bildirinin takipçisiyiz'. (1997, 3 Mart). Cumhuriyet
Dinci siyasete denetleme. (1997, 2 Mart). Cumhuriyet
Hoca direniyor. (1997, 3 Mart). Hürriyet
Hükümete 2. bildiri. (1997, 2 Mart). Cumhuriyet
İran'la restleşme sürüyor. (1997, 1 Mart). Cumhuriyet
İşte MGK'dan çıkan belge. (1997, 1 Mart). Hürriyet
Muhtıra gibi tavsiye. (1997, 1 Mart). Cumhuriyet
Org. Karadayı: Ahlsız adamın dini olmaz. (1997, 1 Mart). Hürriyet
Sürpriz çıkış. (1997, 3 Mart). Hürriyet
Şeriatçı eğitim dorukta. (1997, 3 Mart). Cumhuriyet
Tarihi karar. (1997, 1 Mart). Hürriyet
'Yapılan demokrasiye takviyedir'. (1997, 2 Mart). Cumhuriyet

Kitap ve Makaleler

- Arlı, A. (2006). Devletin sürekliliği, devrimin muhafazası, toplumun denetimi sorunu: Merkez-çevre paradigmasının sınırlılıkları üzerine notlar. *Toplum ve Bilim*, 105, 96-128.
- Ateş, K. (2006). Ulusal kimlik içinde Alevi-yurttaş ve merkez-çevre eksenini yeniden düşünmek. *Toplum ve Bilim*, 107, 259-276.
- Ayyıldız, İ. (2016). *28 Şubat nedir?*. Ankara: Liberte Yayınları.
- Bayramoğlu, A. (2007). *28 Şubat: Bir müdahalenin güncesi*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Büyükkantarcıoğlu, N. (2012). Söylem incelemelerinde eleştirel dilbilimsel boyut: Eleştirel söylem çözümlemesi ve ötesi, Ömer Özer (ed.), *Haber Eleştirmek* içinde, Konya: Literatürk Yayınevi, 74-98.
- Dedeoğlu, G. (2013). Medya ve iletişim çalışmalarında Teun A. van Dijk'in yaklaşımı bağlamında eleştirel söylem çözümlemesi ve söylem olarak haberin çözümlenmesi. *Sosyal Bilimler Dergisi*, 3, 38-58.
- Doruk, Ö. (2013). Disiplin toplumu ve haber söylemi: Gökkuşuğu Derneği'nce yapılması planlanan yürüyüşün engellenmesine ilişkin haberlerin özümlemesi. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 1, 106-132.
- Gönenç, L. (2006). 2000'li yıllarda merkez-çevre ilişkilerini yeniden düşünmek. *Toplum ve Bilim*, 105, 129-152.
- İnalçık, H. (2009). *Osmanlı İmparatorluğu klasik çağ (1300-1600)*. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Kansu, A. (2017). *1908 Devrimi*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Karadağ, A. ve Çiçek, Z. (2015). Merkez-çevre ilişkileri, Karadağ, A. (ed.), *Osmanlı'dan Cumhuriyet'e Türkiye'de Siyasal Hayat* içinde, Malatya: Bilsam Yayınları, 303-329.
- Karpat, K. (2016). *Kısa Türkiye tarihi*. İstanbul: Timaş Yayınları.
- Keyder, Ç. (2015). *Türkiye'de devlet ve sınıflar*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Mardin, Ş. (1995). *Türkiye'de Din ve siyaset*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Mardin, Ş. (2003). *Türkiye'de toplum ve siyaset*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Mardin, Ş. (2011). *Türkiye, İslam ve sekülerizm*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Mardin, Ş. (2013). *Türk modernleşmesi*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Mardin, Ş. (2015). *Jön Türklerin siyasi fikirleri 1895-1908*. İstanbul: İletişim Yayınları.

- Özer, Ö. (2001a). Kazanılmış hakkın tersine çevrilmesi: 1 Mayıs 1996 olaylarının Türk basınında sunumu. *İletişim*, 9, 109-136.
- Özer, Ö. (2001b). *Haber Söylem İdeoloji: Eleştirel Haber Çözümlemeleri*. Konya: Literatürk Yayınevi.
- Özer, Ö. (2008). İdeolojik atmosferin kapsama alanı: Bozüyük olaylarının Ortadoğu ve ülkede Özgür Gündem gazetelerinde sunumu örneğinde haber söyleminde yapılan ideolojik üretime ilişkin yeni bir çözümleme. Dağtaş, E. (ed.), *Türkiye’de Sivil İtaatsizlik, Toplumsal Hareketler ve Basın*, Ankara: Ütopya Yayınevi, 377-432.
- Shils, E., (2002). Merkez ve çevre. *Türkiye Günlüğü*, 70, 86-96.
- Sunay, C. (2008). Türk siyasetinde merkez-çevre ilişkilerinin gizli kronolojisi-I. *Yerel Siyaset*, 28/3, 52-59.
- Sunay, C. (2008). Türk siyasetinde merkez-çevre ilişkilerinin gizli kronolojisi-II. *Yerel Siyaset*, 29/3, 69-73.
- Tuncel, G., Göktolga, O. & Karadağ, A. (2015). Toplumsal ayrışma kaynaklarının Türkiye demokrasisi üzerindeki etkisi. *Yerelden Küresele: Sosyal Bilimlerde Yeni Yaklaşımlar içinde, Artvin Çoruh Üniversitesi Uluslararası Sosyal Bilimler Kongresi*, 59-69.
- Tuncel, G. ve Gündoğmuş, B. (2012). Türkiye siyasetinde merkez-çevrenin dönüşümü ve geleneksel merkezin konumlanma sorunu. *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 14/3, 137-158.
- van Dijk, T. A. (1988). *News as discourse*. Hillsdale, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates Publishers.
- van Dijk, T. A. (2007). Bir söylem olarak haberin disiplinler arası çözümlemesi. Atabek G. Ş. & Atabek Ü. (ed.), *Medya metinlerini çözümlemek için göstergebilim ve söylem çözümleme yöntemleri içinde*, Ankara: Siyasal Kitabevi, 217-231.
- van Dijk, T. A. vd. (2015), *Söylem ve ideoloji*. İstanbul: Su Yayınevi.

POLITICAL DISINTEGRATION AND MEDIA IN TURKEY: THE ANALYSIS OF THE PRESENTATION OF FEBRUARY 28 PROCESS IN CENTER PRINTED PRESS

Oğuzhan KOCA

Extended Abstract

According to the political science literature, the state is composed of three different powers that legislative, executive and judicial. Modern media has emerged as the fourth power that reveals the relations between these powers. According to this, the task of the media is to transfer the news to the newsless. Today, however, it is known that the media has a political/ideological function in transferring the news. Especially Teun A. van Dijk's studies, many media studies have shown that the media produces an ideological discourse while producing the news. Thus, the media has an effect that deepens political disintegration, as seen in the example of the February 28 process.

Political disintegration in Turkey arises due to significant differences between center and periphery. At the center, there are ruling elites with the legacy of the Ottoman state tradition. In the periphery, there are ruled social groups and their values, attitudes and symbols. The ruling elites tried to adopt their values, attitudes and symbols to the periphery. According to Şerif Mardin who adapting the Edward Shils's center-periphery relations to Turkey, Turkish political history is the history of the struggle between the center and the periphery.

The army has been a key position during the struggle of the center and periphery in Turkish political history. The army, the first institution in which the modernization process began, acted with the mission of rescuing the state and transforming the society. When the Republican era started, the army used every democratic or antidemocratic way with the purpose of adopting the values of the ruling elites to periphery. For that purpose, sometimes the ideological content of the national education has been interfered, sometimes interfered with the decisions of the judiciary and sometimes it was directly interfered to government and removed by the military coup.

In the process of February 28, the army is the representative of the center and the Welfare Party is the representative of the periphery. Both the center and the periphery have created their own values, attitudes and symbols. Concordantly, representatives of the center and periphery also appeared in the media. The aim of this study is to determine the effect of central media on political disintegration in the case of February 28 process. It is not possible to examine all the newspapers of the period. A sample must be selected for this purpose. In this study, *Hürriyet* and *Cumhuriyet* newspapers, which are thought to represent the central media, were selected. The event which gave its name to the February 28 process is the National Security Council meeting held on February 28, 1997. The publications of *Hürriyet* and *Cumhuriyet* newspapers during the three days after meeting were analyzed. The extent of the study is limited to news published on 1, 2 and 3 March 1997.

Critical discourse analysis was used in the study. Critical discourse analysis has been used to reveal the ideological background behind the news produced by the media. van Dijk thinks the news as a produced discourse and examine the relationship between discourse and ideology. This relationship makes sense only when the news produced is considered together with its context. The meaning of using critical discourse analysis in this study emerges at this point. When the produced news are evaluated alone, it is seen that they perform the function of informing to newsless. But in photography choices, word preferences, reminders and references, the effect of the media on political disintegration can be seen clearly. According to the results of the study, the produced news in the central media had a deepening effect on political disintegration. Analyzes in both macro and micro structure showed that the produced news during the process can be understood with center and periphery relations.

BİREYLERİN TÜKETİM TERCİHLERİNDE ETKİLİ OLAN FAKTÖRLERİN BELİRLENMESİ: SİVAS İLİ ÖRNEĞİ

Şükran KARACA

Doç. Dr., Sivas Cumhuriyet Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği

sukrankaraca@gmail.com | ORCID: 0000-0002-0268-1810

İbrahim YEMEZ

Dr. Arş. Gör., Sivas Cumhuriyet Üniversitesi, İİBF, İşletme Bölümü

ibrahimyemez@cumhuriyet.edu.tr | ORCID: 0000-0003-3176-6394

Özet

Bu çalışma Sivas ili şehir merkezinde yaşayan bireylerin tüketim tercihlerinde etkili olan faktörlerin neler olduklarını tespit etmek amacıyla gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın örneklemini Sivas ili şehir merkezinde yaşayan ve kolayda örnekleme yöntemiyle belirlenen 388 kişi oluşturmaktadır. Veriler yüz yüze anket yöntemiyle toplanmıştır. Araştırmada elde edilen verilere Frekans Analizi ve Çapraz Tablolar Analizi uygulanmıştır. Çalışma sonucunda bireylerin ürün alırken menşei ülkeye baktıkları, Çin mallarını almaktan kaçındıkları, ürünü kullanışlı ve işlevsel olması nedeniyle satın aldıkları, internette daha çok kıyafet aldıkları, online alışverişlerini akıllı telefon ile yaptıkları ve ödeme aracı olarak en çok kredi kartlarını kullandıkları görülmüştür.

Anahtar kelimeler: Tüketim, tüketim tercihleri, internette alışveriş, çapraz tablolar.

Bilgilendirme: Bu çalışma 2. Uluslararası Al Farabi Sosyal Bilimler Kongresi, 6-8 Nisan 2018, Gaziantep'te "Bireylerin Tüketim Alışkanlıklarında Etkili Olan Faktörlerin Belirlenmesi: Sivas İli Örneği" başlıklı sözlü bildiri olarak sunulmuştur.

DETERMINATION OF THE FACTORS AFFECTING THE CONSUMPTION PREFERENCES OF INDIVIDUALS: SAMPLE OF SIVAS

Abstract

This study was carried out to determine the factors affecting the consumption preferences of individuals living in the city center of Sivas. The sample of the study consisted of 388 people living in the city center of Sivas and determined easily by sampling method. Data were collected by face to face survey method. Frequency Analysis and Cross Table Analysis were applied to the data obtained in the study. At the end of the study, it was seen that individuals looked at the country of origin when they were buying, avoided buying Chinese goods, bought the product because they were useful and functional, they bought more clothes from the internet, they made their online purchases by smart phone and they mostly used credit cards as a means of payment.

Keywords: Consumption, consumption preferences, online shopping, cross tables.

Acknowledgement: This study was presented in the 2nd International Al Farabi Social Sciences Congress, 6-8 April 2018, Gaziantep as an oral paper titled 'Determining Factors Affecting Consumption Habits of Individuals: The Case of Sivas Province'.

Giriş

İnsanların fiziki, sosyal ve kültürel varlığını devam ettirebilmesi, hayat standartlarını iyileştirebilmesi, sınırsız olan ihtiyaçlarının karşılanması ile mümkündür ki bu sonsuz ihtiyaçların karşılanması da ekonomik bir takım faaliyetleri gerektirmektedir. Tüketim de bu ekonomik faaliyetler zincirinin son halkasını oluşturmaktadır. Tüketim faaliyetlerinin olmadığı bir yaşam söz konusu değildir (Babaoğlu, 2016, s. 6). İnsanlık tarihi kadar eskiye dayanan bir olgu olan tüketim, geçmişten günümüze kadar insan yaşamının ve sosyal hayatın şekillenmesinde her zaman etkili ve belirleyici bir faaliyettir (Azizağaoğlu ve Altunışık, 2012, s. 34). Tüketim kavramı zaman içerisinde farklı anlamlar kazanmış, bazı yazarlar tarafından olumlu tanımlanmasına rağmen bazıları tarafından da olumsuz olarak ifade edilmiştir. En genel anlamda tüketim, ürün ve hizmetlerin bireyin ihtiyaçlarını karşılamak üzere doğrudan ve son kez kullanmalarıdır (Gülmez ve Dörtüoğlu, 2009, s. 288). İnsanın fizyolojik, biyolojik, sosyal ve kültürel açıdan çok sayıda meşru ya da meşru olmayan ihtiyacı bulunmaktadır ve bu ihtiyaçların giderilmesi için harcanan ve harcanması göze alınan maddi ve manevi değerlerin seferber edilmesi de tüketim olarak tanımlanmaktadır (Torlak, 2000, s. 17).

Bireylerin tüketim seçimi etkileyen çok sayıda faktör (iktisadi, finansal, fiziksel, kültürel, psikolojik, sosyolojik vb. gibi) bulunmaktadır. Bu nedenle tüketim karmaşık ve çok yönlü ele alınması gereken bir konudur. Tüketimin madde ve ruhsal ile zihinsel (mental) olmak üzere iki yönü bulunmaktadır. Tüketimin madde tarafını mali ve iktisadi faktörler belirlerken ruhsal ve zihinsel yönünü ise psikolojik, sosyolojik ve kültürel faktörler demeti belirlemektedir. Bunlar, kişinin toplumdaki yerini algılayışını ve yaşam tarzını belirleyen faktörler olarak ele alınabilir. Tüketilen ürünlerin bireyi hangi sosyal konumda ve nasıl hissettirdiği önemlidir (Bıçakçı, 2008: akt. Coşar, 2012, s. 2). Tüketim kavramı insanların hayat standartlarını ifade etmektedir. Bireyler toplum içerisinde tüketime ayırdıkları bütçe ile tatmin ve mutluluk duymaktadır. Tüketim “yaşamak için tüketmek” bağlamında vazgeçilmez bir günlük süreçtir (Borgmann, 2000, s. 418). Tüketiciler gelir düzeyine göre tüketim için bütçe ayırmaktadır. Tüketimden elde edilen tatmin bireylerin yaşamında büyük bir önem taşımaktadır (Ceyhan, 2017, s. 221).

Tüketim ilk başta ihtiyaçların karşılanması amacıyla ortaya çıkmış ancak zamanla ihtiyaçların karşılanmasından uzaklaşmış ve sosyal statüyü tanımlayan bir yapı haline gelmiştir. Tüketimin statü olarak görülmesi, bilinçsiz kredi kartı kullanımı, alışveriş ortamının rahatlığı, modanın sürekli değişmesi, boş zaman, ambalaj, gösteriş, satıcıların tutumları, özel günler, reklamlar, kitle iletişim araçlarının etkileri gibi tüketimi artırıcı unsurların etkisi ile tüketim nesnelere kuşatması altındaki tüketiciler, daha fazla tüketme eğilimi göstermektedirler. Tüketicilerin sürekli tüketimi düşünmeleri, tüketimi bir yaşam felsefesi olarak görmeleri, tüketim toplumu olgusunu güçlendirmekte (Çınar ve Çubukçu, 2009, s. 297) ve insanlar ihtiyaçları olmamasına rağmen çeşitli mal ve hizmetleri satın almaya devam etmektedirler. Aynı zamanda bireylerin ekonomik durumu, bulunduğu çevre ve ihtiyaçları çerçevesinde tüketim durumu değişim göstermektedir.

Ayrıca moda, teknolojik değişim ve sosyal baskı insanları sürekli daha fazla tüketmeye yönlendirmiş ve bireylerin tüketim davranışlarında da değişime neden olmuştur. Teknolojideki son yeniliklerin aynı hızla e-ticarette de kullanılması bireylerin online alışveriş yaparken daha güvenilir ve daha kolay seçim yapabilmelerine olanak sağlamıştır. Bu anlamda tüketicilerin satın alacakları ürünlere ilişkin bilgilere kısa sürede ulaşabilmeleri, karşılaştırma yapabilmeleri, kendilerine uygun ödeme yöntemlerini seçebilmeleri vs. gibi durumlar tüketim davranışlarında değişikliklere sebep olabilmektedir. Dolayısıyla bireylerin tüketim davranışlarında birçok faktör etkili olmaktadır. Bu kapsamda çalışmanın amacı Sivas ili şehir merkezinde yaşayan bireylerin tüketim davranışlarını incelemesi ve bu davranışlar üzerinde etkili olan faktörlerin neler olduklarının tespit edilmesidir.

1. Literatür Taraması

Bireylerin tüketim davranışlarını etkileyen birçok faktör vardır. Bu faktörlerden ilki olan demografik faktörler; yaş, medeni durum, ikametgâh, eğitim düzeyi, meslek, aile büyüklüğü ve ülkedeki nüfus artış hızıdır. Özellikle çalışan nüfus oranının etkisi, bir ülkenin satın alma potansiyelini yansıttığı için tüketim üzerinde daha fazla etkilidir (Terzioğlu ve Doğan, 2013, s. 178). Bowden (2003, s. 354) tarafından yapılan bir çalışmada, gelir arttıkça dayanıklı tüketim mallarına yapılan hane halkı harcamalarının yüzde olarak arttığı tespit edilmiştir. Banerjee vd. (2010) ise yaptıkları çalışmada, çevrimiçi alışverişin aile geliri ve internet kullanım sıklığı ile ilişkili olduğu ve aylık geliri yüksek internet kullanıcılarının çevrimiçi alışverişle uğraşma ihtimalinin daha yüksek olduğunu tespit etmişlerdir. Bu nedenle, yaş ve gelir gibi çeşitli

demografik değişkenlerin, bireylerin çevrimiçi alışveriş davranışları üzerinde olumlu bir etkiye sahip olduğu belirtilmiştir.

Tüketicilerin satın alma davranışında etkili olan kültürel, sosyal, psikolojik ve kişisel faktörler tüketim harcamalarını şekillendiren ve karar sürecinin seyrini belirleyen çeşitli faktörleri ortaya çıkarır. Örneğin kişinin belirli bir sosyal sınıfta yer alması ya da sahip olduğu unvan, bir markayı önemli kılabilir. Aynı şekilde kültürel değerler, mamulün rengi, ambalajın dizaynı, mamul tasarımı tüketim davranışında etkili faktörler olabilir. Ayrıca ürüne ilişkin fiyat, kalite, kullanım süresi, ürünün menşei, kullanım koşulları, garanti süresi, servis olanakları, firma imajı ve tanınmışlık düzeyi gibi birçok faktör tüketicilerin bilinçli ve seçici tercihlerinde önemli değişkenlerdir (Çakır vd., 2010, s. 89). Dolayısıyla küresel boyutlu tüketim kültürünün yaygınlaşmasıyla oluşan yaşam tarzlarındaki değişim, bireylerin tüketim davranışlarını da etkilemektedir. Birol (2014, s. 91) tarafından Antalya'da yaşayan kadınlar üzerine yapılan çalışmada, özellikle sosyo-ekonomik olanakları yüksek olan kesimin markalara yönelik daha bilinçli karar verme davranışları sergilediğini, bu durumun sosyo-ekonomik açıdan düşük olan kesimde değiştiği bulunmuştur. Koç vd. (2017, s. 94-95) de menşe ülkesinin marka imajı ve marka tutumu üzerine yaptıkları çalışmada; Türk halkının sırasıyla Türkiye, İtalya ve ABD ile ilişkili giyim ürünlerine karşı güçlü bir tutum sergilediğini tespit etmişlerdir. Geçmişte, Türk halkının genel olarak, giyim ürünleri de dâhil olmak üzere, Türk ürünlerine karşı çok düşük bir saygı duyduğunu ama sonrasında oluşan güçlü olumlu tutumun, Türkiye'nin tekstil ürünleri ihracatındaki büyümesine ve göreceli olarak daha güçlü bir ekonomiden kaynaklı güvenden olduğunu ifade etmişlerdir.

Hızla değişen ve gelişen teknoloji, internet alışkanlıkların hızla değişmesine ve evrilmesine yol açmıştır. Buna örnek olarak; yaklaşık 20 yıl öncesinde cep telefonları sadece iletişim aracı olarak kullanılırken bugün cepte taşınan bir bilgisayar, kitap, dergi haline gelmiştir. Sosyal medya vasıtasıyla insanlar kimin o anda nerede olduğunu, ne yaptığını izlemeye; kendi faaliyetlerini geniş kitlelere yine sosyal medya aracılığıyla duyurmaya başlamış, dahası bunu içselleştirmiştir. Online alışveriş ortamı, hem pazarlama dünyasını hem de tüketicilerin tüketim davranışlarını değiştirmiş bir olgudur (Ersoy, 2017, s. 89). Ersoy tarafından yapılan çalışma sonucunda katılımcıların % 89,4'ü online alışveriş için hep aynı siteyi tercih ettiğini ifade etmişlerdir. Turan (2011, s. 140-141) tarafından yapılan çalışmada da, bireylerin internet üzerinden alışveriş yapmak konusunda davranışa yönelik niyetlerinin, kendilerine yakın gördükleri ve fikirlerini önemsedikleri bireylerin internet alışverişi konusundaki olumlu görüşlerine bağlı olduğu sonucuna ulaşmıştır. Gültaş ve Yıldırım (2016, s. 46-48) tarafından internet alışverişinde tüketici davranışlarının incelendiği çalışmada, katılımcıların mesleki statüsü ne olursa olsun büyük bir bölümünün güven duymadığı için internette alışveriş yapmadıkları sonucuna ulaşmışlardır. Ayrıca, bireyleri alışverişe iten nedenler incelendiğinde; internet mağazalarında ürün seçeneğinin çok olmasının erkeklere göre kadınlarda daha etkili olduğu da tespit edilmiştir. Wenjie (2010, s. 612) tarafından online alışveriş üzerinde etkili olan faktörleri ortaya koymaya yönelik yapılan çalışmada ise; online alışverişin yoğun olarak kullanılmamasına rağmen online alışveriş üzerinde psikolojik faktörlerin etkili olduğu, bilgi birikimi olan, geniş bir bakış açısına sahip ve kültür seviyesi yüksek olan kişilerin online alışverişle daha fazla ilgilendiği ve online alışverişi daha az riskli buldukları tespit edilmiştir.

Ayrıca alışkanlık haline gelmiş satın alma ve tüketim faaliyetleri de bireylerin tüketim davranışlarını etkilemektedir. Bettman ve Zins (1977, s. 75) yaptığı çalışmada, ev hanımlarının süpermarket alımlarının yaklaşık dörtte birinin geçmiş seçimlerin tekrarı olduğunu sonucuna ulaşmıştır. Geçmiş alımları tekrar etme eğilimi, patates cipsi, ekmek, çamaşır deterjanı, keçap, kot pantolon ve restoranlar dâhil olmak üzere çok çeşitli ürün ve hizmetlerle gösterilmiştir. İnsanların sık sık yenilik ve değişim aramasına rağmen, yapılan araştırmalar günlük davranışların önemli bir oranının tekrarlayan doğasını göstermiştir (Quinn ve Wood, 2005; Wood, vd., 2002, s. 1285-1286). Bu çalışmalarda katılımcılar birkaç gün boyunca saatte bir yaptıklarını, düşündüklerini ve hissettiklerini kaydetmişlerdir. Üniversite öğrencilerinde ve topluluk örneklerinde, katılımcıların günlüklerinde listelenen davranışların yaklaşık % 45'i hemen hemen her gün aynı yerde tekrarlanma eğiliminde olduğunu göstermiştir. Günlük yaşamda, alış ve tüketim faaliyetleri alışlageldik yerlerde belirli zamanlarda tekrar etmektedir. Townsend ve Bever'in (2001, s. 2) belirttiği gibi alışkanlıklar; günlük yaşamda "çoğu zaman yapılan şeylerdir" (Ji ve Wood, 2007, s. 261).

2. Yöntem

2.1. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Araştırmanın ana kütesini Sivas ili sınırlarında yaşayan kişiler oluşturmaktadır. Araştırmanın çalışma grubunu ise Sivas ili şehir merkezinde yaşayan ve kolayda örnekleme metoduyla belirlenen 388 kişi oluşturmaktadır. Veriler, katılımcılarla yüz yüze anket tekniği kullanılarak bizzat araştırmacılar tarafından toplanmıştır.

2.2. Veri Toplama Aracının Oluşturulması

Veri toplama aracı olarak kullanılan ankette tüketim alışkanlıkları ölçen çoktan seçmeli 9 adet ifade ve katılımcıların demografik özelliklerini ölçen 8 adet ifade olmak üzere toplam 17 adet ifade vardır. Anketteki tüketim alışkanlıklarını ölçen ifadeler InvestCo Corporate Finance adlı şirketin yayınladığı Tüketici Alışkanlıkları Anketi, Hazır Giyim (Ağustos, 2006) adlı rapordan yararlanılarak oluşturulmuştur.

2.3. Kullanılan İstatistiksel Yöntemler

Verilerin analizinde Frekans Dağılımı ve Çapraz Tablolar (Cross-Tabs) analizleri kullanılmıştır.

Frekans dağılımı: Belirli bir özelliğin, bir grubun üyeleri arasında nasıl dağıldığını gösteren tablo, grafik ya da denkleme denir. Ölçülen bir dizi niceliğin ortalama değere göre dağılımları frekans dağılımına bir örnektir. Frekans dağılımlarının belirlenmesi, temelde bir sayma ve sınıflama işlemidir. Sayma ve sınıflama sonuçları, tablo ve grafikler üzerinde gösterilir. Frekans tabloları, bir ya da birkaç değişkene yönelik frekansların, yapılandırılmış bir şekilde sunumudur.

Çapraz Tablo Analizi: Normal dağılım göstermeyen verilerde kullanılan nonparametrik bir analiz yöntemidir. Çapraz tablo analizi, nominal veya dereceli iki kategorik değişken arasındaki ilişkiyi incelememize yarayan bir nonparametrik analizi tekniğidir (Sweet ve Grace-Martin, 2003; akt: Özbay, 2008, s. 461). Çapraz tablolar ulaşılmak istenen amaca göre; bir değişkenin başka bir değişken üzerindeki etkisini göstermek, bir grubun dağılımını belirlemek ve çaprazlanan değişkenler neticesinde ortaya çıkan olası alt grupların bütün içerisindeki dağılımını belirlemek şeklinde olmak üzere üç farklı şekilde yapılabilmektedir (Darcy ve Rohrs, 1995; akt: Özbay, 2008, s. 461).

Çalışmadan kullanılan analizler SPSS 22 paket programı aracılığıyla gerçekleştirilmiştir.

3. Bulgular

3.1. Katılımcıların Demografik Özelliklerine İlişkin Bulgular

Çalışmada katılımcıların demografik özelliklerini gösteren değişkenler ve bunların frekans dağılımları Tablo 1'deki gibidir. Tablo 1'e göre çalışmaya katılan bireylerin %43,8'i kadın, %56,2'si ise erkeklerden oluşmaktadır. Yaş dağılımına bakıldığında %27,3 ile 26-34 yaş ve %26,5 ile 17-25 yaş arasındakilerin daha fazla olduğu görülmektedir. Katılımcıların gelir durumlarına bakıldığında en çok katılımın %27,8 ile 1600 TL'den az gelire sahip olanlardan oluştuğu görülmektedir. Ayrıca çalışmaya katılanların memleket dağılımına bakıldığında %77,1'i Sivaslı, %22,9'u ise Sivaslı olmayanlardan oluşmaktadır.

Araştırmaya katılanların eğitim durumlarına bakıldığında %47,92'u üniversite mezunu, %21,1'i ise lise mezunu kişilerden oluşmaktadır. Katılımcıların %57,5'i evlilerden, %40,7'si ise bekârlardan oluşmaktadır. Araştırmaya katılanların çocuk sahibi olma durumlarına bakıldığında ise, %48,1'inin en az bir çocuğu var iken, %51,8'nin çocuğu yoktur. Son olarak katılımcıların meslek türlerine göre dağılımında %18,6'sı özel sektör çalışanı ve %18,8'i öğrencilerden oluşturmaktadır.

Tablo 1: Demografik Değişkenlere Ait Frekans Tablosu

Yaş	Frekans	Yüzde (%)	Eğitim Durumu	Frekans	Yüzde (%)
17-25 yaş	103	26,5	İlkokul	20	5,2
26-34 yaş	106	27,3	Ortaokul	17	4,4

35-43 yaş	80	20,6	Lise	82	21,1
44-52 yaş	56	14,4	Ön lisans	48	12,4
53-61 yaş	34	8,8	Üniversite	186	47,9
62 yaş ve üstü	9	2,3	Toplam	388	100,0
Toplam	388	100,0	Çocuk Sahipliği	Frekans	Yüzde (%)
Cinsiyet	Frekans	Yüzde (%)	Evet	187	48,2
Kadın	170	43,8	Hayır	201	51,8
Erkek	218	56,2	Toplam	388	100,0
Toplam	388	100,0	Medeni Hal	Frekans	Yüzde (%)
Gelir Dağılımı	Frekans	Yüzde (%)	Evli	223	57,5
1600 TL'den az	108	27,8	Bekâr	165	42,5
1601-2100 TL	54	13,9	Toplam	388	100,0
2101-2500 TL	39	10,1	Meslek Türü	Frekans	Yüzde (%)
2501-3000 TL	40	10,3	Memur	86	22,2
3001-3500 TL	27	7,0	Ev hanımı	41	10,6
3501-4000 TL	44	11,3	İşçi	35	9,0
4001-4500 TL	27	7,0	Serbest Meslek	29	7,5
4501 TL ve üstü	49	12,6	Öğrenci	73	18,8
Toplam	388	100,0	Emekli	20	5,1
Memleketiniz	Frekans	Yüzde (%)	Özel sektör çalışanı	72	18,6
Sivas	299	77,1	Akademisyen	14	3,6
Diğer	89	22,9	Diğer	18	4,6
Toplam	388	100	Toplam	388	100,0

3.2. Tüketim Alışkanlıklarına İlişkin Bulgular

Katılımcılara tüketim alışkanlıklarını ortaya çıkaracak 9 adet soru yöneltilmiş ve cevapları frekans dağılımları ve çapraz tablolar ile gösterilip yorumlanmıştır.

S1-a. Kıyafet alırken ürünün hangi ülkede yapıldığını öğrenmek için etiketine bakar mısınız?

“Kıyafet alırken ürünün hangi ülkede yapıldığını öğrenmek için etiketine bakar mısınız?” sorusuna verilen cevaplar Tablo 2’deki gibidir. Buna göre katılımcıların %29,6’sı “evet”, %34,8’i “en azından bazen” cevabı verirken, %35,6’sı ise “hayır” cevabını vermiştir.

Tablo 2: Katılımcıların Cevap Dağılımı

Cevaplar	Kadınlar		Erkekler		Genel	
	Frekans	Yüzde	Frekans	Yüzde	Frekans	Yüzde
Evet	55	32,4	60	27,5	115	29,6
En azından bazen	61	35,9	74	33,9	135	34,8
Hayır	54	31,8	84	38,5	138	35,6
Toplam	170	100	218	100	388	100,0

Cevapların dağılımına bakıldığında katılımcıların %29,6’sının bir kıyafet alırken menşei ülkeye önem verdiği, ürünü tercih ederken buna bakarak satın aldığı ve kendisi açısından ürünün üretildiği yerin veya ülkenin, ürünü tercih etme durumunda etkili olan bir faktör olarak görüldüğünü ifade edebiliriz. Bu durumun ortaya çıkmasında yerli ve milli markaları tercih etme konusundaki toplumda yer alan düşüncenin de bir etkisi olduğu düşünülebilir. Bununla birlikte %35,6’lık kesim açısından ise kıyafetin nerede ve hangi ülke tarafından üretildiğinin bir anlam ifade etmediğini ve satın alma kararlarında bir etkiye sahip olmadığını söyleyebiliriz. Yine cinsiyete göre dağılımlara bakıldığında kadınların %32,4’ünün kıyafetin menşei ülkesine önem verdiği ve satın alırken buna dikkate ettiği; erkeklerin ise %27,5’nin menşei ülkeye önem verdikleri görülmektedir. Bu bağlamda kadınların kıyafet alırken, erkeklere nazaran, üretildikleri ülkeye daha fazla önem verdikleri ve menşei ülkenin onların kıyafet tercihlerinde etkili oldukları söylenebilir.

S1-b. Ürünün hangi ülkede yapıldığını öğrenmek için "En azından bazen etikete bakarım" dediyseniz, belirli ülkelerde yapılmış kıyafetleri almaktan kaçınırsınız mı? Öyleyse, hangi ülkelerinkini almaktan kaçınırsınız? (Birden çok şık seçilebiliyor)

İlk soruya “evet” veya “en azından bazen” diyerek cevap verenlere menşei ülke olarak hangi ülkelerin kıyafetlerini almaktan kaçınırsınız diye soru yöneltilmiş ve birden çok seçeneği işaretleyebilecekleri söylenmiştir. Buna göre cevapların dağılımları Tablo 3’teki gibidir.

Tablo 3’e göre soruya toplamda 580 cevap gelmiştir. Cevapların dağılımına bakıldığında ise tüketicilerin %35,34 ile en çok Çin malı almaktan kaçındığı ve onu %11,03 ile ABD ve % 9,13 ile Afrika ülkelerinde üretilen ürünlerin izlediği görülmektedir.

Toplumda yer alan Çin malları hakkındaki “kalitesiz, sağlığa zararlı” genel algının bu durumda etkili olduğu söylenebilir. ABD mallarının ise genel olarak marka ve kaliteli oldukları bilinen bir gerçektir. Ancak ABD mallarının tercih edilmemesinde Türkiye-ABD ilişkilerindeki dönemsel gerginliklerin bireyleri tepkisel olarak böyle bir davranışa ittikleri ifade edilebilir. Afrika ülkelerinde ise kötü çalışma koşullarında insanların çalışmasının, bu konuya önem veren tüketiciler tarafından bu ülkelerde üretilen ürünleri almama konusunda bir davranışa sevk ettiği söylenebilir.

Tablo 3: Başka Ülke Mallarını Almaktan Kaçınanların Dağılımı

Ülke	Almaktan Kaçınırım	
	Frekans	Yüzde (%)
Çin	205	35,34
Tayland	45	7,75
ABD	64	11,03
Kore	41	7,68
Vietnam	29	5,0
Hindistan	38	6,55
Ortadoğu	41	7,68
Afrika	53	9,13
Türkiye	13	2,24
Endonezya	36	6,20
Avrupa	15	2,59
Toplam	580	100

S2-Satın alma kararlarınızda hangi faktörlerin etkisi vardır? (Birden çok şık seçilebiliyor).

Bireylere satın alma kararlarında hangi faktörlerin etkisi olduğuna dair görüşleri sorulmuş cevaplar Tablo 4'teki gibi bulunmuştur.

Tablo 4: Satın Alma Kararını Etkileyen Faktörlerin Dağılımı

Cevaplar	Etkiler Diyenler	
	Frekans	Yüzde (%)
-Ürünün kullanışlı ve işlevsel olması	325	24,96
-Ürünün indirimde olması	281	21,58
-Ürünün marka olması	164	12,59
-Ürünün kendi ülkemizde yapılmış olması	142	10,90
-Keyif vermesi	136	10,44
-Arkadaşlarınızın/ailenizin sizi etkilemiş olması	80	6,14
-Planlanmamış ve ani karar verme	69	5,29
-Son moda olması	61	4,68
-Satış elemanlarının sizi etkilemiş olması	38	2,92
-Diğer sebepler	6	0,046
Toplam	1302	100

Tablo 4'e göre verilen cevaplara bakıldığında katılımcıların en çok verdiği cevap "ürünün kullanışlı ve işlevsel olması" olduğu görülmektedir. Ürünün işlevsel olması ürünün birden çok amaç için kullanılabilmesini gösteren bir özelliktir. Bu açıdan tüketiciler ürün için katlandıkları maliyetlerle üründen daha fazla yararlanma düşüncesini önemsemektedirler diye söylenebilir. Yine "ürünün indirimde olması", "ürünün marka olması" ve "ürünün kendi ülkemde yapılmış olması" cevapları da çok fazla tercih edilmiştir. Bu bağlamda bireylerin tüketim kararlarını etkileyen faktörlerinin çoğunluğunun ürünün kendisinden kaynaklanan durumlar oldukları söylenilebilir.

S3 -Bir çift ayakkabıya en çok ne kadar ödersiniz?

Katılımcılara spesifik bir ürün olan "ayakkabı" için ne kadar maliyete katlanabilecekleri sorulmuş ve elde edilen sonuçlar Tablo 5'te gösterilmiştir.

Tablo 5: Cevapların Cinsiyete Göre Dağılımı

Cevaplar	Kadınlar		Erkekler		Genel	
	Frekans	Yüzde	Frekans	Yüzde	Frekans	Yüzde
Cevap Yok	3	1,8	4	1,8	7	1,8
En fazla 50 TL	7	4,1	12	5,5	19	4,9
51-100 TL	32	18,8	33	15,1	65	16,8
101-150 TL	39	22,9	60	27,5	99	25,5
151-200 TL	35	20,6	32	14,7	67	17,3
201-250 TL	22	12,9	41	18,8	63	16,2
250 TL den fazla	32	18,8	36	16,5	68	17,5
Toplam	170	100	218	100	388	100,0

Tablo 5'teki sonuçlara göre katılımcıların %25,5'unun bir ayakkabı için en fazla 101-150 TL ödemeyi düşündükleri görülmektedir. Bu oran kadınlarda %22,9 iken, erkeklerde ise %25,5'tir. Yine kadınlar da bir çift ayakkabı için 250 TL'den fazla fiyat ödemeyi düşünenlerin oranı %18,8 iken, erkeklerde bu oran %17,5'tur. Dolayısıyla erkeklerin bir çift ayakkabı alırken fiyat konusundaki hassasiyetleri kadınlara göre daha fazladır.

Yine Tablo 5'teki sonuçlara göre hem erkeklerde hem kadınlarda "en fazla 50 TL" cevabını verenlerin oranı çok düşüktür. Bu durum katılımcıların genelinin kalite ve fiyat arasındaki ilişkiyi bildikleri ve bu ilişkiyi göz önüne alarak satın alma kararını verdikleri söylenebilir.

S4-a.Son 12 ay içerisinde internet üzerinden kıyafet veya aksesuar alışverişi yaptınız mı?

Katılımcılara son bir yıl içerisinde online olarak kıyafet veya aksesuar alışverişi yapıp yapmadıkları sorulmuş ve elde edilen cevaplar Tablo 6'da verilmiştir.

Tablo 6: Cevapların Cinsiyete Göre Dağılımı

Cevaplar	Genel	
	Frekans	Yüzde
Evet	212	54,6
Hayır	176	45,4
Toplam	388	100,0

Tablo 6'daki sonuçlara göre katılımcıların %54,6'sı son 12 ay içerisinde online olarak kıyafet veya aksesuar alışverişi yaparken, %45,4'ü ise yapmamıştır.

Son 12 ayda internet üzerinden kıyafet veya aksesuar alışverişi yapmakla cinsiyet arasında bir ilişki olup olmadığını görmek için çapraz tablo analizi gerçekleştirilmiştir. Buna göre sonuçlar Tablo 7'de görüldüğü gibidir.

Tablo 7: Cinsiyet ve Online Alışveriş Yapma Çapraz Tablosu

Online Alışveriş		Cinsiyet		Toplam (Yüzde)
		Kadın	Erkek	
Evet	Frekans	110	102	212
	Yüzde (%)	64,7	46,8	54,6
Hayır	Frekans	60	116	176
	Yüzde (%)	35,3	53,2	45,4
Toplam	Frekans	170	218	388
	Yüzde (%)	100,0	100,0	100,0

Tablo 7'ye göre kadınlarda soruya evet diyenlerin oranı %64,7; hayır diyenlerin oranı ise %35,3'tür. Erkeklerde ise evet diyenlerin oranı %46,8; hayır diyenlerin oranı %53,2'dir. Bu bağlamda sonuçlara bakıldığında kadınların son 12 ay içerisinde online olarak kıyafet ve aksesuar alımlarında erkeklerden daha fazla satın alma gerçekleştirdikleri ve erkeklerden olumlu anlamda ayrıştıkları görülmektedir. Bu bulguyu destekleyen bir çalışma Gupta vd. (1995) tarafından yapılmış ve kadınların online alışverişe daha fazla ilgi ve güven duyduğu ifade edilmiştir. Mevcut çalışmada elde edilen bulgunun aksine Sharma vd. (2013, s. 354) tarafından yapılan çalışmada ise, erkek katılımcıların çevrimiçi alışverişi kadın katılımcılardan daha çok tercih ettiği tespit edilmiştir.

Tablo 8: Ki-Kare Testi ve Kramer V

Testler	Değer	İstatistiksel Önem
Pearson Chi-Square (Ki-kare)	12,371	0,000
Cramer's V (Kramer'in V'si)	0,179	0,000

Tablo 8'e göre Ki-kare değerinin (12,371) anlamlılığı $p=0,000<0,05$ olduğu için internet üzerinden kıyafet veya aksesuar alışverişi yapmakla cinsiyet arasında anlamlı bir ilişki vardır. Cinsiyet ile internet üzerinden kıyafet veya aksesuar alışverişi yapmak arasındaki ilişki tespit edildikten sonra bu ilişkinin gücünü başka bir ifadeyle cinsiyetin internet üzerinden kıyafet veya aksesuar alışverişi yapma üzerinde ne kadar büyük bir etkiye sahip olduğunu görmek için Kramer V testine bakmak gerekir. Kramer V değerleri 0-1 arasında değişmekte olup, tıpkı korelasyon katsayısının büyüklüğünün yorumlanmasında olduğu gibi, 0-30 (veya 0-40) arası değerler zayıf, 31-60 (veya 41-70) arası değerler orta, 61-100 (veya 71-100) arası değerler ise güçlü bir ilişkinin varlığını gösterir (Özbay, 2008, s. 465). Tablo 7'ye göre Kramer V değeri 0,179 olup (0-30 arasında olduğu için) cinsiyet ile internet üzerinden kıyafet veya aksesuar alışverişi yapmak arasındaki ilişkinin zayıf bir ilişki olduğu görülmektedir.

Son 12 ayda internet üzerinden kıyafet veya aksesuar alışverişi yapmakla medeni durum arasında bir ilişki olup olmadığını görmek için çapraz tablo analizi gerçekleştirilmiştir. Buna göre sonuçlar Tablo 9'da görüldüğü gibidir.

Tablo 9: Medeni Durum ve Online Alışveriş Yapma Çapraz Tablosu

Online Alışveriş		Medeni Durum		Toplam (Yüzde)
		Evli	Bekâr	
Evet	Frekans	111	101	212
	Yüzde (%)	49,8	61,2	54,6
Hayır	Frekans	112	64	176
	Yüzde (%)	50,2	38,8	45,4
Toplam	Frekans	223	165	388
	Yüzde (%)	100,0	100,0	100,0

Tablo 9'a göre evlilerde soruya evet diyenlerin oranı %49,8; hayır diyenlerin oranı ise %50,2'tür. Bekârlarda ise evet diyenlerin oranı %61,2; hayır diyenlerin oranı %38,8'dir. Bu bağlamda sonuçlara bakıldığında bekar kişilerin son 12 ay içerisinde online olarak kıyafet ve aksesuar alımlarında evlilerden daha fazla satın alma gerçekleştirdikleri ve bekarlardan olumlu anlamda ayrıştıkları görülmektedir.

Tablo 10: Ki-Kare Testi ve Kramer V

Testler	Değer	İstatistiksel Önem
Pearson Chi-Square (Ki-kare)	5,004	0,025
Cramer's V (Kramer'in V'si)	0,114	0,025

Tablo 10'a göre Ki-kare değerinin (5,004) anlamlılığı $p=0,025<0.05$ olduğu için internet üzerinden kıyafet veya aksesuar alışverişi yapmakla medeni durum arasında anlamlı bir ilişki vardır. Medeni durum ile internet üzerinden kıyafet veya aksesuar alışverişi yapmak arasındaki ilişki tespit edildikten sonra bu ilişkinin gücünü başka bir ifadeyle medeni durumun internet üzerinden kıyafet veya aksesuar alışverişi yapma üzerinde ne kadar büyük bir etkiye sahip olduğunu görmek için Kramer V testine bakmak gerekir. Tablo 10'a göre Kramer V değeri 0,114 olup (0-30 arasında olduğu için) medeni durum ile internet üzerinden kıyafet veya aksesuar alışverişi yapmak arasındaki ilişkinin zayıf bir ilişki olduğu görülmektedir.

S4-b.Son 12 ay içerisinde internette kıyafet veya aksesuar alışverişi yapmadıysanız bunun ana nedeni nedir? (Birden çok şık seçilebilir)

Son 12 ay içerisinde internette kıyafet veya aksesuar alışverişi yapmayanlara bunun nedenleri sorulmuş ve katılımcıların cevaplarının dağılımı Tablo 11'de verilmiştir.

Tablo 11: İnternette Alışveriş Yapmama Nedenlerinin Dağılımı

Cevaplar	Frekans	Yüzde (%)
İnternete erişimim yok	15	4,34
İnternette alırsam üzerimde deneyemiyorum	112	32,46
Güvenlik nedeniyle internette kredi kartıyla alışveriş yapmıyorum	92	26,6
İnternette alışveriş yapmayı bilmiyorum	26	14,7
Mağazada alışveriş yapmak kadar zevkli değil	60	7,53
Kargo ücretleri çok yüksek	16	4,63
Web sitelerini kullanmak çok zor	5	2,8
İnternette çok az alışveriş sitesi var	0	1,44
Diğer	19	5,5
Toplam	345	100

Tablo 11'e göre son 12 ayda internette kıyafet veya aksesuar alışverişi yapmayanların verdikleri cevaplar incelendiğinde %32,46 ile en çok "İnternette alırsam üzerimde deneyemiyorum" cevabının verildiği görülmektedir. Bu durum online alışverişin en önemli eksikliği olarak ifade edilebilir. Yine sonuçlara bakıldığında %26,6 ile en yüksek ikinci cevap olarak güvenlik belirtilmiştir. Bu cevabın da sanal dolandırıcılık, kart ve hesap bilgilerinin ya da kişisel bilgilerin ele geçirilmesinin çok sık yaşanan bir durum olmasından kaynaklandığı ileri sürülebilir. Tablo 11'de göze çarpan başka bir detay ise katılımcıların

hiçbirinin artık internette alışverişe imkân sağlayan e-ticaret sitelerinin yetersiz olduğunu düşünmemesidir. Bu durumun, ülke de yeteri kadar e-ticaret ya da online alışveriş sitesinin olduğunu gösteren önemli bir nokta olduğu düşünülebilir.

S5- İnternette daha çok hangi tür ürünleri satın alırsınız? (Birden çok şık seçilebilir)

Katılımcılara online olarak alışveriş yapıldığında en çok hangi tür ürünleri tercih ettikleri sorulmuş ve alınan cevaplar Tablo 12’de verilmiştir.

Tablo 12: İnternette Satın Alınan Ürünlerin Dağılımı

Ürün Türü	Frekans	Yüzde (%)
Kıyafet	209	26,39
Kişisel bakım ürünleri	102	12,88
Elektronik araçlar	127	16,03
Altın, pırlanta vb.	9	1,14
Ev eşyası	84	10,60
Kitap, dergi vb.	149	18,81
Oto ekipmanları	73	9,22
Diğer	39	4,93
Toplam	792	100

Tablo 12 incelendiğinde katılımcıların online olarak %26,39 ile en çok “kıyafet” satın aldıkları, bunu %18,81 ile “kitap, dergi vb.” ve %16,03 ile “elektronik araçlar” ın takip ettiği görülmektedir. Bu üç türünün de ortak özelliği dayanıklı tüketim malı olmasıdır. Dolayısıyla tüketicilerin daha çok dayanıklı tüketim mallarını internette aldıkları söylenebilir. Yine Tablo 12’ye göre internette en az alınan ürün türü ise %1,14 ile kıymetli ürünler kategorisindeki “altın, pırlanta vb.” gibi ürünlerdir. Tüketicilerin bu ürünleri güvendikleri yerlerden, inceleyerek satın aldıkları bilinen bir gerçektir. Çünkü bu tür ürünler görsel olarak duygulara da hitap ettiğinden ayrıca diğer ürünlere göre çok pahalı olmasından ötürü tüketiciler bu gibi ürünleri hep satın aldıkları yerler ya da güvenilir markaların mağazalarından satın almaktadırlar.

S6-İnternette alışveriş yaparken daha çok hangi bağlantı aracını kullanırsınız? (Tek seçenek seçiliyor)

Katılımcılara online alışverişini hangi bağlantı aracıyla gerçekleştirdikleri sorulmuş ve alınan cevaplar Tablo 13’de verilmiştir.

Tablo 13: Bağlantı Araçları Frekans Dağılımı

Cevaplar	Kadınlar		Erkekler		Genel	
	Frekans	Yüzde	Frekans	Yüzde	Frekans	Yüzde
Masaüstü Bilgisayar	34	20	67	30,7	101	26,0

Dizüstü Bilgisayar	42	24,7	54	24,8	96	24,7
Akıllı Telefon	74	43,5	81	37,2	155	39,9
Tablet Bilgisayar	20	11,8	16	7,3	36	9,3
Toplam	170	100	218	100	388	100,0

Tablo 13'e göre online alışverişlerde %39,9 ile akıllı telefonların kullanıldığı, onu sırasıyla %26 ile masaüstü, %24,7 ile dizüstü ve % 9,3 ile tablet bilgisayarların takip ettiği görülmektedir. İnternette alışverişlerde geçmiş yıllara nazaran akıllı telefonların daha fazla kullanılması iletişim teknolojilerindeki gelişmeler ve akıllı telefonların ucuzlayıp çok fazla yaygınlaşmasıyla ifade edilebilir. Yine bu telefonlar ile pratik olarak istenilen yer ve zamanda alışveriş yapabilmek, akıllı telefonlara özel uygulamaların geliştirilmesi, kart bilgilerinin bu uygulamalara kaydedilmesi ve istenildiği an kullanılabilmesi gibi özellikler, online alışverişi kolaylaştırdığı için, online alışverişlerde akıllı telefonların kullanılmasını arttıran diğer sebepler olarak ifade edilebilir. Yine cinsiyete göre bakıldığında kadınlarda akıllı telefonu ödeme aracı olarak kullanma oranı %43,5'iken, erkeklerde bu oran %37,2 olduğu görülmektedir. Dolayısıyla kadınların online alışverişlerde akıllı telefonları daha fazla kullandıkları söylenebilir.

Tablo 13'e göre online alışverişlerde dizüstü bilgisayar kullanımı kadınlar ve erkeklerde oran olarak hemen hemen aynı iken, desktop olarak tabir edilen klasik masaüstü bilgisayarlar ile alışveriş yapılmasında erkekler kadınlardan daha yüksek bir kullanım oranına sahiptirler. Sonuç olarak iletişim teknolojilerindeki gelişmeler ve bu gelişmelerin hayatı kolaylaştırması insanların tüketim tarzlarını da etkilemekte veya değiştirmektedir. Kullanılan bağlantı araçlarındaki oransal değişim de bu durumu destekler niteliktedir.

S7- İnternette alışveriş yaparken daha çok hangi ödeme türünü kullanırsınız? (Tek seçenek seçiliyor)

Katılımcılara online alışverişte daha çok hangi ödeme aracını kullandıkları sorulmuş ve alınan cevaplar Tablo 14'de verilmiştir.

Tablo 14: Ödeme Araçlarının Frekans Dağılımı

Cevaplar	Kadınlar		Erkekler		Genel	
	Frekans	Yüzde	Frekans	Yüzde	Frekans	Yüzde
Kredi Kartı	91	53,5	126	57,8	217	55,9
Sanal Kart	19	11,2	15	6,9	34	8,8
BKM Express	11	6,5	5	2,3	5	1,3
Bankamatik Kartı	0	0	27	12,4	38	9,8
Kapıda Ödeme	45	26,5	40	18,3	85	21,9
Hesaba Havale	4	2,4	5	2,3	9	2,3
Toplam	170	100	218	100	388	100,0

Tablo 14'e göre online alışverişlerde ödeme aracı olarak katılımcıların %55,9 ile en çok kredi kartlarını kullandıkları görülmektedir. İkinci olarak %21,9 ile kapıda ödeme, üçüncü olarak %9,8 ile bankamatik

kartları, dördüncü olarak %8,8 ile sanal kartlar ve son iki sırada ise %2,3 ile hesaba havale, %1,3 ile de BKM express yönteminin tercih edildiği görülmektedir.

Tablo 14'e göre ödeme aracı olarak kredi kartlarının kullanım oranları kadınlar ve erkeklerde birbirine çok yakındır. Ancak sanal kartın kullanımında kadınlar erkeklerden daha yüksek bir orana sahipken, bankamatik kartını ödeme aracı olarak kullanmada erkeklerin oranı %12,4 iken kadınlar ise bankamatik kartını hiç kullanmamaktadır.

Genel olarak bakıldığında ise online alışverişlerde kredi kartlarının hala en çok kullanılan bir araç olduğu görülmektedir. Bununla birlikte daha güvenli ödeme yöntemlerinden olan sanal kart kullanımı ve kapıda ödeme tercihi ise giderek artmaktadır.

Sonuç ve Öneriler

Tüketim temelde bireylerin yaşamlarını sürdürmek için yerine getirmek zorunda oldukları eylemler bütünü olarak ifade edilebilir. Ancak değişen çevre koşulları ve gelişen teknolojinin yarattığı imkânlar tüketim eylemine farklı anlamlar da katmıştır. Tüketimin görselliğinin ön plana çıkması, tüketim şekillerinin değişmesi, toplumsal baskının tüketimi etkilemesi vb. gibi durumlar tüketim eylemine de farklı anlamlar yüklemiştir. Bu bağlamda bu çalışmada Sivas ili şehir merkezinde yaşayan bireylerin tüketim tercihlerinde etkili olan faktörlerin ortaya konulması amaçlanmıştır. Bu bağlamda kolayda örnekleme yöntemiyle seçilmiş olan 388 kişiye, yüz yüze anket tekniği ile tüketim tercihlerini gösteren çoktan seçmeli sorular yöneltilmiş ve cevapları frekans analizi ve çapraz tablolar analizleri ile değerlendirilip yorumlanmaya çalışılmıştır.

Katılımcıların tüketim tercihlerini ölçen sorulara verdikleri cevaplara bakıldığında; büyük çoğunluğun ürün alırken menşei olan ülkesine önem verdiği, bazı ülkelerin mallarını almaktan kaçınırken kendi ülkesinin malını almaktan kaçınmadığı dolayısıyla önceliği kendi ülkesinin malına verdiği, satın alma kararlarını en çok ürünün kendisinden kaynaklanan etkenlerin belirlediği, ürünü alırken fiyatının asıl gösterge olmadığı, büyük çoğunluğunun yıl içinde sürekli olarak internetten alışveriş yaptığı sonuçlarına ulaşılmıştır. Ayrıca internetten alışveriş esnasında bireylerin birçok kategorideki ürünleri satın alabildiği, internetten alışveriş esnasında geçmişe oranla daha çok akıllı telefon kullandığı ve ödeme yöntemi olarak en çok kredi kartı kullandığı sonuçları elde edilmiştir. Sonuç olarak gelişen teknolojiyle bireylerin internetten alışveriş yaparken kullandığı bağlantı araçlarının değişmesi ve eskisine oranla daha çok sanal kart kullanılması tüketim tercihlerinin değiştiğini ve teknolojik gelişmelerden etkilendiğini göstermektedir.

Çalışmanın kısıtlarını zaman ve maliyet zorunluluğu nedeniyle örneklemin sadece Sivas ili şehir merkezi ile sınırlandırılması ve kullanılan analiz teknikleri oluşturmaktadır. Gelecek çalışmalarda daha geniş kapsamlı ve daha fazla sayıda örneklemler kullanılarak, daha farklı analiz teknikleri ile daha farklı sonuçlara ulaşılması mümkün olabilecektir.

Kaynakça

- Azizağaoğlu, A. ve Altunışık, R. (2012). Postmodernizm, sembolik tüketim ve marka. *Tüketici ve Tüketim Araştırmaları Dergisi*, 4(2), 33-50.
- Babaoğlu, M., Şener, A., ve Buğday, E. B. (2016). Tüketici profili ve bilinç düzeyi araştırması. T.C. Gümrük ve Ticaret Bakanlığı.
- Banerjee, N., Dutta A., ve Dasgupta T. (2010). A study on customer & attitude towards online shoing-an indian perspective. *Indian Journal of Marketing*, 40(11),36-42.
- Bettman, J. R. ve Zins, M. A. (1977). Constructive processes in consumer choice. *Journal of Consumer Research*, 4, 75-85.
- Biol, M. (2014). Tüketim alışkanlıkları çerçevesinde kadınların giyim alışverişlerinde karar verme tarzları üzerine bir araştırma. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 21, 81-92.
- Borgmann, A. (2000). Reflections and reviews: the moral complexion of consumption. *Journal of Consumer Research*, 26(4), 418-422.
- Bowden, S. (2003). Consumption and consumer behavior. a companion to early twentieth-century Britain. Oxford, UK: Blackwell Pub.
- Ceyhan, Ç. (2017). Sosyal medyanın tüketim gücü. *Yeni Medya Elektronik Dergi - Ejnm*, 1(3), 221-226.

- Coşar, N. (2012). Osmanlı'dan Cumhuriyete tüketim alışkanlıkları, Osmanlı'dan Cumhuriyet'e esnaf ve ticaret, (Ed. Demirel, F.). Tarih Vakfı.
- Çakır, M., Çakır, F. ve Usta, G. (2010). Üniversite öğrencilerinin tüketim tercihlerini etkileyen faktörlerin belirlenmesi. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 2(2), 87-94.
- Çınar, R. ve Çubukçu, İ. (2009). Tüketim toplumunun şekillenmesi ve tüketici davranışları - karşılaştırmalı bir uygulama. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 13(1), 277-300.
- Ersoy, E. (2017). Tüketicilerin değişen alışveriş alışkanlıkları (online alışveriş). *İstanbul Aydın Üniversitesi İletişim Çalışmaları Dergisi*, 3(1), 87-129.
- Gupta, S, Pitkow, J. ve Recker, M. (1995). Consumer survey of www users. <http://www.umich.edu/~sgupta/hermes.htm>.
- Gülmez, M. ve Dörtöyol, İ. T. (2009). Açıklamalı Pazarlama Sözlüğü. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Gültaş, P., Yıldırım, Y., (2016). İnternette Alverişte Tüketici Davranışını Etkileyen Demografik Faktörler, *Dicle Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 6(10), 32-50.
- InvestCo Corporate Finance. (2006, Ağustos). Tüketici alışkanlıkları anketi, hazır giyim.
- Ji, M. F.ve Wood, W. (2007). Purchase and consumption habits: Not necessarily what you intend. *Journal of Consumer Psychology*, 17(4), 261-276.
- Koç, E., Nart, S. ve Baş, O. (2017). The Influence of country of origin on brand image and brand attitudes: an empirical study on Turkey. *Journal of Business Science*, 5(2), 89-103.
- Özbay, Ö. (2008). Çapraz tablo analizi nasıl yapılır?: Pratik bir açıklama. *Hacettepe Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Dergisi*, Cilt: Güz, Sayı: 9, 459-470.
- Quinn, J. M., ve Wood, W. (2005). Habits and social roles in a community sample. Unpublished Manuscript, Duke University.
- Sharma, S., Gupta, B. ve Sharma, V. (2013). A study on gender differences in online shopping behaviour, 352-355.
- Tayfun, A. ve Yıldırım, M. (2010). Turistlerin tüketim davranışları kültüre/milliyete göre farklılık gösterir mi? Alman ve Rus turistler üzerine bir araştırma. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 2(2),43-64.
- Terzioğlu, M. K. ve Doğanün, A. (2013). Factors affecting consumption behaviors of consumers in Turkey. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 35, 177-183.
- Torlak, Ö. (2000). Tüketim: Bireysel eylemin toplumsal dönüşümü. İstanbul: İnkılab Yayınları.
- Turan, A. (2011). İnternet alverişi tüketici davranışını belirleyen etmenler: Planlı davranış teorisi (TPB) ile ampirik bir test. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 12(1), 128- 143.
- Wenjie Xu, A (2010). Empirical study on influencing factors to college students' online shopping. *IEEE*, 5, 612-615.
- Wood, W., Quinn, J. M., ve Kashy, D. A. (2002). Habits in everyday life: Thought, emotion, and action. *Journal of Personality and Social Psychology*, 83, 1281-1297.

DETERMINATION OF THE FACTORS AFFECTING THE CONSUMPTION PREFERENCES OF INDIVIDUALS: SAMPLE OF SIVAS

Şükran KARACA, İbrahim YEMEZ

Extendent Abstract

Introduction

It is possible for people to maintain their physical, social and cultural existence, to improve their living standards, to meet their unlimited needs, and to meet these infinite needs requires economic activities.

Consumption is the last link in this chain of economic activities. There is no life without consumption activities (Babaoğul, 2016, s. 6). Consumption emerged with the aim of meeting the needs at first, but in time, it became distant from meeting the needs and became a structure defining social status.

The concept of consumption is defined as the ideology of today's world, and like all ideologies, it is criticized as both negative and positive. Ideology is based on a richer life as a result of more production and consumption, and is considered as a factor that restricts people's freedom, makes people dependent on others and alienates them (Odabaşı, 1999, s. 4).

Fashion, technological change and social pressure have led people to consume more and more, and this has led to changes in the consumption preferences of individuals. Using the latest innovations in technology in e-commerce with the same speed has enabled individuals to make more reliable and easier choices while shopping online. In this sense, consumers will be able to access information about the products they will buy in a short time, make comparisons, choose the appropriate payment methods and so on. This may cause changes in consumption preferences. In this context, the aim of this study is to determine the consumption preferences of individuals living in the city center of Sivas and to determine the factors that affect these habits.

Methodology

The main body of the study is composed of people living in the borders of Sivas province. The study group consisted of 388 people living in the city center of Sivas province and determined easy by sampling method. The data were collected by the researchers themselves using the face to face questionnaire method. In the questionnaire used as data collection tool, there are 17 expressions that measure consumption preferences and there are 9 expressions which have multiple choice and 8 expressions which measure demographic characteristics of participants. The statements measuring the consumption preferences in the questionnaire were created by using the Consumer Habits Questionnaire published by the company InvestCo Corporate Finance, Ready-Made Clothing (August, 2006). In the analysis of the data, Frequency Distribution and Cross-Tabs analysis were used.

Results

The aim of this study was to determine the factors affecting consumption preferences of individuals living in the city center of Sivas. In this context, 388 individuals were selected by means of sampling method, multiple choice questions were presented with face-to-face questionnaire technique, and their answers were evaluated and interpreted by frequency analysis and cross-table analyzes. According to the findings, 64.4% of the participants considered the country of origin when buying an outfit, and it is seen as a factor that has an effect on the product or country where the product is produced, preferring the product. However, in terms of 35.6%, it can be said that where and by which country the garment is produced does not make any sense and does not have any effect on purchasing decisions. When we look at the distributions by gender again, 68.3% of the women give importance to the country of origin of the outfit and considers this when buying; 61.4% of males are given importance to the country of origin. In this context, it can be said that while women buy clothes, compared to men, they give more importance to the country where they are produced and that the country of origin is effective in their dress choices. If you said, "At least sometimes I look at the

label" to find out in which country the product is made, would you avoid buying clothes made in certain countries?

So, what countries do you avoid taking? When the distribution of the answers for the question is examined, it is seen that the consumers avoided buying the most Chinese goods with 35,34% and the products produced in the African countries with 11,03% USA and 9,13%. It is seen that 25,5% of the participants think about paying 101-150 TL. This rate is 22.9% for women and 25.5% for men. Again, the rate of women who pay more than 250 TL for a pair of shoes is 18.8%, while this rate is 17.5% in men. Therefore, while males buy a pair of shoes, they are more sensitive than women. In the last 12 months, 54.6% of the participants exchanged clothes or accessories online, while 45.4% did not. At the same time, it is seen that women buy more clothes and accessories online than men in the last 12 months and they differ in favor from men. In the last 12 months, single persons have made more purchases online than buying weddings and accessories and they differed from singles in a positive way. In the last 12 months, it is seen that 32.46% of the participants did not buy clothes or accessories from the internet. According to the results, the second highest response with 26.6% was safety. It is observed that the participants purchased most of the clothes with 26,39% online, followed by 1 books, magazines, etc. with 18,81% and "electronic tools al with 16,03%. It is seen that smartphones are used with 39,9% in online shopping, followed by tablet computers with 26%, laptop with 24,7% and tablet with 9,3%, respectively. In addition, 55.9% of the participants use credit cards as a means of payment for online purchases. Secondly, the payment at the door with 21.9%, the third with 9.8% on the debit cards, the fourth with 8.8% on the virtual cards and the last two to 2.3% on the account with the transfer and the 1.3% to the BKM express method is preferred.

Conclusion and Discussion

Considering the answers of the participants to the questions measuring their consumption preferences; the majority of countries of their country of origin when receiving the product, while avoiding the purchase of the goods of their own country to avoid taking the goods of the priority given to his country's property, the purchase decisions determined by the factors caused by the product itself, the price of the product is not the main indicator, the majority of the As a result of his online shopping results reached. In addition, during the online shopping, individuals were able to purchase products in many categories, while they used more smart phones than they used to be in the past while shopping on the internet, and the most commonly used credit card as a method of payment.

As a result, changing the connection tools used by individuals to shop online and using more virtual cards than the old ones show that the style of consumption has changed and is influenced by technological developments. Due to the constraints of time and cost of the study, the sampling is limited only to the city center of Sivas and the analysis techniques used.

In future studies, it will be possible to reach more different results by using more comprehensive and more samples, with different analysis techniques.

IDENTIFYING THE MOTIVES OF SOCIAL SCIENCES STUDENTS FOR LEARNING RESEARCH METHODS: A PHENOMENOLOGICAL STUDY

Burak HERGÜNER

Assoc. Prof., İzmir Democracy University, Faculty of Economics and Administrative Sciences, Dept. of Political Sciences and Public Administration

burak.herguner@idu.edu.tr | ORCID: 0000-0002-6240-5463

Abstract

Learning research methods is important for university students to improve their scientific papers' quality. Therefore, universities include relevant courses in their curriculum. However, different elements may be in play regarding the students' attention for these courses, and the lecturers should be aware of those factors. Hence, this research aims to identify students' motives for learning research methods. Accordingly, a qualitative design was preferred in the study and university students' perceptions were revealed through the metaphors they created. A total of 72 students at a foundation university participated in the study. Metaphors created by the students were later classified into six categories.

Keywords: Research methods, metaphor, perception, motives, university students.

Acknowledgement: This article is the revised and expanded version of a paper presented in Turkish at the 2016 International Conference on Quality in Higher Education (ICQH). The author thanks the reviewers for their constructive comments.

SOSYAL BİLİMLER ÖĞRENCİLERİNİN ARAŞTIRMA YÖNTEMLERİNİ ÖĞRENMEYE YÖNELİK İSTEKLERİNİN BELİRLENMESİ: FENOMENOLOJİK BİR ÇALIŞMA

Özet

Yapacakları bilimsel çalışmalar açısından üniversite öğrencilerinin araştırma yöntemlerini bilmeleri önem taşımaktadır. Dolayısıyla üniversiteler müfredatlarına araştırma yöntemleriyle ilgili dersleri eklemektedir. Bununla birlikte, öğrencilerin bu derslere ilgisiyle alakalı farklı etkenler söz konusudur ve ilgili öğretim elemanları bu faktörlerden haberdar olmalıdır. Bu çalışma tekniğine göre nitel bir çalışma olup, üniversite öğrencilerinin araştırma yöntemleri olgusuna dair algılarını üretilen metaforlar yardımıyla ortaya koymayı amaçlamaktadır. Araştırma katılımcıları, Trabzon ilinde bulunan bir vakıf üniversitesinden toplam 72 üniversite öğrencisidir. Araştırma sonucu öğrencilerin metaforları altı kategori altında toplanmıştır.

Anahtar kelimeler: Araştırma yöntemleri, metafor, algı, güdü, üniversite öğrencileri.

Bilgilendirme: Bu makale, 2016 yılında yapılan ICQH konferansında Türkçe olarak sunulmuş çalışmanın gözden geçirilerek genişletilmiş İngilizce versiyonudur. Yazar, hakemlerin yapıcı yorumlarına teşekkürü borç bilir.

Introduction

There is a myriad of studies criticizing the quality and originality of university students' academic papers. Among these, for example, Şen (2013) argued that master's theses and doctoral dissertations in Turkey had limited international impact, and in order to increase the impact factor of their works, students should better know the ways to guide them to succeed in their research. In other words, they should learn about research methods.

Besides, Meyer et al. (2005) maintained that university students—mostly in social sciences—tried to avoid taking courses about research methods as they include statistical approaches. Moreover, by and large, the ones taking the relevant courses have difficulty to pass them.

On the other hand, in a qualitative study on the 3rd year university students' academic papers, Uzun et al. (2007) found that principal reasons of plagiarism were the perceived difficulty of the assignment, being insufficiently informed about the assignment, sympathy (or lack thereof) for the instructor and impunity of plagiarists. The most notable result of the study was that impunity ranks last among the mentioned reasons.

Romiszowski (2004) asserted that, in higher education, the course instructors were no longer considered as the main source of students' knowledge. Rather, they are regarded as the manager of the knowledge resources of the students. Thus, for Ali et al. (2011); Banerjee and Brinckerhoff (2002), they should be aware of the diversity of learners and apply suitable evaluation strategies and measurement practices in their course.

The course content is significant for the fulfillment of the student expectations about the course (Moore, 1989; Young and Norgard, 2006). The students have expectations of a given course before they take it. Later, the course experience, together with expectations establish their relevant perceptions and motives. The course is perceived by the students more likely based on how well the lecturer performance fulfills their innate needs, wants, or desires. Thus, instructors should know the students' motives to meet their expectations.

On the grounds mentioned above, this research aims at revealing university students' perceptions on research methods through metaphors and the following is the main research question this study seeks to answer: *What are the university students' perceptions on research methods?*

The study is significant as learning research methods is crucial for university students to succeed in their graduation project or thesis, which are mandatory for their graduation. Besides, the research contributes to the limited literature on this topic, and its findings are expected to be helpful to the relevant courses' lecturers.

The research was conducted at a foundation university in Trabzon / Turkey and is limited to the research methods. So, the results cannot be generalized for other courses.

1. Research Design

In the study, phenomenology was used to explore participant students' course experience. Phenomenology seeks to reveal human perceptions and it is both a research and philosophical method that attempt to examine the perceptions of those experiencing a particular phenomenon to identify and describe its essence. It necessitates a new way of looking at things for a more in-depth understanding (Güler et al., 2015; Kavanagh and Knowlden, 2004; Martins, 2008; Yıldırım and Şimşek, 2008; Woodgate, 2006). Accordingly, in this study seeking to provide for structures of experience of broader range, the students having taken the research methods course were chosen to deal with the full panorama of actual and concrete experience, rather than conducting the research with a higher number of students including the ones not yet having taken the course but having a basic idea about it.

Recently, there has been a tendency to use metaphors more often in education, and this stimulates new research efforts on metaphors' strength to reveal perceptions (Güveli et al., 2011; Hacifazlıoğlu et al., 2011; Saban, 2006). For Gibbs et al. (2004, p. 1191), an increasing number of research papers on cognitive science show that metaphors are an important part of people's imagination, ordinary thought and reason along with being a rhetorical and linguistic figure. Likewise, Lakoff and Johnson (2005); Schmitt (2005) argue that metaphors make it possible to reveal both individual and collective patterns of thought and action as they provide a basis for describing everyday cognitive structures.

Accordingly, in this study, the student perceptions were revealed through metaphors. A similar method was used in several studies—e.g. Geçit and Gençer (2011) about geography, Güveli et al. (2011); Karagöz et al.

(2016) on mathematics, Akhan et al. (2014) about higher teacher education school students' perceptions on social sciences.

Purposive sampling was used in the study. This sampling method is mostly preferred for phenomenological studies as the purpose is to find people who had experienced a certain phenomenon (Erkuş, 2013; Güler et al., 2015). In phenomenological studies, the sampling size is generally between 5 and 25. However, a five-fold increase in the sampling size is possible in consideration with the significance and problem of the study (Güler et al., 2015). Therefore, in this study, the sampling size was estimated at a maximum of 75.

The data were gathered at the end of the 2015-16 educational year from 32 Economic and Administrative Sciences students taking Research Methods course with course code ISL 302, and 47 Master's with thesis along with non-thesis master's degree students taking Research Methods in Social Sciences course with course code SBE 509 during course hours. The study was conducted with both graduate and undergraduate students to have a more comprehensive analysis because graduate students are supposed to have higher levels of critical thinking and lower levels of procrastination. Besides, they are more innately motivated to learn than the under-graduate students due to having chosen to pursue an advanced degree leading to more university experience and greater intrinsic motivation (Artino and Stephens, 2009; Schunk et al., 2008).

The data were collected in classrooms. Participants were asked to complete the sheet beginning with "Research Methods are like.....because....." (Araştırma Yöntemleri.....gibidir. Çünkü.....). The students were given 10 minutes to complete their answer. A total of 7 responses-5 graduate and 2 undergraduate students' response-were eliminated as they lacked a metaphor or explanation for created metaphor. Hence, a total of 72 participants were included in the analysis. Later, metaphors were categorized under different themes, and direct quotations from participants supported established themes.

The reason why the said participants were chosen is that their perception of research methods was shaped through relevant course experience with the same lecturer. Furthermore, in several research papers such as the one of Carlson (2001) and Güveli et al. (2011), the participants were asked to choose among fixed metaphors. Nonetheless, in this study, the participants were asked to create their own metaphor in order to increase creativity.

The most common ways of increasing validity and reliability of phenomenological studies are: (a) Double check of data; (b) Feedback from participants and; (c) Support of a different researcher (Güler et al., 2015). Moreover, as validating themes in the initial and last steps of data analysis is essential, an outside reviewer is requested to give his feedback (Alhojailan, 2012; Miles and Huberman, 1994). In the same vein, in this study, answers were read three times and the researcher verified categories. Then, answer sheets were anonymously read in the classroom, and participants were asked to give their opinions about the metaphors and categories. Finally, answer sheets were read by an outside reviewer to make his own categorization of metaphors, and a comparison was made between two sets of results. There was an agreement on 67 metaphors out of 72. This means a reliability of 93.05 percent based on Miles and Huberman formula - i.e. reliability percentage = [agreement/(agreement+disagreement)]X100).

2. Findings and Discussion

A total of 72 participants' mental images about research methods were examined through metaphors. A total of 67 different metaphors were classified into six categories. 30 undergraduate (41.67%) and 42 graduate students (58.33%) participated in the research. 44 out of 72 participants (61.11%) were male, and 28 participants (38.89%) were female. 25 participants out of 42 (59.5%) were enrolled in a graduate program with thesis and 17 (40.5%) without thesis.

Table 1 indicates the undergraduate students' metaphors. Based on these metaphors, six categories were created as follows: *Enjoyment, triviality, significance, difficulty, complexity, and orderliness*. Among these categories, the significance is the most common with 36.67%. It is followed by enjoyment (26.67%), complexity and orderliness (13.3% for both) categories.

Another noticeable point in the table is that some of the same metaphors are in different categories. This is because the participants' causation for the same metaphor widely differs. For example, one of two participants who created sports metaphor wrote that he/she got so much tired as he/she puzzled his/her brain over research methods while the other explained that he/she would benefit from learning research methods as

he/she would be well prepared for related issues in the future. Therefore, they were classified in different categories–significance and difficulty–as explained above.

Table 1: Metaphors of Undergraduate Students

Category	Metaphor	f	%
Enjoyment	Riddle (Bulmaca), Raki (Rakı) (2), Galatasaray SK (Galatasaray), Candy (Şeker), Amusement park (Lunapark), Cellphone (Cep telefonu), a football match on astroturf (Halı saha maçı)	8	26.67
Triviality	Outer space (Uzay boşluğu)	1	3.33
Significance	Skeleton key (Maymuncuk), Sports (Spor), Soup (Çorba), Water (Su), Life (Hayat), Dynamo (Dinamo), Meat and vegetable stew (Türlü yemeği), Ladder (Merdiven), Soldier (Asker), Plum (Erik), Food (Yemek)	11	36.67
Difficulty	Sports (Spor), Water (Su)	2	6.67
Complexity	Rose (Gül), Gordian Knot (Çözülemeyen Düğüm), Soup (Çorba), Me (Ben gibi)	4	13.33
Orderliness	Mechanism (Makina), Skyline (Ufuk çizgisi) (2), Light (Işık)	4	13.33

Graduate students' metaphors are given in Table 2. In the table, it can be seen that the highest number of metaphors are in significance category (66.67%). The second highest rate of metaphors is in orderliness category (16.67%). They are followed by complexity (9.52%), difficulty (4.76%), and enjoyment (2.38%). Graduate students created no metaphor to be labeled for triviality category.

Table 2: Metaphors of Graduate Students

Category	Metaphor	f	%
Enjoyment	Giresun city (Giresun)	1	2.38
Significance	Spring (Kaynak), Equation (Denklem), Stair (Basamak), Touchscreen Cellphone (Dokunmatik telefon), Technology (Teknoloji), Bread (Ekmek), Machine (Makina) (2), Key (Anahtar), Compass (Pusula), Water (Su), Engine (Motor), Cow (İnek), Pen (Kalem), Flower (Çiçek), Flag (Bayrak), Navigation (Navigasyon), Glass (Cam), Parachute (Paraşüt), Vehicle (Araç), Ladder (Merdiven), Assistant coach (Yardımcı teknik director), Well (Kuyu), Oxygen (Oksijen), Newborn baby (Küçük bebek), Bridge (Köprü), Mirror (Ayna), Pomegranate (Nar)	28	66.67
Difficulty	Neighbourhood (Mahalle), Root (Kök)	2	4.76

Complexity	Intertwined ball of wool (Dolaşmış yün yumağı), Woman (Kadın), Intertwined string (Dolaşmış ip), Child (Çocuk)	4	9.52
Orderliness	Formula (Formül), Lego (Lego), Poem (Şiir), Vehicle (Araç), Life (Hayat), Pomegranate (Nar), Snow (Kar)	7	16.67

Table 3 illustrates the conceptual categories, the number of different metaphors, frequency and percentage. As seen in the table, the category of research methods as a source of significance has the highest number of metaphors with 39 metaphors (54.17 %), 36 of which are different. On the other hand, the category of research methods as a triviality has the least with just one metaphor (1.39 %).

Table 3: Total Metaphors for Research Methods

Conceptual Categories	Number of different metaphors	Frequency (f)	Percentage (%)
Research methods as a source of enjoyment	8	9	12.5
Research methods as a triviality	1	1	1.39
Research methods as a source of significance	36	39	54.17
Research methods as a source of difficulty	4	4	5.56
Research methods as a source of complexity	8	8	11.11
Research methods as a source of orderliness	10	11	15.28
Total	67	72	100

2.1. The Significance (or Triviality) of Course Content

In a study about pre-service nursing students, Birks et al., (2011) maintain that the increase in the appreciation of the significance of course content will eventually improve the students' experience in their education, and the value of course content is essential for competency development. They also argue that it is important to identify students' understandings of how studies are related to their future professional nursing role. On the other hand, the lack of significance (triviality) of course content implies either that the content did not make a difference or it was not adequately described so that differences could be noticed (Schram, 1996).

In the current research, an undergraduate student, who created "Skeleton key" metaphor classified in significance category, explained:

Research methods are like a skeleton key because it opens many different locks / Araştırma yöntemleri maymuncuk gibidir. Çünkü maymuncuk gibi çoğu kapıyı açar.

A graduate student enrolled in a graduate program without thesis explained his/her stair metaphor in significance category as follows:

Research methods are like a stair, because it is a springboard for succeeding in master's degree and doctoral programs, thus improving the academic career. / Araştırma yöntemleri basamak gibidir. Çünkü, yüksek lisans, doktora ve akademik kariyerde ilerlemeye olanak sağlar.

Another participant enrolled in a graduate program without thesis creating ladder metaphor in the same category clarified:

Research methods are like a ladder because it helps us reach our goals. / Araştırma yöntemleri merdiven gibidir. Çünkü amacımıza merdiven basamakları gibi ulaşmamızı sağlar.

From this point of view, it can be said that students enrolled in a graduate program without thesis attribute significance to research methods as well.

2.2. Enjoyment

According to Lumby (2011), the directive to 'enjoy' has become pervasive in Western culture for the provision of goods and services, and higher education has not escaped this reality.

Enjoyment is a crucial determinant influencing the time an individual allocates to an activity (Dishman et al., 2005; Graves et al., 2010; Kolt, Driver, Giles, 2004). It is, for example, an essential characteristic of the youth sports experience and a construct worthy of independent research and discussion (Scanlan and Lewthwaite, 1986).

Enjoyment is a term usually used by policymakers, practitioners, communication scholars and students as identical with a range of other concepts such as satisfaction and fun (Green, Brock and Kaufman, 2004; Lumby, 2011). However, this is not helpful for scholars researching the presence of enjoyment in the schools. Therefore, it should be clearly defined to avoid ambiguity. Hartley (2006, p. 7) defines enjoyment as an emotion. For him, it is about how we feel, not about what we think.

One might benefit from various disciplines including philosophy to conceptualize the emotion of enjoyment with more clarity. However, according to Warner (1980), enjoyment has received less attention than it deserves in contemporary philosophy. For him, this is unfortunate as there are significant and systematic connections between enjoyment and other concepts such as motivation, reasons for action and beauty (Warner, 1980).

In the literature, there is a myriad of studies about enjoyment and education. For example, in a study exploring the impact of learning styles and online participation on students' self-reported enjoyment levels in distributed learning environments, Simpson and Du (2004) found that learning style affects students' enjoyment level but class participation does not.

In this study, as previously mentioned, enjoyment is the second most common category after significance. The student, who created the "Riddle" metaphor classified in this category, explained:

Research methods are like a riddle and I take it positively because the riddle is difficult to solve but enjoyable. As you solve it, you become more interested in it and as you become more interested, you'd like to solve it / Araştırma yöntemleri bulmaca gibidir ve benim için olumlu yöndedir. Bunun sebebi ise bulmaca çözmesi zor ama zevkli bir oyundur. Çözdükçe sonunu merak eder, merak ettikçe çözmek istersin

Another participant who created a metaphor classified in the same category clarified her response this way:

Research methods are like a football match on astroturf. Even though it makes me tired, I can't help playing it / Araştırma yöntemleri halı saha maçı gibidir. Her ne kadar yorgunluk verse de yine de kendimi gitmekten alıyoyamam.

2.3. Complexity and Difficulty

Alhadeff-Jones (2008) suggests that the notion of complexity denotes the condition or quality of being complex. He further explains that the roots of the word can be traced back to the 14th-century Latin expression 'complexus'. However, it is largely admitted that it is adapted from the modern French, the term derives from 'cum' and 'plectere', meaning, encompassing, encircling, embracing, comprehending, comprising, surrounding. In addition, the use of the word in English has a tendency to be akin to the sense of plaited together, interwoven. More specifically, it usually portrays personality, society, thoughts or feelings that the mind has difficulty in grasping and are not simply disentangled.

In their study on the impact of complexity and complexity theory for project management and project management education, Thomas and Mengel (2008, p. 307) assert that the term complexity is generally used in its dictionary definition rather than in the theoretical context of complexity theory. They further argue that the notion of complexity has been largely studied in different fields such as astronomy, evolutionary, chemistry, biology, meteorology and geology. Nonetheless, its translation into management theory and education has taken a long time.

About the appropriateness of complexity theory to the educators and educational researchers' concerns, Davis (2008) argues that thinking in the perspectives of complexity theory challenges traditional modes of interpretation and, therefore, offers valuable insights into the educational information and content that teachers have at their disposal along with educational research.

In the category of complexity (13.33%), the participant who created the Gordian knot metaphor wrote:

Research methods are like Gordian knot because first I understand everything clearly but in the following topic, I get confused. This is why it is knotty. / Araştırma yöntemleri çözülemeyen bir düğüm gibidir. Çünkü ilk önce anlıyorum ancak, üstüne başka bir konu gelince karıştırıyorum. O yüzden sanki düğüm üstüne düğüm atılmış gibi oluyor.

Ting (2000) underlines the difficulty of course content—i.e. difficulty in this study— as one of the important determinants of satisfaction with course design. Accordingly, in the current research, four different metaphors were created by participants in the difficulty category.

2.4. The Orderliness of Course Content

Hearn (1985) stresses three significant domains of student academic satisfaction: (a) social support factors such as levels of faculty supportiveness and availability of student interaction; (b) teaching style factors such as the orderliness of course presentations and (c) faculty competence factors such as the students' sense of faculty commitment and knowledgeable.

As can be seen in his approach to the satisfaction level of students, he places a certain value on the orderliness of course presentation. Likewise, Hau-Siu Chow (1995) maintains that Asian cultures place a high value on orderliness and conformity in education.

In the current research, the mechanism metaphor classified in the orderliness category (13.33%) was explained by the participant as follows:

Research methods are like a mechanism because if you do not master it, it is difficult to bring the parts together and make a meaningful whole. / Araştırma yöntemleri makina gibidir. Çünkü bilmediğin zaman anlamak, parçaları birleştirmek ve anlamlı bir bütün oluşturmak zor olur.

Conclusion

The objective of the current study is to reveal the main motives of Social Sciences students to learn research methods. Thus, the phenomenology was preferred in the study to reveal the experiences and meanings related to the phenomena. Accordingly, social sciences students' motives were explored through metaphors. As previously said, in the study, the participants were not asked to pick among the choices in order to increase creativity. Hence, 67 different metaphors were created by 72 students on the motives for learning research methods (MLRM). The results drew the introduction of five factors for MLRM. These were significance, difficulty, self-confidence, enjoyment, and orderliness.

In the research, it was revealed that research methods were widely regarded as a source of enjoyment among undergraduate students (26.67%) unlike graduate students (2.38%). Furthermore, both undergraduate and graduate students regard research methods as significant but in different percentage (66.67% for graduate, 36.67% for undergraduate). So, it may be argued that graduate students are significantly more future-oriented than undergraduate students. This result is in line with the studies of Artino and Stephens, 2009 and Schunk et al., 2008.

Finally, this research suggested that the MLRM was mainly shaped by significance, difficulty, self-confidence, enjoyment, and orderliness. Nonetheless, education practices and approaches have changed through ages and generations, as evidenced by the changes from educational practices of Ahi unions in history (Hergüner, 2012a) to the recent application of capability approach in education (Hergüner, 2012b) in the Turkish context.

Therefore, any difficulties identified in this study conducted in the Turkish context should be regarded as opportunities for improvement.

References

- Akhan, N. E., Kılıçoğlu, G., and Gedik, H. (2014). Sosyal bilgiler öğretmenliği birinci sınıf öğrencilerinin sosyal bilgiler ve sosyal bilimlere yönelik metaforları. *Turkish Studies-International Periodical for the Languages, Literature and History of Turkish or Turkic*, 9/8 Summer, 73-90.
- Alhadef-Jones, M. (2008). Three generations of complexity theories: Nuances and ambiguities. *Educational Philosophy and Theory*, 40(1), 66-82.
- Alhojailan, M. I. (2012). Thematic analysis: A critical review of its process and evaluation. *West East Journal of Social Sciences*, 1(1), 39-47.
- Ali, A., Ramay, M. I., and Shahzad, M. (2011). Key factors for determining student satisfaction in distance learning courses: A study of Allama Iqbal Open University (AIOU) Islamabad, Pakistan. *Turkish Online Journal of Distance Education*, 12(2), 114-127.
- Artino Jr, A. R., and Stephens, J. M. (2009). Academic motivation and self-regulation: A comparative analysis of undergraduate and graduate students learning online. *The Internet and Higher Education*, 12(3-4), 146-151.
- Banerjee, M. and Brinckerhoff, L. C. (2002). Assessing student performance in distance education courses: Implications for testing accommodations for students with learning disabilities. *Assessment for Effective Intervention*, 27(3), 25-35.
- Birks, M., Cant, R., Al-Motlaq, M., and Jones, J. (2011). "I don't want to become a scientist": Undergraduate nursing students' perceived value of course content. *Australian Journal of Advanced Nursing*, 28(4), 20-27.
- Carlson, T. B. (2001). Using metaphors to enhance reflectiveness among preservice teachers. *Journal of Physical Education, Recreation and Dance*, 72, 1; *ProQuest Education Journals*, 49-53.
- Davis, B. (2008). Complexity and education: Vital simultaneities. *Educational Philosophy and Theory*, 40(1), 50-65.
- Dishman, R. K., Motl, R. W., Saunders, R., Felton, G., Ward, D. S., Dowda, M., and Pate, R. R. (2005). Enjoyment mediates effects of a school-based physical-activity intervention. *Medicine and science in sports and exercise*, 37(3), 478-487.
- Erkuş, A. (2011). *Bilimsel araştırma süreci*. (4th edition). Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Graves, L. E., Ridgers, N. D., Williams, K., Stratton, G., Atkinson, G., and Cable, N. T. (2010). The physiological cost and enjoyment of Wii Fit in adolescents, young adults, and older adults. *Journal of Physical Activity and Health*, 7(3), 393-401.
- Geçit, Y., and Gençer, K. (2011). Sınıf öğretmenliği 1. sınıf öğrencilerinin coğrafya algılarının metafor yoluyla belirlenmesi (Rize Üniversitesi örneği). *Marmara Coğrafya Dergisi*, 23, 1-19.
- Gibbs, R. W., Lima, P. L. C., and Francozo, E. (2004). Metaphor is grounded in embodied experience. *Journal of pragmatics*, 36(7), 1189-1210.
- Güler, A., Halıçioğlu, M. B., and Taşgın, S. (2015). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma* (2nd edition). Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Güveli, E., İpek, A. S., Atasoy, E., and Güveli, H. (2011). Sınıf öğretmeni adaylarının matematik kavramına yönelik metafor algıları. *Turkish Journal of Computer and Mathematics Education (TURCOMAT)*, 2(2), 140-159.
- Hacıfazlıoğlu, Ö., Karadeniz, Ş., and Dalgıç, G. (2011). Okul yöneticilerinin teknoloji liderliğine ilişkin algıları: metafor analizi örneği. *Eğitim Bilimleri Araştırmaları Dergisi-Journal of Educational Sciences Research*, 1(1), 97-121.
- Hartley, D. (2006) Excellence and enjoyment: the logic of a 'contradiction'. *British Journal of Educational Studies*, 54(1), 3-14.

- Hau-Siu Chow, I. (1995). Management education in Hong Kong: needs and challenges. *International Journal of Educational Management*, 9(5), 10-15.
- Hearn, J. C. (1985). Determinants of college students' overall evaluations of their academic programs. *Research in Higher Education*, 23(4), 413-437.
- Hergüner, B. (2012a). Revisiting history: Social capital formation in Ahi unions. *Academic Research International*, 3(3), 357 - 364.
- Hergüner, B. (2012b). In pursuit of equity: The capability approach and education. *Public Policy and Administration Research*, 2(5), 22-28.
- Karagöz, Y., Bardakçı, S., Demir, B., Arslan, R., and Yemez, İ. (2016). İİBF öğrencilerine yönelik matematik tutum ölçeği geliştirilmesi. *AİBÜ-İİBF Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 12(2), 40-55.
- Kavanagh, K. H., and Knowlden, V. (2004). *Many Voices: Toward caring culture in health care and healing*. Madison: The University of Wisconsin Press.
- Kolt, G. S., Driver, R. P., and Giles, L. C. (2004). Why older Australians participate in exercise and sport. *Journal of aging and physical activity*, 12(2), 185-198.
- Lakoff, G. and Johnson, M. (2005). *Metaforlar hayat, anlam ve dil*. (Translated by G. Y. Demir). İstanbul: Paradigma Yayınları.
- Lumby, J. (2011). Enjoyment and learning: policy and secondary school learners' experience in England. *British Educational Research Journal*, 37(2), 247-264.
- Martins, D. C. (2008). Experiences of homeless people in the health care delivery system: a descriptive phenomenological study. *Public health nursing*, 25(5), 420-430.
- Meyer, J. H., Shanahan, M. P., and Laugksch, R. C. (2005). Students' conceptions of research. I: A qualitative and quantitative analysis. *Scandinavian journal of educational research*, 49(3), 225-244.
- Miles, M. B., and Huberman, A. M. (1994). *Qualitative data analysis: An expanded sourcebook*. London: Sage.
- Moore, M. G. (1989). Editorial: Three types of interaction. *The American Journal of Distance Education*, 3(2), 1-6.
- Romiszowski, A. (2004). How's the e-learning baby? Factors leading to success or failure of an educational technology innovation. *Educational Technology*, 44(1), 5-27.
- Saban, A. (2006). Functions of metaphor in teaching and teacher education: A review essay. *Teaching Education*, 17(4), 299-315.
- Scanlan, T. K., and Lewthwaite, R. (1986). Social psychological aspects of competition for male youth sport participants: IV. Predictors of enjoyment. *Journal of sport psychology*, 8(1), 25-35.
- Schram, C. M. (1996). A meta-analysis of gender differences in applied statistics achievement. *Journal of Educational and Behavioral Statistics*, 21(1), 55-70.
- Schmitt, R. (2005). Systematic metaphor analysis as a method of qualitative research. *The qualitative report*, 10(2), 358-394.
- Schunk, D. H., Pintrich, P. R., and Meece, J. L. (2008). *Motivation in education: Theory, research, and applications*, 3rd ed. Upper Saddle River, NJ: Pearson Education.
- Simpson, C., and Du, Y. (2004). Effects of learning styles and class participation on students' enjoyment level in distributed learning environments. *Journal of education for library and information science*, 45(2), 123-136.
- Şen, Z. (2013). Türkiye'de yüksek lisans ve doktora eğitimi kalitesinin iyileştirilmesi için öneriler. *Yükseköğretim ve Bilim Dergisi/Journal of Higher Education and Science*, 3(1), 10-15.
- Thomas, J., and Mengel, T. (2008). Preparing project managers to deal with complexity-Advanced project management education. *International journal of project management*, 26(3), 304-315.

- Ting, K. F. (2000). A multilevel perspective on student ratings of instruction: Lessons from the Chinese experience. *Research in Higher Education*, 41(5), 637-661.
- Uzun, E., Karakuş, T., Kurşun, E., and Karaaslan, H. (2007). Öğrenci gözüyle "aşırma"(intihal): Neden ve çözüm önerileri. *Akademik Bilişim*, 07, 183 – 188.
- Yıldırım, A. and Şimşek, H. (2008). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Young, A. and Norgard, C. (2006). Assessing the quality of online courses from the students' perspective. *Internet and Higher Education*, 9, 107–115.
- Warner, R. (1980). Enjoyment. *The philosophical review*, 89(4), 507-526.
- Woodgate, R. L. (2006). Living in a world without closure: Reality for parents who have experienced the death of a child. *Journal of Palliative Care*, 22(2), 75-82.

ÖZNEL İYİ OLUŞ HALİNİN İŞE TUTKUNLUĞA ETKİSİ: SİNOP İLİ TEKSTİL SEKTÖRÜ ÖRNEĞİ

Gaye ATİLLA

Doç. Dr., Süleyman Demirel Üniversitesi, İİBF, İşletme Bölümü

gayeatilla@sdu.edu.tr | ORCID: 0000-0003-1421-917X

Gizem YILDIRIM

Süleyman Demirel Üniversitesi, İİBF, İşletme Anabilim Dalı

yldrmgizeem@gmail.com | ORCID: 0000-0002-0601-7036

Özet

Bu çalışmanın amacı, tekstil çalışanların öznel iyi oluşlarının işe tutkunluk üzerindeki etkisini araştırmaktır. Bu doğrultuda çalışmada öznel iyi ve işe tutkunluk kavramları ilgili literatür çerçevesinde araştırılmış, ardından ilişkilere yönelik hipotezler geliştirilmiştir. Çalışmada ele alınan kavramlar, Sinop ilinde bir tekstil fabrikasında çalışan işgörenler örnekleminde araştırma değişkenleri olarak kullanılmıştır. Korelasyon analizi sonuçlarına göre; öznel iyi oluş boyutu ile en kuvvetli ilişkiye sahip boyutun yoğunlaşma olduğunu göstermektedir. Öznel iyi oluş boyutunun korelasyon katsayısı incelendiğinde dinçlik ve adanmışlık ile olumlu yönde anlamlı bir ilişkisi olduğu görülmektedir. Diğer bir açıdan regresyon analizi sonucunda öznel iyi oluş yoğunlaşma, dinçlik ve adanmışlık üzerinde pozitif bir etkiye sahiptir.

Anahtar kelimeler: Öznel iyi oluş, işe tutkunluk.

THE EFFECT OF SUBJECTIVE WELL-BEING ON WORKING PASSION: SINOP PROVINCE TEXTILE SECTOR

Abstract

The aim of this study is to investigate the effects of subjective well-being of textile workers on job engagement. In this direction, the concepts of subjective well-being and work-passion are researched in the context of related literature, and then hypotheses for relations have been developed. The concepts discussed in the study were used as research variables in the sample of employees working in a textile factory in Sinop province. According to the correlation analysis results; have the strongest relationship with the topic well-formed size. When the correlation coefficient of subjective well-being dimension is examined, it is seen that there is a significant positive relationship with vigor and devotion. On the other hand, subjective well-being as a result of regression analysis has a positive effect on concentration, vigor and devotion.

Keywords: Subjective well-being, work engagement.

Giriş

Öznel iyi oluş kavramı olumlu duyguların olumsuz duygulara göre daha fazla yaşanması ve yaşamdan alınan doyum olarak tanımlanmakta (Diener, 1984, s. 542) ve ruh sağlığının pozitif tarafını temsil etmektedir (Diener, 2000, s. 35). Bu kavram, kişinin yaşamına dair öznel yargı ve duygularını göstermektedir (Tuzgöl Dost, 2016, s. 105). Birey kendi yargı ve duygularına dayanarak hayatının bir değerlendirmesini yapmaktadır. Bu değerlendirme yapılırken 3 temel unsur göz önünde bulundurulmaktadır. Bu unsurlar: pozitif duyguların mevcudiyeti, negatif duyguların yaşanmaması ve kişinin yaşantısından aldığı doyum olarak ifade edilebilir (Myers ve Diener, 1995, s. 11).

İşe tutkunluk “olumlu, doyum verici, çalışmayla ilgili ruh hali” şeklinde tanımlanmaktadır. Fakat, anlık ve belirli bir durum olmaktan daha çok, işe tutkunluk herhangi bir nesne, olay, kişi ve davranışa odaklanmayan daha kalıcı, her daim hissedilen duygusal-bilişsel bir durumu ifade etmektedir (Schaufeli vd. 2002, s. 73-74). Bu ruh hali üç boyutu içermektedir: dinçlik, adanmışlık ve yoğunlaşma. Dinçlik boyutu çalışma esnasında yüksek enerji düzeyi, zihinsel dayanıklılık, çabalama isteği ve hemen yorulmama yeteneğini içermektedir. Adanmışlık çalışmaya yönelik güçlü bir bağlılığı temsil etmekte ve önemlilik hissi, istek, ilham ve mücadele olgularını kapsamaktadır. Yoğunlaşma ise bireyin yaptığı işe tamamen odaklanması ve mutlu bir şekilde çalışmaya devam etmesi şeklinde ifade edilmektedir (Turgut, 2011, s. 156).

Bu araştırmada tekstil sektöründeki çalışanların iş yaşamları üzerinde önemli rol oynayan öznel iyi oluş halinin işe tutkunluk üzerindeki etkisini ortaya çıkarmak amaçlanmaktadır. Bu bağlamda öncelikle öznel iyi oluş ve işe tutkunluk kavramları açıklanarak aralarındaki ilişkiler kurgulanmış, daha sonra ise tekstil sektöründen seçilen uygun bir örneklem üzerinde gerçekleştirilen bir araştırma ile faktörler arasındaki ilişkilerin ortaya çıkarılması amaçlanmıştır.

1. Literatür Taraması

Bu başlık altında öznel iyi oluş ve işe tutkunluk kavramlarının tanım ve literatürdeki araştırma çerçevesi ele alınmaya çalışılacaktır.

1.1. Öznel İyi Oluş (*Subjective Well-Being*)

Öznel iyi oluş kavramı, bireylerin yaşantılarını değerlendirmelerini ele alan bir psikoloji alanıdır (Saygın, 2008, s. 14). Diener (1984, s. 543-544)'e göre bu kavramın üç unsuru bulunmaktadır. İlk unsur öznel olması, bireyin değerlendirmelerinde yer almasıdır. İkinci unsur olumlu ölçümler bulundurmasıdır. Diğer bir ifade ile öznel iyi oluş yalnızca olumsuz etmenlerin var olmayışı değil, ruh sağlığı kontrollerinin fazlalığıdır. Üçüncü unsur ise öznel iyi oluş karakteristik olarak bireyin hayatının tüm taraflarının umumi bir değerlendirmesidir.

1.1.2. Öznel İyi Oluş Kuramları

- **Erek (*Telic*) Kuramı:** Erek kuramına göre mutluluğa ulaşmak için istekler karşılanmalı ve amaçlara ulaşılmalıdır. Wilson (1960)'a göre, ihtiyaçlar karşılandığında mutluluk, ihtiyaçlar karşılanmadığında ise mutsuzluk ortaya çıkar. Doyum almak için ise bazı unsurlar bulunmakta ve uyum, istek derecesi ile bağlantılı hale getirilmelidir. Bu unsurlar; bireylerin deneyimleri, başkaları ile karşılaştırılmaları, bireysel değerlendirmeleridir (Akt. Nur Şahin, 2011, s. 21-22).
- **Etkinlik (*Activity*) Kuramı:** Etkinlik kuramı, mutluluğu isteme, düşünme ve mutluluğa ulaşma çabası ile hareket etmenin kişinin mutluluk seviyesini aşağı çektiğini ifade etmektedir. Bu kurama göre, bireyler önemli faaliyetler ve gayeler üzerinde yoğunlaşmalıdır çünkü mutluluk kendiliğinden gelmektedir (Diener, 1984, s. 564).
- **Tabandan-Tavana (*Bottom-Up*) ve Tavandan-Tabana (*Bottom-Down*) Kuramları:** Tabandan-tavana kuramı, mutluluğun güzel olan ve güzel olmayan, insana zevk veren ve zevk vermeyen anların ve hayatın deneyimlerinden oluştuğunu ileri sürmektedir. Tavandan-tabana kuramı ise, kişinin stresi nedeniyle öznel iyi olma halini doğrudan etkilediğini ileri sürmektedir. Tabandan-tavana kuramında kişi birçok mutlu an yaşadığı için mutlu iken, tavandan-tabana kuramına göre öznel iyi oluş, bireyin evrensel bir niteliğidir ve bu nitelik bireyin yüz yüze geldiği durumlara tepkilerini belirlemektedir (Deneve ve Cooper, 1998, s. 197, 219).
- **Yargı (*Judgment*) Kuramları:** Yargı kuramları, öznel iyi oluşun bazı standartlarla gerçek şartlar arasındaki karşılaştırmalar sonucunda ortaya çıktığını ileri sürmektedirler. Gerçekte meydana

gelmiş olay saptanan standardın üzerinde ise mutluluk ortaya çıkmaktadır. Bahsi geçen konu olan doyum ise, böylesi karşılaştırmalarda bilinçli, duygu söz konusu olduğunda ise bilinçsiz ya da bilinçdışı olabilmektedir. Bu kuram, olayların mukayese etme yönünden pozitif ya da negatif olduğunu belirlemekte olayların meydana getireceği duygunun ölçüsünü tahmin edebilmektedir (Yetim, 2001; Akt. Nur Şahin, 2011, s. 26).

- **Uyum (*Adaptation*) Kuramları:** Uyum kuramı, kişinin yaşamında meydana gelen olumlu ya da olumsuz durumlara uyum sağlayarak psikolojik denge durumunu korumaya çalıştığını savunmaktadır. Başka bir ifadeyle, kişiler mutsuzluk verici bir olaydan sonra uzun bir dönem mutsuz, biçare bir halde bulunmazken; mutluluk verici bir olay sonrasında da uzun süre sevincini, heyecanını sürdürememektedirler (Diener vd. 1999, s. 288).
- **Bağ (*Associationistic*) Kuramı:** Bağ kuramı şartlanma, bilişsel yüklemelerde bulunma, bellek ve bilgi işleme gibi süreçlerin üzerine geliştirilen ve birçok kuramı kapsayan genel bir yaklaşım olarak tanımlanmaktadır. Öznel iyi oluş çerçevesinden bağ kuramı, insanların mutluluğa erişmelerinin, zihinlerinde hayatlarına bağlı olarak gelişen bilişsel çağrışımlara dayanan değerlendirmeler ile gerçekleştiğini ileri sürmektedir. Bu kurama göre bireyin yaşantıları ile bu yaşantılar sonucunda oluşan düşünce ve duygularına dair bireyin zihninde bazı bilişsel bağlar oluşmaktadır. Bu durumda kendilerini mutlu hisseden kişiler, olumlu bağlara ilişkin güçlü bir zihinsel ağ oluştururlar ve alışkanlık gereği olumlu şekilde tepki halinde bulunmayı öğrenen insanlar olmaktadır (Diener, 1984, s. 566).
- **Dinamik Denge (*Dynamic Equilibrium*) Kuramı:** Wearing ve Headey (1989) tarafından ifade edilen bu kuram, öznel iyi oluşun kişinin huy ve kişiliğinin tesiri ile belli bir düzeyde ortaya çıktığını ileri sürmektedir. Dinamik denge kuramına göre, standart yaşam durumları kişinin öznel iyi oluşunu etkilememekte, sadece normal dışı yaşam durumları kişiyi öznel iyi oluşunda farklılığa neden olmaktadır. Birey normalin dışında pozitif ya da negatif herhangi bir durumla karşılaştığında öznel iyi oluşu bu durumun etkisi altında kalmakta, fakat bir süre sonra yine aynı seviyesine gelmektedir (Akt. Gomez vd., 2009, s. 2).

1.2. İşe Tutkunluk (*Work Engagement*)

İşe tutkunluk, bireyin çalışma sırasında hem kendi varlığını yaşaması hem de tecrübe etmesi gerekenleri senkronik olarak beraber ilerletmesini ifade eden davranışları meydana getirmektedir. Yalnız veya başka kişilerle beraber, bireyin fiziki olarak kendisini çalışmaya dahil etmesini, zihinsel olarak uyanık olmasını, çalışırken yaratıcılıklarını, görüşlerini, diğerleriyle olan kişisel ilişkilerini, ne tasarladığını ve ne hissettiğini açıklayarak diğerleri ile empati kapsamında iletişim kurmasını ifade eden durumları açıklamaktadır (Kahn, 1990, s. 694).

Kişinin işine olan bağlılık duygusundan çok, çalışması sırasında işine kendisini ne seviyede verebildiği ile ilgili olan işe tutkunluk (Çakıl, 2011; Akt. Bektaş ve Karagöz, 2018, s. 280), bireyin çalışması aracılığı ile kendini ifade etmesi durumunu içermektedir (Caymaz vd., 2013, s. 133).

Bu kavram güdüsel bir süreç ve üç boyutlu olarak ele alınmaktadır. Dinçlik (*vigor*), adanmışlık (*dedication*) ve yoğunlaşma (*absorption*) olarak adlandırılan bu boyutlar kişinin iş etkinliği ile olan ilişkisinin tanımıdır. Dinçlik, kişinin çalışma süresinde sahip olduğu enerji düzeyini, çabasını ve zihinsel dayanıklılığını ifade etmektedir. Adanmışlık, bireyin çalışmasına yüklediği anlamdır. Bir başka ifadeyle, birey çalışmasının cazibeli olduğunu ve bir gayeye hizmet ettiğini düşünmektedir. Bu ilgi çekici ve amaçlı faaliyeti sürdürürken istek, ilham, övünç gibi duyguları yaşamaktadır. Yoğunlaşma ise, bireyin faaliyete odaklanmasını temsil etmektedir. Dinçlik, adanmışlık ve yoğunlaşma duygusu güçlü olan bireyler işe tutkun sayılmaktadırlar (Schaufeli, 2002, s. 74).

1.2.1. İşe Tutkunluk Kavramına Dair Yaklaşımlar

İşe tutkunluğun tanımlanmasına dair dört adet yaklaşım bulunmaktadır. Bunlar; ihtiyaçları tatmin etme yaklaşımı, tükenmişliğin karşı savı yaklaşımı, tatmin-bağlılık yaklaşımı ve çok boyutlu yaklaşımdır (Schaufeli, 2013, s. 5).

- **İhtiyaçları Tatmin Etme Yaklaşımı:** İşe tutkunluğun meydana gelmesi iki evrede gerçekleşmektedir. Birinci evre, kişinin çalışması ile ilgili psikolojik gereksinimlerinin karşılanması ile kişinin kendisi ve çalışma rolü arasında duygusal, zihinsel ve fiziksel bir bağ kurulmasıdır. İkinci

evrede ise kurulan bağ ilerlerken kişinin elinde bulunduğu veya kişiyi ifade eden fiziksel, zihinsel ve duygusal durumlarını ve enerjilerini işine adanması ve bunu ortaya çıkarmasıdır (Kahn, 1990, s. 694).

- **Tükenmişliğin Karşı Savı Yaklaşımı:** Gitgide tükenmişlikten uzaklaşan dolayısıyla tükenmişlik bakış açısından işgören refahı bakış açısına bir dönüşümün gerçekleştiği görülmektedir. Öte yandan, negatif psikolojiden pozitif psikoloji akımına bir geçiş sağlanmaktadır (Başoda, 2017, s. 84).
- **Tatmin-Bağlılık Yaklaşımı:** Hayes, Harter ve Schmidt (2002, s. 269) işe tutkunluğu, işgören tutkunluğu biçimde ele almakta ve “bireyin işe kendini vermesi, işe yönelik tatmini ve isteği” şeklinde tanımlamaktadır.
- **Çok Boyutlu Yaklaşım:** Bu teoriye göre, kişiler örgütten ekonomik ve sosyo-duygusal kaynaklar edindiğinde, işletmeye manevi varlıkları ile karşılık vermektedirler. Dolayısıyla kişinin kendini işine adanması için belirlediği zihinsel, duygusal ve fiziksel kaynaklarının seviyesi, örgütün ona sunduğu ekonomik ve sosyo-duygusal kaynakların seviyesine bağlı olmaktadır (Saks, 2006, s. 602).

3. Özel İyi Oluş ve İşe Tutkunluk İle İlgili Çalışmalar

Acaray (2018)'in çalışmasında psikolojik iyi oluşun iş performansı üzerindeki güçlü pozitif etkisinde örgüt temelli özsaygı kısmi pozitif olarak güçlendirici bir etkileyen olarak ortaya çıkmıştır. Çalışmada aracı değişkenlere ilişkin olarak ulaşılan diğer temel bulgular ise çalışmaya tutkunluğun psikolojik iyi oluş ile iş performansı arasında kısmi pozitif olarak aracılık rolüne sahip olmasıdır.

Çankır ve Semiz Çelik (2018)'in çalışmasında psikolojik işe tutkunluğun ve özel iyi oluşun mali performans üzerindeki etkilerinin işgören performansına kıyasla daha kuvvetli olduğu görülmüştür.

Nel vd. (2015), pozitif liderlik davranışının psikolojik güçlendirme, çalışmaya tutkunluk ve iş tatminin öncülü olduğunun saptanması amacı ile 322 kimya endüstrisi personeli arasında yaptığı araştırmada pozitif liderlik davranışının psikolojik güçlendirmenin aracılığı ile çalışmaya tutkunluk ve iş tatmini üzerinde dolaylı etkisinin olduğunu tespit etmiştir.

Tuzgöl Dost (2004)'un çalışmasında, özel iyi oluşun öğrencilerin fakültelerine, bölümlerine, memnuniyetlerine, akademik başarılarına, algıladıkları ekonomik durumlarına ve ana-baba tutumlarına göre, fiziksel görünüşleri ve dini inançları üzerinde anlamlı bir farklılık göstermiştir. Fakat cinsiyetleri ve fiziksel sağlıkları durumlarında anlamlı bir farklılık göstermediği saptanmıştır.

Örücü ve Hatipoğlu (2018)'nin çalışmasında psikolojik güçlendirmenin anlamlılık boyutunun çalışmaya tutkunluğun tüm alt boyutları olan dinçlik, yoğunlaşma ve adanmışlık boyutlarının öncülü olduğu sonucuna varılmıştır. Psikolojik güçlendirmenin yeterlilik boyutunun çalışmaya tutkunluğun dinçlik ve yoğunlaşma boyutlarının öncülü olduğu tespit edilmiştir. Diğer yandan psikolojik güçlendirmenin özerklik boyutunun çalışmaya tutkunluğun dinçlik ve adanmışlık boyutlarının öncülü olduğu tespit edilmiştir.

4. Araştırmanın Metodolojisi

4.1. Araştırmanın Amacı

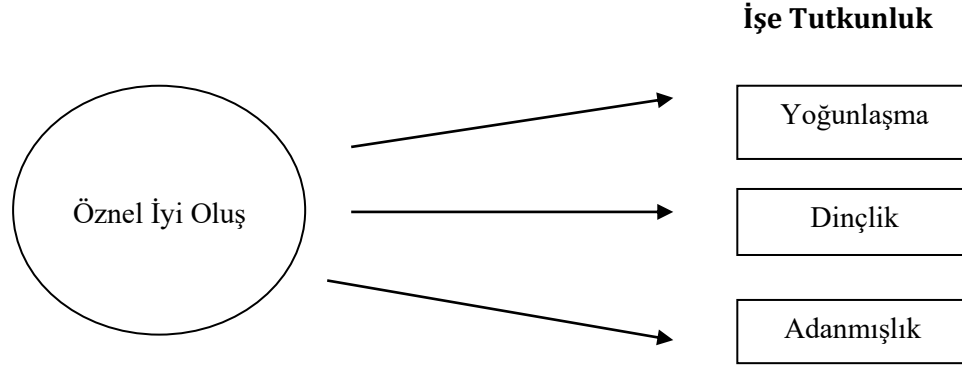
Araştırmada özel iyi oluş ve işe tutkunluk değişkenleri arasında bir ilişki olabileceği varsayımından hareketle bir tekstil fabrikasındaki çalışanların bu davranış düzeyleri arasındaki ilişkinin belirlenmesi amaçlanmıştır.

4.2. Evren ve Örneklem

Araştırmanın evrenini Sinop ilinde faaliyet gösteren bir tekstil fabrikasında çalışan 135 işgören oluşturmaktadır. Araştırmanın örneklemini ise %95 güven aralığında 101 işgören oluşturmaktadır. Bu örneklem çerçevesinde bütün personelden gönüllülük esasında anketleri doldurmaları istenmiştir. Kolayda örneklem yönteminin kullanıldığı çalışmada uç değer incelemesi sonucunda 3 anket değerlendirme dışı bırakılmış ve örneklem 102 işgören tarafından doldurulan anketlerden oluşmuştur.

4.3. Araştırmanın Modeli

Araştırmanın modelinde öznel iyi oluşun, işe tutkunluğun boyutları olan yoğunlaşma, dinçlik ve adanmışlık üzerindeki etkisi ifade edilmiştir. Öznel iyi oluş boyutunun bağımsız değişken, yoğunlaşma, dinçlik ve adanmışlık boyutlarının bağımlı değişken olduğu araştırma modeli aşağıdaki şekilde gösterilmiştir.



4.4. Araştırmanın Hipotezleri

Araştırmanın temel hipotezi şu şekilde belirlenmiştir.

H₁: Öznel iyi oluşun yoğunluk üzerinde etkisi vardır.

H₂: Öznel iyi oluşun dinçlik üzerinde etkisi vardır.

H₃: Öznel iyi oluşun adanmışlık üzerinde etkisi vardır.

4.5. Araştırmanın Yöntemi

Araştırmada öznel iyi oluşu ölçek amacıyla; Tennant vd. (2007) tarafından geliştirilen, Keldal (2015) tarafından Türkçe'ye uyarlanan 14 ifadeli "Mental İyi Oluş (WEMIOÖ) Ölçeği" kullanılmıştır. İşe tutkunluğu ölçmek için ise, Schaufeli vd. (2002) tarafından geliştirilen, Turgut (2011) tarafından Türkçe'ye uyarlanan 17 ifadeli "Çalışmaya Tutkunluk Ölçeği" kullanılmıştır. Katılımcılardan her bir ifadeyi 5'li Likert ölçeği kullanarak derecelendirmeleri istenmiştir. Buna göre "5=Kesinlikle Katılıyorum"; "4=Katılıyorum"; "3=Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum"; "2=Katılmıyorum"; "1=Kesinlikle Katılmıyorum"u ifade etmektedir. Araştırmada soru formu aracılığı ile toplanan veriler SPSS 20.0 veri analizi paket programıyla analiz edilmiştir.

5. Araştırmaya İlişkin Bulgular

5.1. Demografik ve Diğer Bulgular

Bu kısımda katılımcıların cinsiyet, yaş, medeni durum ve eğitim düzeylerine ilişkin ifadeler yer verilmiştir. Ankete verilen cevaplar, tanımlayıcı istatistikler (frekans, yüzde, karşılaştırma vb.) kullanılarak analiz edilmiş, aşağıda her biri tablo halinde özetlenmiştir. İlk olarak katılımcılardan elde edilen demografik bulgular Tablo 1'de verilmiştir.

Tablo 1: Tekstil Çalışanlarına İlişkin Demografik ve Diğer Bulgular

<i>Değişkenler</i>	<i>N</i>	<i>Yüzde (%)</i>	<i>Değişkenler</i>	<i>N</i>	<i>Yüzde (%)</i>
Cinsiyet			Medeni Durum		
Kadın	74	72,5	Evli	68	66,7
Erkek	28	27,5	Evli Değil	34	33,3
Yaş			Kıdem		
17-27	15	16,1	1 Yıldan Az	31	30,4
28-37	27	29,0	1-4 Yıl Arası	24	23,5
39-45	26	26,9	5-8 Yıl Arası	26	25,5
46-70	27	28,0	9 Yıl ve üzeri	15	14,7
			Kayıp Veri	6	5,9
Eğitim			Departman		
İlköğretim	76	74,5	Makine	38	37,3
Lise	21	20,6	Ortacı	13	12,7
Lisans	3	2,9	Ütücü	8	7,8
Kayıp Veri	2	2,0	Kalite Kontrol	15	14,7
Genel Ruh Hali			Paketleme	15	14,7
Mutlu	36	35,3	Temizleme	11	10,8
Hüzünlü	3	2,9	İdari	2	2,0
Düşünceli	14	13,7	Zor Durumla Karşılaşıldığında		
Umutlu	25	24,5	Üstesinden gelebilir	94	92,2
Umutsuz	4	3,9	Üstesinden gelemmez	8	7,8
Güçlü	20	19,6	Hayatı Konusunda		
			İyimser	92	90,2
			İyimser Değil	10	9,8
			Toplam	102	100,0

Katılımcıların %72,5'i kadındır. Çalışanların %66,7'si evli olup, %75'i ilköğretim mezunudur. Yaşları 28-37 arasındaki çalışanlar, toplam işgörenlerin %29'unu oluşturmaktadır. Çalışma süresinde (kıdem) ise katılımcıların %30,4'lük bir kısmı bu işyerinde 1 yıldan az görev yapmaktadır. Çalışanların %37,3'ü makine departmanında çalışmaktadır. Katılımcılara yöneltilen "Genel ruh haliniz nasıldır?" sorusuna % 35,3'ü mutlu derken, "İşinizi yaparken zor bir durumla karşılaştığınızda üstesinden gelebilir misiniz?" sorusuna % 92,2'si evet cevabını vermiştir. "Hayatınız konusunda iyimser misiniz?" sorusuna ise % 90,2'si evet cevabını vermiştir. Bu durumda tekstil fabrikası çalışanlarının büyük çoğunluğu işini yaptığı esnada zor bir durumla karşılaştığında üstesinden gelebilmekte ve hayatı konusunda iyimser tavır sergilemektedir.

5.2. Faktör Analizi

Normal dağılım gösteren işe tutkunluk ve öznel iyi oluş değişkenlerine faktör analizi uygulanmıştır.

Faktör analizleri uygulanırken varimax döndürme yöntemi kullanılmıştır. Ayrıca, verinin faktör analizine uygunluğunun testi için Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) örneklem yeterliliği testi değerinin 0.50 üzerinde olması ve Bartlett küresellik testinin 0.05 önem derecesinde anlamlı olması kriterlerinin yerine gelip gelmediği kontrol edilmiştir.

5.2.1. İşe Tutkunluğa İlişkin Faktör Analizi

İşe tutkunluk seviyelerini saptamak amacıyla katılımcılara yöneltilen 17 soruya faktör analizi yapılmıştır.

Ortaya çıkan faktör yükleri Tablo 2'de görülmektedir. İşe tutkunluğun faktör yükleri toplam varyansın % 62,023'ünü açıklamaktadır. Cronbach Alpha değerleri sırası ile 0.895, 0.857 ve 0.731'dir. KMO değeri 0.50'den yüksektir. Bartlett's test değeri ise anlamlıdır. Literatüre paralel olarak işe tutkunluk boyutları 3 faktör altında toplanmış fakat bazı ifadeler farklı faktör yükleri altında bir araya gelmiştir. Bunun sebebi

olarak, ifadelerin tam olarak anlaşılmadığı ve çalışan grubun nerdeyse tamamına yakınının eğitim düzeyinin ilköğretim mezunu olduğundan kaynaklandığı varsayılmıştır.

Tablo 2: İşe Tutkunluğa İlişkin Faktör Yükleri

	<i>Sorular</i>	<i>Faktörler</i>		
		1	2	3
Yoğunlaşma Cronbach Alpha: 0,895	M1	0,826		
	M2	0,819		
	M3	0,534		
	M4	0,666		
	M5	0,632		
	M6	0,622		
	M7	0,516		
	M8	0,492		
Dinçlik Cronbach Alpha: 0,857	M9		0,862	
	M10		0,79	
	M11		0,636	
	M12		0,529	
	M13		0,508	
	M14		0,467	
Adanmışlık Cronbach Alpha: 0,731	M15			0,829
	M16			0,779
	M17			0,658

KMO : 0,878 p: 0,000 (Bartlett's Test)

5.2.2. Öznel İyi Oluşa İlişkin Faktör Analizi

Öznel iyi oluş düzeylerini belirlemek gayesi ile katılımcılara yöneltilen 14 ifadeye faktör analizi uygulanmıştır.

Tablo 3: Öznel İyi Oluşa İlişkin Faktör Yükleri

	<i>Sorular</i>	<i>Faktörler</i>
		1
Öznel İyi Oluş Cronbach Alpha: 0,886	M1	0,821
	M2	0,803
	M3	0,797
	M4	0,757
	M5	0,748
	M6	0,734
	M7	0,681
	M8	0,588
	M9	0,559
	M10	0,529
	M11	0,498
	M12	0,493

KMO : 0,849 p: 0,000 (Bartlett's Test)

Tablo 3'de elde edilen faktör yükleri görülmektedir. Faktörler toplam varyansın % 41,309'unu açıklamaktadır. Cronbach Alpha değeri 0.886'dır. KMO değeri 0.849 (0.50'den yüksek) ve Bartlett's test

değeri anlamlı bulunmuştur. Literatüre paralel olarak maddeler tek faktör yükü altında toplanmıştır. Faktör analizinde düşük ortak varyansa sahip olan değişkenler analizden çıkarılarak, faktör analizi yeniden yapılabilir. Bu durumda hem KMO hem de açıklanan varyans değeri istatistiği daha yüksek bir değere ulaşacaktır (Kalaycı, 2018, s. 329). Faktör yükleri 0.30'un altında kalan iki madde ölçekten çıkartılarak analize devam edilmiştir.

5.3. Yoğunlaşma Boyutu

Tablo 4'de yoğunlaşma boyutunun demografik ve diğer değişkenlere göre karşılaştırılması yer almaktadır.

Tablo 4: Yoğunlaşma Boyutunun Demografik ve Diğer Değişkenlere Göre Karşılaştırması

<i>Değişkenler</i>	<i>n</i>	<i>Ort.</i>	<i>SS.</i>	<i>t / F</i>	<i>p</i>
<i>Cinsiyet</i>					
Kadın	74	4,058	0,696		
Erkek	28	4,062	0,854	-0,026	0,979
<i>Medeni Durum</i>					
Evli	68	4,07	0,751		
Evli Değil	34	4,036	0,722	0,217	0,828
<i>Eğitim</i>					
İlköğretim	75	4,085	0,799		
Lise	21	3,994	0,576		
Lisans	3	4,083	0,688	0,139	0,937
<i>Kıdem</i>					
1 Yıldan Az	31	4	0,636		
1-4 Yıl Arası	24	4,099	0,625		
5-8 Yıl Arası	26	4,221	0,862		
9 Yıl ve Üzeri	15	3,925	0,921	0,637	0,593
<i>Departman</i>					
Makine	38	4,113	0,736		
Ortacı	13	4,019	0,583		
Ütücü	8	3,843	1,154		
Kalite Kontrol	15	4,133	0,563		
Paketleme	15	3,983	0,937		
Temizleme	11	4,147	0,619		
İdari	2	3,687	0,883	0,303	0,934
<i>Genel Ruh Hali</i>					
Mutlu	39	3,627	1,107		
Hüzünlü	3	3,222	0,822		
Düşünceli	14	3,952	0,717		
Umutlu	25	3,96	0,527		
Umutsuz	4	3,458	0,916		
Güçlü	20	0,925	0,925	1,367	0,243
<i>Zor Durumla Karşılaştığında</i>					
Üstesinden gelebilir	94	4,124	0,717		
Üstesinden gelemez	8	3,296	0,566	3,174	0,002
<i>Hayatı Konusunda</i>					
İyimser	92	4,099	0,747		
İyimser Değil	10	3,687	0,559	1,691	0,094

Analizlerin yapılabilmesi için ilk olarak Skewness ve Kurtosis normallik testi yapılmış, ardından verilerin normal dağılmadığı tespit edilmiştir. Verilerin normal dağılmamasının sebebi olarak anketlere verilen cevapların uç noktalarda bulunduğu varsayımından yola çıkılarak bu uç noktadaki verilerin saptanması adına ortalamaları alınan boyutların "Z" skorlarına bakılması gerekmektedir. Uç değerler, ortalama civarında dağılan verilerden oldukça büyük veya küçük değerlerdir. Bir veri grubunda bulunan uç değerler; veri grubunun içindeki aşırı değer ya da verilerin analizlerinden elde edilen çıktılarının yorumlanmasında önemli bir etkiye sahip olan, çeşitli değişkenlerin olağandışı/aykırı kombinasyonları biçiminde olabilirler. Uç değerlerin ortaya çıkış sebepleri olarak veri sürecinde oluşan hatalar, cevaplayanın kasıtlı cevaplar vermesi, örnekleme, uygulama ve ölçme hataları, dağılıma ait yanlış varsayımda bulunulması, verilerin alındığı ana kütleli yapısı, soruların yanlış anlaşılmasından kaynaklı hatalar şeklinde söylenebilir (Karagöz, 2017, s. 110-111). "Z" skorları elde edilen boyutlar içerisinde bulunan uç noktadaki verilerin tespit edilmesinden sonra, uç noktada bulunan 3 anket verisi analizden çıkartılarak verilerin normal dağılıma uygunluğu sağlanmıştır. 105 personelden oluşan örneklem sayısı bu nedenle 102'ye düşmüştür. Normal dağılıma uygunluğu sağlanan bağımsız değişkenlerin yoğunlaşma boyutu üzerindeki etkisini saptamak adına parametrik testler kullanılmıştır. Yoğunlaşmanın değişkenlere göre farklılık durumunun belirlenmesi adına analizler yapılmış, tekstil çalışanlarının yoğunlaşma boyutundan aldıkları puanların demografik ve diğer değişkenlere göre karşılaştırması Tablo 4'de verilmiştir. Anlamlılık düzeylerine yani p değerlerine bakıldığında ise cinsiyet ($t=-0.026$, $p=0.979$), medeni durum ($t=0.217$, $p=0.828$), eğitim ($F=0.139$, $p=0.937$), kıdem ($F=0.637$, $p=0.593$), departmanın ($F=0.303$, $p=0.934$) anlamlı bir fark yaratmadığı saptanmıştır. Sadece işlerini yaparken zor bir durumla karşılaştıklarında üstesinden gelip gelemeyecekleri yoğunlaşma boyutu açısından anlamlı bir fark yarattığı ortaya konmuştur.

5.4. Dinçlik Boyutu

Dinçliğin değişkenlere göre farklılık gösterip göstermediğinin saptanması adına analizler yapılarak, tekstil çalışanlarının dinçlik boyutundan almış oldukları puanların karşılaştırması Tablo 5'de ifade edilmiştir.

Tablo 5: Dinçlik Boyutunun Demografik ve Diğer Değişkenlere Göre Karşılaştırması

<i>Değişkenler</i>	<i>n</i>	<i>Ort.</i>	<i>SS.</i>	<i>t / F</i>	<i>p</i>	
Cinsiyet						
Kadın	77	3,755	0,98	-1,317	0,191	
Erkek	28	4,017	0,645			
Medeni Durum						
Evli	69	3,907	0,873	1,043	0,299	
Evli Değil	35	3,714	0,931			
Eğitim						
İlköğretim	77	3,876	0,957	1,277	0,286	
Lise	21	3,738	0,646			
Lisans	3	3,611	1,250			
Kıdem						
1 Yıldan Az	77	3,707	0,893	0,430	0,732	
1-4 Yıl Arası	21	3,846	0,952			
5-8 Yıl Arası	3	3,975	0,96			
9 Yıl ve Üzeri	2	3,766	0,910			
Departman						
Makine	40	3,765	1,025	0,751	0,610	
Ortacı	13	3,871	0,414			
Ütücü	8	3,791	0,862			
Kalite Kontrol	16	3,854	0,963			
Paketleme	15	3,722	1,086			
Temizleme	11	4,257	0,479			

İdari	2	3	0,942		
Genel Ruh Hali					
Mutlu	39	3,627	1,107		
Hüzünlü	3	3,222	0,822		
Düşünceli	14	3,952	0,717	1,367	0,243
Umutlu	25	3,96	0,527		
Umutsuz	4	3,458	0,916		
Güçlü	20	0,925	0,925		
Zor Durumla Karşılaştığında					
Üstesinden gelebilir	96	3,883	0,89	2,186	0,031
Üstesinden gelemez	6	3,203	0,904		
Hayatı Konusunda					
İyimser	94	3,873	0,902	1,619	0,109
İyimser Değil	11	3,409	0,879		

Anlamlılık düzeylerine bakıldığında cinsiyet ($t=-1.317$, $p=0.191$), medeni durum ($t=1.043$ $p=0.299$), eğitim ($F=1.277$, $p=0.286$), kıdem ($F=0.430$, $p=0.732$), departmanın ($F=0.751$, $p=0.610$) ve diğer değişkenlerin anlamlı bir fark yaratmadığı saptanmıştır.

5.5. Adanmışlık Boyutu

Adanmışlığın değişkenlere göre farklılığının saptanması için analizler yapılmıştır. Tekstil çalışanlarının adanmışlık boyutundan almış oldukları puanların karşılaştırması Tablo 6'de gösterilmiştir. Anlamlılık düzeylerine bakıldığında cinsiyet ($t=-2.072$, $p=0.041$), medeni durum ($t=-0.507$ $p=0.613$), eğitim ($F=0.891$, $p=0.449$), kıdem ($F=0.812$, $p=0.490$), departmanın ($F=0.567$, $p=0.765$) ve diğer değişkenlerin anlamlı bir fark yaratmadığı saptanmıştır.

Tablo 6: Adanmışlık Boyutunun Demografik ve Diğer Değişkenlere Göre Karşılaştırması

	<i>Değişkenler</i>	<i>n</i>	<i>Ort.</i>	<i>SS.</i>	<i>t / F</i>	<i>p</i>
Cinsiyet	Kadın	74	3,216	1,144	-2,072	0,041
	Erkek	28	3,714	0,896		
Medeni Durum	Evli	68	3,313	1,153	-0,507	0,613
	Evli Değil	34	3,431	1,000		
Eğitim	İlköğretim	75	3,431	1,105	0,891	0,449
	Lise	21	3,031	1,11		
	Lisans	3	3,778	1,621		
Kıdem	1 Yıldan Az	31	3,129	1,073	0,812	0,490
	1-4 Yıl Arası	24	3,236	0,985		
	5-8 Yıl Arası	16	3,525	1,208		
	9 Yıl ve Üzeri	15	3,488	0,974		
Departman	Makine	98	3,280	1,186	0,567	0,765
	Ortacı	13	3,487	0,647		
	Ütücü	8	3,708	0,677		

Kalite Kontrol	15	3,000	1,259		
Paketleme	15	3,600	1,229		
Temizleme	11	3,333	1,115		
İdari	2	3,333	1,414		
Genel Ruh Hali					
Mutlu	36	3,472	1,07		
Hüzünlü	3	3,444	1,895		
Düşünceli	14	3,285	1,108	0,149	0,980
Umutlu	25	3,306	0,937		
Umutsuz	4	3,166	0,793		
Güçlü	20	3,266	1,361		
Zor Durumla Karşılaştığında					
Üstesinden gelebilir	94	3,347	1,111	-0,170	0,866
Üstesinden gelemez	8	3,416	1,035		
Hayatı Konusunda					
İyimser	92	3,311	1,135	-1,152	0,252
İyimser Değil	10	3,733	0,624		

5.6. Öznel İyi Oluş Boyutu

Öznel iyi oluşun değişkenlere göre farklılaşma durumunun tespiti için analizler yapılmış, tekstil çalışanlarının öznel iyi oluş boyutundan almış oldukları puanların karşılaştırması Tablo 7’de sunulmuştur. Anlamlılık düzeylerine bakıldığında cinsiyet ($t=0.335$, $p=0.737$), medeni durum ($t=0.681$ $p=0.498$), eğitim ($F=0.583$, $p=0.627$), kıdem ($F=0.628$, $p=0.599$), departmanın ($F=0.684$, $p=0.663$) anlamlı bir fark yaratmadığı saptanmıştır. Genel ruh hali ($t= 2.670$, $p= 0.026$) öznel iyi oluş üzerinde anlamlı bir fark yaratmıştır. Gruplar arası farkın olması durumunda, farklılığın hangi gruptan kaynaklandığını tespit etmek için post-hoc istatistikleri kullanılmaktadır. Gruplar arasında farklılık yaratan grupları test etmek için birçok post-hoc istatistiği bulunmakta ve bunların doğru bir şekilde seçimi bazı varsayımlar gerektirmektedir. Post-hoc'lara ait istatistik türlerinin seçimini yaparken, gruplar arası varyansın eşit olup-olmama özelliğine dikkat etmek gerekmektedir (Kayri, 2009, s. 52). Çoklu karşılaştırmada gruplar arasında farklılığın meydana gelip gelmediğinin belirlenmesi için grupların homojen olup olmadığı belirlenir. Homojenliğin belirlenmesinde Leneve testi kullanılmıştır. Leneve testine göre sig değeri 0.05’den büyük çıkan gruplar için (eğitim; $p=0.792>0.05$, kıdem; $p=0.499>0.05$, departman; $p=0.08>0.05$, genel ruh hali; $p=0.81>0.05$, zor durumla karşılaşıldığında; $p=0.17>0.05$, hayatı konusunda iyimser, $p=0.75>0.05$) varyansların homojen olduğuna karar verilir. Bu nedenle gruplar arası varyansın eşit çıkmasından dolayı post-hoc istatistiklerinden Tukey ve Scheffe kullanılarak, anlamlı farklılıkların hangi gruplardan meydana geldiğinin ortaya konması için yapılan çoklu karşılaştırmalar da saptanan sonuçlar şunlardır: Genel ruh halindeki farklılığın umutlu-güçlü ($I-J= -0.572$) arasındaki farktan kaynaklandığı tespit edilmiştir. Bu durumda çalışanların kendilerini güçlü hissettiklerinde umutlu olduğu yorumu yapılabilir.

Tablo 7: Öznel İyi Oluş Boyutunun Demografik ve Diğer Değişkenlere Göre Karşılaştırması

Değişkenler	n	Ort.	SS.	t / F	p
Cinsiyet					
Kadın	74	4,173	0,648	0,335	0,737
Erkek	28	4,125	0,661		
Medeni Durum					
Evli	68	4,191	0,681	0,681	0,498
Evli Değil	34	4,098	0,585		
Eğitim					
İlköğretim	75	4,157	0,680	0,583	0,627
Lise	21	4,123	0,571		
Lisans	3	4,250	0,650		
Kıdem					
1 Yıldan Az	31	4,096	0,670	0,628	0,599

1-4 Yıl Arası	24	4,131	0,530		
5-8 Yıl Arası	16	4,314	0,723		
9 Yıl ve Üzeri	15	4,094	0,714		
Departman					
Makine	98	4,149	0,728		
Ortacı	13	4,109	0,554		
Ütücü	8	3,968	0,723		
Kalite Kontrol	15	4,261	0,389	0,684	0,663
Paketleme	15	4,055	0,847		
Temizleme	11	4,454	0,407		
İdari	2	3,875	0,589		
Genel Ruh Hali					
Mutlu	36	4,099	0,782		
Hüzünlü	3	4,416	0,629		
Düşünceli	14	4,125	0,589	2,670	0,026
Umutlu	25	3,990	0,524		
Umutsuz	4	3,687	0,314		
Güçlü	20	4,562	0,444		
Zor Durumla Karşılaştığında					
Üstesinden gelebilir	94	4,195	0,661	1,933	0,056
Üstesinden gelemez	8	3,739	0,220		
Hayatı Konusunda					
İyimser	92	4,193	0,662	1,602	0,112
İyimser Değil	10	3,850	0,424		

6. Korelasyon Analizi

Bu çalışmadaki veriler normal dağılım gösterdiğinden ve değişkenler arasındaki ilişkilerin incelenmesi adına Pearson Korelasyon Analizi uygulanmıştır. Değişkenlerin standart sapma ve ortalama değerleri ile korelasyon analizleri sonuçları Tablo 10'da gösterilmektedir.

Analiz sonuçları, öznel iyi oluş ile en güçlü ilişkiye sahip boyutun yoğunlaşma (0.697) olduğunu göstermektedir. Öznel iyi oluşun korelasyon katsayısı incelendiğinde dinçlik (0.569) ve adanmışlık (0.422) ile istatistiki olarak pozitif yönde anlamlı ($p < 0.001$) bir ilişki içerisinde olduğu görülmektedir.

Tablo 10: Korelasyon Analizi Sonuçları

	Ort.	Ss.	1	2	3	4	
1- Yoğunlaşma	4,059	0,738	1				
			r	0,710**			
2- Dinçlik	3,895	0,818	p	0,000	1		
			r	0,299**	0,422**		
3- Adanmışlık	3,352	1,100	p	0,002	0,000	1	
			r	0,697**	0,569**	0,208*	
4- Öznel İyi Oluş	4,160	0,649	p	0,000	0,000	0,036	1

7. Regresyon Analizi

Regresyon analizi bir bağımlı değişken ile bir bağımsız veya birden fazla bağımsız değişken arasındaki ilişkilerin bir matematiksel eşitlik ile açıklanması sürecidir. (Kalaycı, 2018, s. 199). Bu çalışmada da çalışanların öznel iyi oluşlarının işe tutkunluk üzerindeki etkisini araştırmak amaçlanmıştır. Regresyon analizi sürecinde elde edilen faktörler değişken olarak kullanılmıştır. Çünkü faktör analizi sonucu elde edilen

faktör skorlarının özelliği, normal dağılım şartlarını sağlıyor olmaları ve çoklu bağlantı problemi taşıyor olmalarıdır (Kalaycı, 2018, s. 331). Dolayısıyla değişkenlerin regresyon analizi yapmak için gereken varsayımları gerçekleştirdiği kabul edilmiştir.

Öznel iyi oluş boyutunun yoğunlaşma üzerindeki etkisini açıklamak maksadıyla oluşturulan regresyon modelinin F değeri 94.646, anlamlılık düzeyi ise $p < 0.001$ 'dir. Öznel iyi oluş boyutunun dinçlik üzerindeki etkisini ölçen regresyon analizinde F değeri 47.993 ve anlamlılık düzeyi $p < 0.001$ 'dir. Öznel iyi oluş boyutunun adanmışlık üzerindeki etkisini ölçen regresyon analizinde F değeri 4.517 anlamlılık düzeyi ise $p < 0.005$ 'dir.

Öznel iyi oluş boyutu yoğunlaşma boyutunu %69.7 oranında açıklamakta, öznel iyi oluş boyutu dinçlik boyutunu %56.9 oranında açıklamakta, öznel iyi oluş boyutu adanmışlık boyutunu ise %20.8 oranında açıklamaktadır.

Analiz sonuçlarına göre öznel iyi oluş ($\beta = 0.793$, $p < 0.001$) yoğunlaşma, ($\beta = 0.718$, $p < 0.001$) dinçlik ve ($\beta = 0.352$, $p < 0.05$) adanmışlık üzerinde pozitif bir etkiye sahiptir. Öznel iyi oluşun 1 birimlik artışı ile yoğunlaşma 0.793 birim, dinçlik 0.718 birim, adanmışlık 0.352 birim artacaktır. Sonuç itibarıyla kabul edilen anlamlılık düzeylerinde H_1 , H_2 , H_3 kabul edilmiştir.

Tablo 11: Regresyon Analizi Sonuçları

<i>Bağımsız Değişken</i>	<i>Bağımlı Değişken Yoğunlaşma</i>		
	β	<i>t</i>	<i>Sig.</i>
<i>Öznel İyi Oluş</i>	0,793	9,729	0,000
Sabit (constant)	0,759	2,212	0,029
F		94,646	
R ²		0,697	
Adj. R ²		0,481	
<i>Bağımlı Değişken Dinçlik</i>			
<i>Öznel İyi Oluş</i>	0,718	6,928	0,000
Sabit (constant)	0,910	2,085	0,040
F		47,993	
R ²		0,569	
Adj. R ²		0,318	
<i>Bağımlı Değişken Adanmışlık</i>			
<i>Öznel İyi Oluş</i>	0,352	2,125	0,036
Sabit (constant)	1,887	2,704	0,008
F		4,517	
R ²		0,208	
Adj. R ²		0,304	

Sonuç

İnsanların hayatlarında erişmek istedikleri mühim gayelerden biri mutlu olmaktır (Hybron, 2000, s. 215). Öznel iyi oluş, bireylerin olumlu duyguları, olumsuz duyguları ve yaşam doyumu açısından kendilerini öznel olarak değerlendirmeleri anlamına gelmektedir (Diener, 2000, s. 34). Kendisini değerlendiren kişi aynı zamanda kendisini ifade de etmek ister. İş yaşamlarında bireyler, kendilerini anlatma gereksinimi

hissetmektedirler. Kişinin hissettiklerini ifade edebilmesi kendisini mutlu etmektedir. Bu sayede insanlar, örgütte fiziki olarak mevcut olan, zihinsel anlamda uyanık, başkalarının yerine kendini koyma becerisi yüksek kişiler olmaktadır (Kahn, 1990, s. 694). İşe tutkunluk, örgütlerin başarılı olabilmeleri için pozitif örgütsel davranışlar içerisinde önemli unsurlardan biri olarak ele alınmaktadır. Bu durumun sebebi ise çalışmaya tutkun olan işgörenler pozitif ruh halinde örgütteki görevlerini yerine getirmeye çalışmakta ve bu sayede örgütün başarılı olmasına fayda sağlamaktadırlar (Armstrong, 2008, s. 141).

Bu çalışmanın temel amacı, çalışanın iş yaşamı üzerinde önemli rol oynayan öznel iyi oluş halinin işe tutkunluk üzerindeki etkisini ortaya çıkarmaktır. Katılımcıların büyük çoğunluğu kadınlardan oluşmaktadır. Yaş dağılımı 28-37 arası, eğitim durumu ilköğretim mezunu olarak saptanmıştır. Çalışma süresi 1 yıldan az, departman olarak ise makine bölümünde yoğunlaştığı görülmüştür.

İşe tutkunluğun alt boyutlarından biri olan yoğunlaşmanın demografik ve diğer değişkenlere göre yapılan karşılaştırma analizinde, işgörenlerin zor bir durumla karşılaştıklarında üstesinden gelebilecekleri konusunda anlamlı bir fark yarattığı tespit edilmiştir. İşe tutkunluğun diğer boyutları olan dinçlik ve adanmışlığın karşılaştırma yapılan değişkenlerle anlamlı bir fark yaratmadıkları saptanmıştır. Öznel iyi oluş boyutunun diğer değişkenlere göre anlamlılık düzeyine bakıldığında ise çalışanların genel ruh hallerinin nasıl olduğu konusunda ve zor durumla karşılaşıldığında üstesinden gelebilme esneklikleri üzerinde anlamlı bir fark yarattığı saptanmıştır. Genel ruh halindeki farklılığın umutlu-güçlü grubu arasındaki farktan kaynaklandığı tespit edilmiştir. Bu durumda çalışanların kendilerini güçlü hissettiklerinde umutlu olduğu yorumu yapılabilmektedir. Korelasyon analizi sonucunda öznel iyi oluş ile işe tutkunluğun alt boyutları olan adanmışlık, yoğunlaşma ve dinçlik arasında pozitif yönlü ilişki olduğu görülmüştür. Bu sonuca göre öznel iyi oluş hali yüksek olan çalışanların, işe tutkunluklarının daha fazla olacağı gerçeği ortaya konmaktadır.

Katılımcıların öznel iyi oluşlarının işe tutkunlukları üzerindeki etkisini ölçmek için regresyon analizi yapılmıştır. Öznel iyi oluşun işe tutkunluk boyutları olan yoğunlaşma, dinçlik ve adanmışlık üzerinde istatistiki olarak anlamlı etkisinin olduğu saptanmıştır. Bu durumda belirlenen hipotezler kabul edilmiştir.

Bu çalışmanın bazı sınırlılıkları bulunmaktadır. Yapılan araştırma örneklemini Sinop ilinde faaliyet gösteren bir tekstil fabrikasındaki çalışanlarla sınırlıdır. Diğer taraftan çalışmadan edinilen veriler, araştırmaya dâhil olmayı gönüllü olarak kabul eden işgörenlerden elde edilmiştir. Bu durumlar araştırmanın sınırlılığı olarak görülebilmektedir. Bulguların genelleştirilmesi için araştırma farklı sektörlerde yapılmalı ve daha geniş bir örnekleme uygulanmalıdır. Bu sayede farklı meslek grupları ve örneklerle yürütülecek çalışmalar, elde edilebilecek sonuçları artırabilecektir. Gelecekteki çalışmalarda, işgörenlerin örgüt içi farklı davranışlarına odaklanılarak, çalışanların işe tutkunlukları üzerindeki öznel iyi oluş halinin her açıdan açıklanması sağlanabilir. Öte yandan özel sektörde veya kamu sektöründe yapılacak benzer çalışmaların sektörel karşılaştırmaları ile farklı bulgular elde edilebilir.

Kaynakça

- Acaray, A. (2018). Öz kendilik değerlendirmesinin presenteeism üzerinde etkisinde çalışmaya tutkunluğun aracılık rolü. *ICOAEF'18 IV. International Conference on Applied Economics and Finance ve Extended With Social Sciences*, 27-35.
- Armstrong, M. (2008). *Human resource management practice*. Typeset by Graphicraft Limited, Hong Kong Print production managed by Jellyfish Printed and bound in the UK by Ashford Colour press Ltd.
- Başoda, A. (2017). İşe tutkunluk: Kavramsal açıdan bir inceleme. *Tarihin Peşinde-Uluslararası Tarih ve Sosyal Araştırmalar Dergisi-*, (17), 71-98.
- Bektaş, M. ve Karagöz, Ş. (2018). İzlenim yönetimi davranışının işe tutkunluğa etkisinde sosyal görünüş kaygısının aracılık rolü. *Sosyal Araştırmalar ve Davranış Bilimleri Dergisi*, 4(6), 275-299.
- Caymaz, E. ve Erenel, F. ve Gürer, B. (2013). Liderlik karizması, adanmışlık ve gruba aidiyetin gönüllü çalışma performansına etkileri: AKUT Arama Kurtarma Derneği örneği. *International Journal of Human Sciences*, 10(1), 129-147.
- Çakıl, E. (2011). *Üniversite hastanesinde çalışan hemşire ve asistanlarda mobbing'in işe gönülden adanma üzerindeki etkisi* (Yüksek lisans tezi). Zonguldak Karaelmas Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Zonguldak.

- Çankır, B. ve Semiz Çelik, D. (2018). Çalışan performansı ve mali performans: Pozitif ses çıkarma, psikolojik iyi-oluş ve çalışmaya tutkunluk ile ilişkileri ve otel işletmeleri örneği. *İstanbul Gelişim Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 5(2), 54-67.
- Deneve, K. M. ve COOPER, H. (1998). The happy personality: A meta-analysis of 137 personality traits and subjective well-being. *Psychological Bulletin*, 124(2), 197-229.
- Diener, E. (1984). Subjective well-being. *Psychological Bulletin*, 95, 542-575.
- Diener, E. (2000). Subjective well-being, the science of happiness and a proposal for a national index. *American Psychologist*, 55(1), 34-43.
- Diener, E. ve Suh, E. M. ve Lucas, R. E. ve Smith, H. L. (1999). Subjective well-being: Three decades of progress. *Psychological Bulletin*, 125(2), 276-302.
- Diener, E. ve Oishi, S. ve Lucas, R. E. (2003). Personality, culture, and subjective well-being: Emotional and cognitive evaluations of life. *Annual Review Of Psychology*, 54, 403-425.
- Gomez, V. ve Krings, F. ve Bangerter, A. ve Grob, A. (2009). The influence of personality and life events on subjective well-being from a life span perspective. *Journal of Research in Personality*, 43(3), 345-354.
- Harter, J. K. ve Schmidt, F. L. ve Hayes, T. L. (2002). Business-unit-level relationship between employee satisfaction, employee engagement, and business outcomes: A Meta-Analysis. *Journal of Applied Psychology*, 87(2), 268-279.
- Headey, B. ve Wearing, A. (1989). Personality, life events, and subjective well-being: Toward a dynamic equilibrium model. *Journal of Personality and Social Psychology*, 57, 731-739.
- Hybrin, D. M. (2000). Two philosophical problems in the study of happiness. *Journal of Happiness Studies*, 1, 207-225.
- Kahn, W. A. (1990). Psychological conditions of personal engagement and disengagement at work. *Academy of Management Journal*, 33(4), 692-724.
- Kalaycı, Ş. (2018). *SPSS uygulamalı çok değişkenli istatistik teknikleri*. Ankara: Dinamik Akademi.
- Karagöz, Y. (2017). *SPSS ve AMOS uygulamalı nicel-nitel-karma bilimsel araştırma yöntemleri ve yayın etiği*. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık Eğitim Danışmanlık.
- Kayri, M. (2009). Araştırmalarda gruplar arası farkın belirlenmesine yönelik çoklu karşılaştırma (Post-Hoc) teknikleri. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 19(1), 51-64.
- Myers, D. G. ve Diener, E. (2010). Who is happy?, *Psychological Science*, 6(1), 10-19.
- Nel, T. ve Stander, M. W. ve Latif, J. (2015). Investigating positive leadership, psychological empowerment, work engagement and satisfaction with life in a chemical industry. *SA Journal Of Industrial Psychology*, 41(1), 1-13.
- Nur Şahin, G. (2011). *Üniversite öğrencilerinin kendini açma, öznel iyi oluş ve algıladıkları sosyal destek düzeylerinin karşılaştırılması* (Yüksek lisans tezi). Dokuz Eylül Üniversitesi Eğitim Bilimleri, Enstitüsü Eğitim Bilimleri Anabilim Dalı, Rehberlik ve Psikolojik Danışmanlık Programı, İzmir.
- Örücü, E. ve HATİPOĞLU, S. (2018). Psikolojik güçlendirmenin çalışmaya tutkunluk üzerindeki etkisi: Sağlık sektörü çalışanlarına yönelik bir araştırma. *Yönetim ve Ekonomi Araştırma Dergisi*, 16(4), 98-115.
- Saks, A. M. (2006). Antecedents and consequences of employee engagement. *Journal of Managerial Psychology*, 21(7), 601-619.
- Saygın, Y. (2008). *Üniversite öğrencilerinin sosyal destek, benlik saygısı ve öznel iyi oluş düzeylerinin incelenmesi* (Yüksek lisans tezi). Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Eğitim Bilimleri Anabilim Dalı Psikolojik Danışma ve Rehberlik Bilim Dalı, Konya.
- Schaufeli, W. B. (2013). *What is engagement?, Employee engagement in theory and practice*. London: Routledge, 1-37.

- Schaufeli, W. B. ve Salanova, M. ve Gonzalez-Roma, V. ve Bakker, A. B. (2002). The measurement of engagement and burnout: A two sample confirmatory factor analytic approach. *Journal of Happiness Studies*, 3, 71-92.
- Tunç. Z. (2018). En küçük kareler ve temel bileşenler regresyon analizlerinin karşılaştırılması. İnönü Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Biyoistatistik ve Tıp Bilişimi Anabilim Dalı, 1-60.
- Turgut, T. (2011). Çalışmaya tutkunluk: İş yükü, esnek çalışma saatleri, yönetici desteği ve iş-aile çatışması ile ilişkileri. *25(3-4)*, 155-179.
- Tuzgöl Dost, M. (2004). *Üniversite öğrencilerinin öznel iyi oluş düzeyleri* (Doktora tezi). Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Tuzgöl Dost, M. (2010). Güney Afrika ve Türkiye'deki üniversite öğrencilerinin bazı değişkenlere göre öznel iyi oluş ve yaşam doyumlarının incelenmesi. *Eğitim ve Bilim*, 35(158), 76-89.
- Yetim, Ü. (2001). *Toplumdan bireye mutluluk resimleri*. İstanbul: Bağlam Yayınları.

THE EFFECT OF SUBJECTIVE WELL-BEING ON WORKING PASSION: SINOP PROVINCE TEXTILE SECTOR

Gaye ATILLA, Gizem YILDIRIM

Extended Abstract

Introduction

The concept of subjective well-being is defined as having more positive emotions than the negative emotions and satisfaction from life (Diener, 1984, s. 542) and represents the positive side of mental health (Diener, 2000: 35). This concept shows subjective judgment and feelings about one's life (Tuzgöl Dost, 2016, s. 105). The individual makes an assessment of his/her life based on his/her own judgment and feelings. 3 main elements are taken into consideration when making this evaluation. These can be expressed as the presence of positive emotions, the absence of negative emotions, and the satisfaction of one's life (Myers and Diener, 1995, s. 11).

Passion for work is defined as "positive, satisfying, work-related mood". However, rather than being instantaneous and specific, passion for work refers to a more permanent, ever felt emotional-cognitive state that does not focus on any object, event, individual or behavior (Schaufeli et al. 2002, s. 73-74). This mood includes three dimensions: vigor, devotion and concentration. The vigor dimension includes a high level of energy, mental endurance, willingness to work and the ability to get tired immediately. Commitment represents a strong commitment to work and includes a sense of metarality, desire, inspiration and struggle. Concentration is expressed as the individual focusing fully on his work and continuing to work happily (Turgut, 2011, s. 156).

In this study, it is aimed to reveal the effect of subjective well-being, which plays an important role on the work life of textile workers, on the passion of work. In this context, first of all, the concepts of subjective well-being and passion for work have been explained and the relationships between them have been constructed, and then a research carried out on a suitable sample selected from the textile sector has been aimed to reveal the relationships between the factors.

Methodology

In this study, it is aimed to determine the relationship between the behaviors of employees in a textile factory based on the assumption that there may be a relationship between subjective well-being and passion for work.

The population of the study consists of employees working in a textile factory operating in Sinop province. The sample of the study consists of 135 employees working in a textile factory in Sinop province. Within the scope of this sample, all personnel were asked to complete the questionnaires on a voluntary basis and the sample consisted of questionnaires filled by 103 employees.

Results

72.5% of the participants are women. 66.7% of the employees are not married and 75% are primary school graduates. Employees between the ages of 28-37 make up 29% of the total employees. During the working period (seniority), 30.4% of the participants worked in this workplace for less than 1 year.

The results of the correlation analysis show that the dimension with the strongest relationship with the subjective well-being dimension is the concentration dimension. When the correlation coefficient of subjective well-being dimension is examined, it is seen that there is a statistically significant positive relationship with vigor and devotion. According to the results of regression analysis, subjective well-being has an effect on concentration, vigor and devotion.

Conclusion and Discussion

One of the most important goals people want to achieve in their lives is to be happy (Hybron, 2000, s. 215). Subjective well-being means that individuals evaluate themselves in terms of positive emotions, negative emotions and life satisfaction (Diener, 2000, s. 34). Passion for work is adopted as one of the most important positive organizational behaviors for the success of organizations. The reason for this is that employees who

are passionate about working try to fulfill their organizational roles in a positive mood and thus contribute to the success of the organization (Armstrong, 2008, s. 141).

The main purpose of this study is to reveal the effect of subjective well-being, which plays an important role on the work life of the employee, on the passion for work. The majority of the participants were women. Age distribution was between 28-37 years and education level was determined as primary school graduate. It has been observed that the working time is less than 1 year and the department is concentrated in the machinery department.

Concentration, which is one of the sub-dimensions of passion for work, has been found to make a meaningful difference in terms of demographic and other variables that employees can overcome when faced with a difficult situation. It was found that the other dimensions of passion for work, vigor and dedication, did not make a significant difference with the comparison variables. In terms of the meaningfulness of subjective well-being dimension compared to other variables, it was found that the employees made a significant difference about how their general moods are and how they can be overcome when faced with difficult situations. It was found that the difference in general mood stemmed from the difference between the hopeful-strong group. In this case, it can be interpreted that employees are hopeful when they feel strong. As a result of correlation analysis, it was seen that there is a positive relationship between subjective well-being and dedication, concentration and vigor, which are the sub-dimensions of passion for work. According to this result, it is revealed that employees with high subjective well-being will have more passion for work.

Regression analysis was performed to measure the effects of subjective well-being of the participants on their passion for work. Subjective well-being was found to have a statistically significant effect on the dimensions of passion, vigor, and commitment. In this case, the hypotheses identified were accepted.

This study has some limitations. The research sample is limited to the employees in a textile factory in Sinop province. On the other hand, the data obtained from the study were obtained from employees who voluntarily agreed to participate in the study. These situations can be seen as the limitation of the research. In order to generalize the findings, research should be conducted in different sectors and applied in a wider sample. In this way, studies to be carried out with different occupational groups and samples will increase the results. In future studies, by focusing on the different behaviors of the employees within the organization, it can be provided to explain the subjective well-being on employees' passion for work from all aspects. On the other hand, different findings can be obtained by sectoral comparisons of similar studies in the private or public sector.

TÜKETİCİLERİN SPONSORLUK ETKİNLİKLERİNE YÖNELİK TUTUMLARININ UYUM TEORİSİ EKSENİNDE SANAT VE SPOR SPONSORLUKLARI KAPSAMINDA İNCELENMESİ

Aylin Ecem GÜRŞEN

Arş. Gör., Galatasaray Üniversitesi, İ.İ.B.F., İşletme Bölümü

aegursen@gsu.edu.tr | ORCID: 0000-0003-3126-1644

Abdullah OKUMUŞ

Prof. Dr., İstanbul Üniversitesi, İşletme Fakültesi

okumus@istanbul.edu.tr | ORCID: 0000-0002-7556-384X

Özet

Çalışmanın amacı tüketicilerin sponsorluk etkinliklerine yönelik tutumlarının belirlenmesi, tutumların etkinliğin türüne, etkinlikten haberdarlık durumuna ve cinsiyete göre farklılaşıp farklılaşmadığının tespit edilmesidir. Bu doğrultuda, sponsorluk etkinliklerine yönelik uyum beklentisi, tutum ve ağızdan ağıza iletişim davranışında bulunma niyetlerinin frekans değerleri incelenmiştir. Değişkenlerin sponsorluk türü, sponsorluktan haberdar olma durumu ve cinsiyete göre farklılaşma durumu t-testi ile değerlendirilmiştir. Araştırma sonucunda tüketicilerin sponsorluk etkinliği ile işletme imajının uyumlu olmasını beklediği görülmüştür. Haberdarlık durumunun tutum ve niyetleri güçlendirdiği, kadınların ağızdan ağıza iletişim niyetinin daha yüksek olduğu, tüketicilerde sanat sponsorlukları için daha yüksek bir uyum beklentisi olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar kelimeler: Sponsorluk, sanat pazarlaması, spor pazarlaması, uyum teorisi, ağızdan ağıza iletişim.

INVESTIGATION OF CONSUMERS PERCEPTIONS OF SPONSORSHIP ACTIVITIES WITHIN THE AXIS OF CONGRUITY THEORY IN THE SCOPE OF ART AND SPORTS SPONSORSHIP

Abstract

This study investigates consumer's attitudes towards sponsorship activities, to determine whether these attitudes differ according to the type of sponsorship, to the status of awareness and gender. For this purpose, consumer's congruity evaluation, attitudes towards these activities and their intention to engage in word of mouth communication were examined in terms of frequency values. Differentiation of variables according to the type of sponsorship, to awareness and gender was examined by t-test. Results show that sponsorship activities are expected to be compatible with the business image. Consumers' awareness of the event strengthens their attitudes and intentions, and women's intention to engage in word-of-mouth communication has a higher average than men. Consumers seek higher compliance when it comes to art sponsorships.

Keywords: Sponsorship, art marketing, sports marketing, congruity theory, word of mouth communication.

Giriş

Modern pazarlama yaklaşımı tüketicinin (Kotler, Armstrong ve Opresnik, 2018), sosyal sorumlu pazarlama anlayışı paydaşların (Kotler ve Keller, 2016) başarı için önemli olduğunun bilincindedir. Bu açıdan bakıldığında sponsorluk etkinlikleri işletmelerin toplum içinde toplum yararına da çalıştıklarını kanıtlamaları açısından önemli bir araçtır (Daellenbach, 2012). Geleneksel medya araçlarının daha katmanlı ve pahalı bir iletişim seçeneği olması sebebiyle sponsorluk etkinlikleri doğru kullanıldığında işletmelere önemli fırsatlar sunabilir (Lee, Sandler ve Shani, 1997).

Pazarlama karmasının tutundurma ya da pazarlama iletişimi bileşeni altında ele alınan sponsorluk etkinlikleri bağışlar, yardım, koruma gibi kavramlarla ilişkilendirilen bir kavramdır (Meenaghan, 1983; Vanhaverbeke, 1992). Pazarlamanın tutundurma bileşeni altında ele alınan sponsorluk kavramını (Kotler, Armstrong ve Opresnik, 2018), Musante ve Milne, (1999) bir çeşit marka çağrışımı olarak nitelemiştir. Sponsorluk etkinlikleri, tüketicilere günlük rutinleri içinde ulaşarak onlarla yakın ilişki kurma imkânı sunması yönüyle diğer tutundurma aktivitelerinden ayrılmaktadır (Cornwell ve Kwak, 2015). Sponsorluk, literatürde kurumsal sosyal sorumluluk ve amaca yönelik pazarlama etkinlikleri ile de ilişkilendirilmiştir (Meenaghan, 1998; Polonsky ve Speed, 2001; Rentschler ve Wood, 2001; Ryan ve Fahy, 2003; Uhrich vd. 2014).

Sponsorluk etkinlikleri “stratejik insanseverlik (filantropi)” olarak nitelenmektedir. Bu yaklaşım kaynak ve yeteneklerin hem işletmenin hem de toplumun yararına olacak şekilde yönetimini ifade etmektedir (McAlister Ferrel, 2002). Astous ve Bitz (1995), ticari sponsorluklara kıyasla “insansever” sponsorlukların sponsor imajı üzerinde daha olumlu etkiye sahip olduğunu bulmuştur. Eski Yunan, Roma ve Rönesans dönemlerinde sanatçılara verilen destek ticariden ziyade “insansever” nitelikli kabul edilmektedir. Ticari sponsorluklar 1960’larda kurumsal iletişimin bir ürünü olarak ortaya çıkmış fakat 60 ve 70’li yıllardan sonra gelişmiştir (Menaghan, 1998). 2000’li yılların başında özellikle kültürel alanda endüstriyel sponsorlar bağımsız kurumlar olarak varlık göstermeye başlamıştır (Oliver, 1999).

Rekabetin her geçen gün yoğunlaştığı pazar ortamında işletmeler pazarlama iletişimi çalışmalarını kapsamında kurumsal imajını pekiştirmek, satışlarını arttırmak (Dolphin, 2003; Javalgi vd., 1994) marka sadakati yaratmak (Mazodier ve Merunka, 2012), marka imajı inşa etmek (Bibby, 2011), marka ya da kurum imajını güçlendirmek, satın alma niyetini yönlendirmek (Pope ve Voges, 2000), farkındalık yaratmak (Walliser, 2003), tüketicilerin ilgisini çekmek, marka farkındalığı yaratmak gibi farklı amaçlarla sponsorluk çalışmaları gerçekleştirmektedir. Genellikle kurumsal imajı pekiştirmek için başvurulan sponsorluk etkinliklerinin etkisinin işletmeye göre farklılaştığı da tespit edilmiştir (Javalgi vd., 1994). Gerek literatür incelendiğinde gerekse pazar gözlemlendiğinde sanat ve spor sponsorluklarının bu etkinliklerde önemli iki alan olduğunu söylemek mümkündür.

Cornwell ve Maignan (1998) sponsorluğa ilişkin araştırmaların beş başlıkta sınıflanabileceğini belirtmiştir. Bunlar, sponsorluğun doğasına, sponsorluğun yönetsel yönlerine, sponsorluğun etkilerinin ölçümüne, sponsorluğun stratejik kullanımına ve sponsorlukta etik/yasal konulara odaklanan çalışmalardır. Ryan ve Fahy (2012) literatürde sponsorluğa yönelik farklı yaklaşımların filantropik yaklaşım, pazar-odaklı yaklaşım, tüketici-merkezli yaklaşım, stratejik kaynak yaklaşımı ve ilişkiler ve ağlar yaklaşımı olarak beş başlığa ayırmıştır. Johnston ve Spais (2015) ise 1980-2012 yılları arasında sponsorlukla ilgili literatürü inceledikleri teorik çalışmalarında bu alandaki çalışmaların entelektüel, stratejik, davranışsal ve ilişkisel olmak üzere dört başlığa ayrılabilirliğini belirtmiştir.

Sanat, spor ve hayır kuruluşları için sponsorluk etkinlikleri önemli bir gelir kalemidir. Bu üç kategori arasında sanat ve spor sponsorlukları birbirlerine benzer yapıları sayesinde literatürde birlikte araştırmalarına yönelik çağrı yapılmış bir konudur (Daellenbach, vd., 2006). Toscani ve Prendergast (2018) pazarlama etkinliklerinin etkililiği açısından sanat ve spor sponsorluklarını karşılaştıran teorik bir çalışma gerçekleştirmiştir. Olson (2010) ise kültürel sponsorluk ve spor sponsorluklarının marka denkliğine etkisinin benzer olduğunu tespit ettiği nicel bir çalışma gerçekleştirmiştir. Bunun dışında bu iki sektörü tüketici nezdinde nicel olarak karşılaştıran çalışmalara ulaşılamamıştır.

Literatür incelendiğinde sponsorluk etkinliklerinin hem tüketici hem de işletme bakış açısıyla araştırıldığı görülmektedir. Colbert vd. (2005a), sponsorluğun türü (ticari/insansever), algılanan uyum, sponsor türü (özel/devlet), etkinliğin doğası unsurlarının sponsorluk algısına etkisini karmaşık bir deneysel tasarım ile ele almış, sonuçta özel etkilerin belirlenmesi için modelin sadeleştirilmesi ve farklı kültürlerde çalışılmasının iyi olacağını belirtmiştir. Carillat vd. (2008) sanat sponsorluğu söz konusu olduğunda sponsorluğun satın alma niyeti üzerindeki etkisinin desteklenen sanat türüne göre (yüksek/popüler) farklılaştığını ortaya koymuştur. Temel ve Şirin (2017) spor sponsorlukları ile kurumsal imaj, itibar, satın alma niyeti arasında ilişki olduğunu tespit etmiştir.

Literatürde sponsorluk etkinliklerine işletme açısından bakan çalışmalar da vardır. Tyrie ve Ferguson (2013) sponsorluk işbirliklerinde değer elde etme sürecini paydaşlar açısından Sosyal Mübadele Teorisi ile ele almıştır. Ryan ve Blois (2016) Fiske'in İlişkisel Model Teorisi'nden yola çıkarak sanat sponsorluklarında paydaşlar için olası fırsat ve tehditleri belirledikleri kategorik bir yaklaşım geliştirmiştir. Konuya tüketici yerine işletme tarafından bakan bir diğer isim olan Lewandowska (2015), sanat sponsorluklarında sanat kuruluşlarıyla kurulan işbirliği ve ortaklığın işletmenin yaratıcılığına ve öğrenme sürecini katkı sağladığını ortaya koymuştur.

Literatür incelendiğinde, işletmelerin kültür-sanat etkinliği sponsorluklarına ilişkin sınırlı sayıda çalışmaya ulaşılabilmektedir. Var olan çalışmalar da genellikle nitel çalışmalardır. Bununla birlikte literatürde spor sponsorluklarına yönelik nitel ve nicel çalışmalara rastlanmıştır. Buna karşın, bu iki sponsorluk seçeneğinin karşılaştırmalı olarak tüketici nezdinde ele alan sınırlı sayıda nicel çalışma olduğu görülmüştür. Bu araştırmanın amacı, farklı türde sponsorluk etkinliklerinin tüketicileri tutumlarını ve tüketiciler arası iletişimi nasıl etkilediğini tespit etmektir. Bu çalışmanın, sponsorluk etkinliklerini Uyum Teorisi'yle birlikte ele alan çalışmaların iletişimle ilgili kanadına katkı sunması düşünülmüştür. Ayrıca çalışmanın sanat ve spor sponsorluklarına yönelik tutum ve davranış niyetlerini karşılaştırması bir diğer farklılık noktasıdır. Johnston ve Spais'nin (2015) gerçekleştirdiği gruplamaya göre ise bu çalışmanın sponsorluk çalışmalarının davranışsal/ ayağına katkı sunulması amaçlanmıştır.

Sponsorluk etkinliklerinin en önemli avantajı hedeflenmiş bir pazara hitap etmesi ve interaktif bir atmosfer yaratmasıdır (Rectanus, 2002). Bunun da bir sonucu olarak son dönemlerde sponsorluk etkinliklerinin etkinlik pazarlaması ile de yakınlaştığı görülmektedir. Etkinlik pazarlaması açısından bakıldığında işletmeler açısından sponsorluğun amacı hem sponsorlar hem de etkinlik katılımcıları ile uzun süreli ilişki kurmaktır, çünkü ilişkinin süresinin uzaması marka imajını ve satın alma niyetini olumlu etkilemektedir (Lacey vd., 2007). Close vd. (2006), tüketicilerin sponsor ve etkinlik hakkında bilgi sahibi olduğu durumlarda etkinlik sponsorluğunun topluluk oluşturma, olumlu marka fikri yaratma, ağızdan ağıza iletişim ve bunun sonucu satın alma niyeti için önem taşıdığına altını çizmiştir. Bu çalışmada da bir adet sanat ve bir adet spor etkinliğine yönelik sponsorluk etkinliklerinin tüketiciler tarafından nasıl algılandığı ele alınmıştır.

1. Literatür Özeti

1.1. Uyum Teorisi

Uyum Teorileri ürün özellikleri ile tüketicinin kendi imajına ilişkin algısı arasında bilişsel bir eşleşme olduğunu söylemektedir (Claiborne ve Sirgy, 1990'dan akt. Solomon, 2018). Literatürde uyum marka genişlemesi, reklam, ünlü kullanımı (celebrity endorsement) (Fleck ve Quester, 2007), marka farkındalığı yaratma (Cornwell vd., 2006) gibi farklı konularla birlikte ele alınmıştır. Cornwell vd. (2005) sponsorlukla ilişkili tüketici odaklı pazarlama iletişim çalışmalarının öncüllerini ve çıktılarını gösteren bir model geliştirmiştir. Bu model, uyumu da içermektedir.

Sponsorluğun tüketiciler tarafından nasıl algılandığı ve yorumlandığı ve bu sürecin davranışsal çıktıları literatürde çalışılmış bir konudur. Cornwell vd. (2006) sponsor etkinlik uyumunun akılda kalıcılığı arttırdığını belirtmiştir. Uhrich vd. (2014) sponsorlukla ilgili iletişim çalışmalarının tüketici algısına etkisinin düşük ve yüksek uyum seviyelerinde farklılaştığını ortaya koymuştur. Chien vd. (2011) sponsorluk etkinliklerinde kategori uyumunun marka anlamının tutarlılığına ve açıklığına etki ettiğini ortaya koymuştur. Shu vd. (2015) etkinlik ve sponsor arası uyumun etkinliğin beğenilmesi ve kişi-sponsor uyum

algısı aracılığıyla markanın tercih edilirliliğini (brand favorability) etkilediğini ortaya koymuştur. Close ve Lacey (2013) etkinlik pazarlamasında sponsor-etkinlik uyumunun etkinliğe yönelik olumlu tutum yaratmada önemli bir bileşen olduğuna vurgu yapmıştır.

Sponsorluğu yapılan konuya yüklenen anlam çoğu zaman tüketici tarafından sponsorluğu yapan işletmeye/markaya transfer edilmektedir (Gwinner, 1997; Chien vd., 2011). Bu durumun bir sonucu olarak, sponsorluğu yapılan bir marka ile sponsorluk yapan işletme arası uyum sponsorluk çalışmalarının önemli bir başlığını oluşturmaktadır. Abreu vd. (2013) etkinliğin sponsorluğunda imaj transferinin transferin etkililiği ve transfer sürecini etkileyen unsurlar olarak ele alındığını belirtmiştir. Grohs ve Reisinger (2005) etkinlik ve sponsor arası uyumun yüksek olduğu durumlarda sponsorluğa maruz kalmadaki artışın imaj transferini arttırdığını, buna karşın tüketicilerin etkinlik ve sponsorluk arası algıladığı uyumun düşük olduğu durumda ya da sponsorlukta ticari kaygı hissettiklerinde sponsorluk etkinliğine maruz kalmadaki artışın sponsor imajına zarar verdiğini ortaya koymuştur (Grohs ve Reisinger, 2014).

Sponsorluk marka denkliği inşa etmede kullanılan bir elemandır. Smith (2004) sponsorluk etkinliğinin marka imajı ile uyumunun marka denkliği inşa etmede kritik elemanlardan biri olduğunu belirtmiştir. Groza vd. (2012) sponsoru olunan marka ile sponsor işletme arasındaki uyumun marka denkliğini etkilediğini ortaya koymuştur. Becker-Olsen ve Simmons (2002) ise sponsorlukta yüksek uyum algısının sürece düzenleyici olarak etki ederek marka denkliğini katkı sağladığını ortaya koymuştur. Wang (2017) kişisel uyum ve algılanan uygunluğun markanın tanınırlığına ve inandırıcılığına katkı sağlayarak marka denkliğini güçlendirdiğini ortaya koymuştur.

Sponsorluk kavramı literatürde marka denkliği ile birlikte çalışılmıştır. Sirgy vd. (2008) sponsorluğu yapılan etkinlik ile kişisel uyumun marka sadakatini etkilediğini, bu etkinin özellikle tüketici sponsorluğu üstlenen işletmeden önceden haberdarsa ve etkinliğe ilgilenimi yüksekse ortaya çıktığını belirtmiştir. Etkinlik ve sponsor arasındaki uyumun kurumsal imajı olumlu etkileyeceği literatürde üzerinde durulmuş bir konudur. Bu durum, tüketici davranışındaki “bilişsel uyum” ile açıklanmıştır. Bu yaklaşıma göre tüketiciler duygu, düşünce ve davranışları arasında uyum arayışındadır (Solomon, 2018; Colbert vd., 2005b). Sponsorluğun bir çeşit marka çağrışımı olduğunun altını çizen Musante ve Milne (1999) markanın imajıyla uyumlu bir sponsorluğun marka imaj şemasını (schema theory/image scheme) güçlendireceğini belirtmiştir. Chabli ve Gharbi (2014) ise etkinlik ve sponsor uyumunun imaj üzerinde düzenleyici etkiye sahip olduğunu ortaya koymuştur.

1.2. Sponsorluğa Karşı Tutum

Tutum, bir nesne, konu, kişi ya da eylem hakkında bireyin sahip olduğu bütünsel ve kalıcı yargıdır (Hoyer ve MacInnis, 2008). Tutumlar her zaman davranışa dönüşmese de tüketici davranışını anlamada ve açıklamada önem taşımaktadır (Okumuş, 2013). Tutum, pazarlama alanında tüketiciyi anlamak için, pazarlamanın farklı alt başlıklarında çokça çalışılmış bir konudur. Kim vd. (2012) sponsor imajının tüketici tarafından algılanışının bilişsel ve duygusal olarak iki boyuta ayrıldığını, tutum, duygular ve kişilik algılarının duygusal boyutu oluşturduğunu belirtmiştir.

Sponsorluğa karşı tüketici tutumu literatürde çalışılmış bir konudur. Rifon vd. (2004) Atıf Teorisi'nden yola çıktıkları çalışmalarında işletme ve sponsoru olunan dava arasındaki uyumun tutumu olumlu etkilediğini tespit etmiştir. Biscaia vd. (2013) davranışsal sadakatin sponsorluğa yönelik farkındalığı, sponsorluğa yönelik farkındalığın da tutumu etkilediğini ortaya koymuştur. Mazodier ve Merunka (2012) sponsorluğu yapılan etkinlik ile marka arası uyumun sponsora karşı tutumu etkilediğini ortaya koymuştur. Mazodier ve Quester (2014) uyumsuzluğun yüksek seviyede uyuma kıyasla marka etkisi (brand affect) üzerinde daha etkili olduğunu, uyumsuzluk durumunda marka etkisi ve algılanan uyumun sponsorluk etkisi süresince doğrusal olarak artış gösterdiğini ortaya koymuştur.

Skard ve Thorbjornsen (2017) sponsorluk etkinliklerinde mesajın açık uçlu olarak verilmesinin markaya yönelik tutumu olumlu etkilediğini ortaya koymuştur. Hazari (2018), spor sponsorluğuna karşı tutumun cinsiyete göre farklılaştığını ortaya koymuştur. Bu çalışmanın çatısını oluşturan Shin vd. (2018) ise tüketicilerin kişisel marka imajı ile sponsor marka imajı arasındaki uyumun tüketici tutumunu olumlu

etkilediğini, sponsorluğu gerçekleştiren işletmeye sadakat yaratmada tutumun aracı role sahip olduğunu ortaya koymuştur.

1.3. Ağızdan Ağıza İletişim

Çevrimiçi ağızdan ağıza iletişim (viral pazarlama) yarattığı “zincir etkisiyle” hem işletmeler hem de araştırmacılar için önem taşımaktadır (Mochalova ve Nanopoulos, 2014). Ağızdan ağıza iletişimin en önemli etkisi davranışsal bir çıktı olan satın alma niyetindeki yönlendirici rolüdür (Chevalier ve Mayzlin, 2006) Sponsorlukla ilgili araştırmalarda satın alma niyeti kadar ağızdan ağıza iletişimin de önemine vurgu yapan Alexandris vd. (2007) sponsora yönelik inanç ve sponsorluk aktivitesine ilgilenimin ağızdan ağıza iletişim ve imaj üzerinde etkili olduğunu belirtmiştir.

İnternet teknolojilerindeki gelişmelerle birlikte ağızdan ağıza iletişim hem sanal hem de fiziksel mecrada önemli bir iletişim aracı haline gelmiştir. İnternet teknolojilerindeki gelişmeler çevrimiçi ağızdan ağıza iletişimin gerçekleştirildiği mecraları da sürekli değiştirmekte ve dönüştürmektedir. Son dönemde hikaye (ephemeral social media) paylaşımının artmasıyla bu alanda da araştırmalar gerçekleştirilmiştir. Wakefield ve Bennett (2018), olumlu deneyime sahip ve takipçi sayısı daha fazla olan fanların paylaşım süresini daha uzun tuttuğunu ortaya koymuştur.

Çevrimiçi mecralarda ağızdan ağıza iletişim niyeti kişilik özellikleriyle yakından ilgilidir. Gupta ve Harris (2010) çevrimiçi ağızdan ağıza iletişim niyetinin bilgi aktarımı konusunda daha istekli tüketiciler için daha zaman alıcı ve iş yoğun bir süreç olduğunu, bilgi aktarımı konusunda çok istekli olmayan tüketicilerin ağızdan ağıza girişmek yerine çevrimiçi platformlarda oluşan var olan yorumlara göre hareket ettiğini belirtmiştir. Ho ve Dempsey (2010) daha “bireyci” ve/veya “özgeci” tüketicilerin çevrimiçi mecralarda içerik paylaşmaya daha eğilimli olduğunu ortaya koymuştur. Tüketicinin sosyal etkileşim ihtiyacı, ekonomik teşvik ve kendi değerini güçlendirme isteği ağızdan ağıza iletişim ilgileniminin temel belirleyicileri olarak bulunmuştur (Henning-Thurau ve Walsh, 2003; Hussain vd., 2018).

Literatürde ağızdan ağıza iletişim kavramı dijital olan ve olmayan alanlarda çalışılmış bir konudur. Tsiotsou ve Alexandris (2009) sponsorluğu yapılan takımın fanların olumlu imaj algılama, satın alma niyeti ve ağızdan ağıza iletişimle ürün önerme niyetlerinin daha fazla olduğunu tespit etmiştir. Sponsorluğun uyumunu marka çekiciliği ve ağızdan ağıza iletişim olmak üzere iki farklı performans unsuruna etkisini inceleyen Woisetschlag vd. (2010), sponsor ve sponsorluğu yapılan kuruluş arası uyumsuzluğun ağızdan ağıza iletişim niyetini düşüreceğini ortaya koymuştur. Dobelev vd. (2005) başarılı bir viral pazarlama etkinliğinde tüketicinin bilgiyi çevresine aktarmanın bir değer yaratacağını düşünmesi ve bu süreçte kullanıldığını düşünmemesi gerektiğini, bu koşullar sağlandığında viral pazarlamanın işletmeler açısından kısa sürede dönüş alma imkânı sunan ve görece düşük maliyetli bir seçenek olduğunu belirtmiştir. Ketelaar vd. (2016), reklam alanında gerçekleştirdikleri çalışmada viral iletişimin reklama yönelik tutum, markaya yönelik tutum ve viral reklama yönelik tutumdan etkilendiğini ortaya koymuştur.

2. Araştırma Metodolojisi

2.1. Araştırmanın Amacı, Ölçeği ve Örneklemi

Araştırmanın amacı tüketicilerin sanat ve spor sponsorluklarına yönelik tutum ve beklentilerinin incelenmesi ve bu konuların sponsorluk türü, sponsorluktan haberdar olma durumu ve cinsiyet ekseninde farklılaşıp farklılaşmadığının tespit edilmesidir. Araştırmanın ana kütlesi, 18 yaş üzeri genç tüketicilerden oluşmaktadır. Bu kapsamda, kolayda örnekleme yöntemiyle üniversite öğrencilerinden yüz yüze anket aracılığıyla veri toplanmıştır. Vanhaverbeke (1992) sponsorluk etkinliklerinin ve özellikle sanat sponsorluğunun öğrenci örnekleminde çalışılmasının önemini vurgulamıştır. Buna gerekçe olarak öğrencilerin iş dünyası hakkında fikir sahibi ve kültürel ilgilenimi yüksek bir tüketici grubunu oluşturmasını göstermiştir. Bu kabulden de yola çıkılarak, öğrenci örnekleminin sponsorluk etkinliklerinin etkisini ölçmek için uygun bir örneklem olduğu düşünülmüş ve 350 anket analizlere dahil edilmiştir.

Araştırma amacı doğrultusunda sponsorluk etkinliklerinin Uyum Teorisi'ne göre değerlendirilmesini ölçmek amacıyla Shin ve diğerleri (2018)'in Mozider ve Merunka (2012) ve Sirgy ve diğerleri (2008)'den uyarlayarak oluşturduğu ifadelerden, sponsorluk etkinliklerine yönelik tutumu ölçmek için Simmons ve Becker-Olsen (2006)'nın çalışmalarından, ağızdan ağıza iletişimi ölçmek için ise Chang, Kang, Ko ve Connaughton'un (2017), Suh ve Yi (2006)'nın çalışmalarından uyarlayarak geliştirdiği ölçekten ve Goyette, Ricard, Bargeron ve Marticotte (2010)'un çalışmasında yer alan ölçeklerinden yararlanılmıştır. Bu doğrultuda ölçekler İngilizce'den Türkçe'ye çevrilmiş, ölçek ifadelerinin anlaşılabilirliğinin teyit edilmesi için ön test gerçekleştirilmiş, ön test sonucu cevaplayıcılardan alınan geribildirimler doğrultusunda ölçek ifadelerine son şekli verilerek nihai anket formu oluşturulmuştur. Bu açıdan, araştırmada kullanılan ölçeklerin Türkiye örnekleminde uygulanması açısından da literatüre katkı sunabileceği düşünülmektedir.

Tüketicilerin zihninde sponsorluk etkinliklerini canlandırmak amacıyla tüketicilere sanat ve spor etkinliklerine sponsorluk yapan iki farklı işletmeyi anlatan kurgu metinler verilmiştir. Senaryo tekniği ilk olarak Finch tarafından sosyoloji alanında kullanılmış bir uygulamadır. Bu yaklaşımda tüketicilerden farazi durumları göz önünde bulundurarak nasıl bir düşünce-davranış benimseyeceklerini belirtmeleri istenmektedir. Bu yaklaşım daha sonra tüketici tutumlarını anlamakta da kullanılmıştır (Richardson vd., 1994).

Kurgu metinlerde tüketicilere ölçülmek istenen durumu kafalarında daha iyi canlandırmalarını sağlayacak üç cümlelik bir özet bilgi verilmiştir. Söz konusu metinlerde sanat sponsorluğu ile ilgili olan metinde X işletmesinin bir sanat bienalinin sponsorluğunu üstlenerek sanatı geniş kitlelerle buluşturma misyonunu üstlendiği, spor sponsorluğu ile ilgili olan metindeyse Y işletmesinin basketbol liginin sponsorluğunu üstlenerek sporu geniş kitlelerle buluşturma misyonunun üstlendiği belirtilmiştir. Tüketicilerden söz konusu kısa metni okuyup, verilen bilgileri göz önünde bulundurarak anket sorularını cevaplamaları istenmiştir. Çalışmanın genellenebilirliğine katkı sunmak ve hale etkisini ortadan kaldırmak için gerçek işletme isimleri verilmemiş, işletme isimleri anonimliği sağlayan X ve Y olarak belirlenmiştir.

Katılımcıların demografik özellikleri

Katılımcılara ilişkin tanımlayıcı istatistikler incelendiğinde %48,9'unun kadınlardan %51,1'inin erkeklerden oluştuğu dolayısıyla cinsiyetin dengeli dağıldığı görülmüştür. Anketlerin öğrenci örnekleminde uygulanmasının da bir sonucu olarak örneklemin %84,9'u 18-25, %10'u 26-33 yaş aralığındadır. Örneklemin %15,1'i 2000 TL ve altı, %29,7'si 2001-4000 TL arası, %18,6'sı 4001-6000 TL arası, %12,3'ü 6001-8000 TL arası ve %24,3'ü 8000 TL ve üstü gelire sahiptir.

2.2. Araştırmanın Bulguları

Ölçeklerin geçerliliği faktör analiziyle güvenilirliği ise Cronbach-Alpha katsayısı ile değerlendirilmiştir. Ardından örneklemin yapısına ilişkin tanımlayıcı istatistikler incelenmiş ve algılamaların sponsorluk türü, haberdarlık durumu ve cinsiyete göre farklılaşıp farklılaşmadığı değerlendirilmiştir.

Ölçeklerin güvenilirlik ve geçerlik değerleri

Ölçeklerin güvenilirlik değerleri incelendiğinde sponsorluk-uyum ölçeğinin 15 ifade ve 3 boyuttan oluştuğu, %71,994 açıklama oranına sahip olduğu ve Cronbach-Alpha katsayısının 0,906 olduğu; tutum ölçeğinin 3 ifade ve tek boyuttan oluştuğu Cronbach-Alpha katsayısının 0,945 olduğu, ağızdan ağıza iletişim ölçeğinin 10 ifade ve tek boyuttan oluştuğu, Cronbach Alpha değerinin 0,952 olduğu tespit edilmiştir.

Ölçeklerin güvenilirlikleri Cronbach-Alpha katsayısı ile değerlendirilmiş, geçerlilikleri ise keşfedici faktör analiziyle teyit edilmiştir. Ölçeğe ilişkin söz konusu değerlendirme sonuçlarını gösteren tablo aşağıda yer almaktadır.

Tablo 1: Ölçeklere ilişkin güvenilirlik ve geçerlik değerleri

İfade	Faktör yükü	
Uyum		
Etkinlik imajı ve kişisel imaj uyumu (Açıklama Oranı: %43,596)		
Kendi imajım etkinlik ile uyumludur.	0,806	
Kendimi bu etkinliklerin bir parçası gibi hissederim.	0,844	
Bu etkinliklere katılmam kim olduğumu ortaya koymama yardımcı olur.	0,705	
Etkinliğin imajı kişisel imajımla uyumludur.	0,665	
Etkinliğin imajı ve kişisel imajım birbirine benzerdir.	0,773	
İşletme imajı ve kişisel imaj uyumu (Açıklama Oranı: %19,430)		
Kişisel imajım bu tür etkinliklerin sponsorluğunu üstlenen bir işletmenin imajı ile uyumludur.	0,676	
Kendimi rahatlıkla bu tür etkinliklerin sponsorluğunu üstlenen bir işletmenin parçası gibi hissederim.	0,774	
Bu tarz sponsorluklarla öne çıkan bir işletmeden alışveriş yapmak kim olduğumu ortaya koymama yardımcı olur.	0,790	
Bu tür etkinliklerin sponsorluğunu üstlenen bir işletme kişisel imajımı doğru temsil eder.	0,839	
Bu tür etkinlikleri üstlenen bir işletmenin imajı ile kendimi özdeşleştirebilirim.	0,822	
Etkinlik imajı ve işletme imajı uyumu (Açıklama Oranı: %8,968)		
Bu tür etkinliklere sponsor olan işletmelerin imajının sponsorluğa uygun olması gerekir.	0,824	
Bu tür etkinliklere sponsor olan bir işletmenin bu kararının kendi imajı ile tutarlı olması gerekir.	0,897	
Bu tür etkinliklere sponsor olan bir işletmenin bu kararının işletme imajı ile karşılaştırıldığında anlamlı olması gerekir.	0,897	
Bu tür etkinliklere sponsor olan bir işletmenin imajının etkinliğe uygun olması gerekir.	0,896	
Bu tür etkinliklere sponsor olan bir işletmenin imajı ile etkinlik imajının benzer olması gerekir.	0,821	
<i>Toplam Açıklanan Varyans</i>		71,994
<i>Nihai Ölçeğin Cronbach's Alpha Değeri</i>		0,906
Tutum		
Bir işletmenin sanat/spor etkinliklerine sponsor olmasını olumlu karşılarım.	0,944	
Bir işletmenin sanat/spor etkinliklerine sponsor olması hoşuma gider.	0,950	
Bir işletmenin sanat/spor etkinliklerine sponsor olmasının iyi olduğunu düşünürüm.	0,957	
<i>Toplam Açıklanan Varyans</i>		90,374
<i>Nihai Ölçeğin Cronbach's Alpha Değeri</i>		0,945
Ağızdan ağıza iletişim		
Başkalarına sanat/spor etkinliklerini destekleyen bir işletme hakkında olumlu konuşurum.	0,604	
Sanat/spor etkinliklerini destekleyen bir işletmeyi başkalarına öneririm.	0,687	
Sanat/spor etkinliklerini destekleyen bir işletme hakkında diğerleri hakkında konuştuğumdan daha fazla konuşurum.	0,646	
Sanat/spor etkinliklerini destekleyen bir işletmeden herkese bahsederim.	0,704	
Sanat/spor etkinliklerini destekleyen bir işletmeyi herkese öneririm.	0,760	
Sanat/spor etkinliklerini destekleyen bir işletmenin iyi yanlarından herkese bahsederim.	0,726	
Sanat/spor etkinliklerini destekleyen bir işletmenin müşterisi olmaktan gurur duyduğumu herkese söylerim.	0,690	
Çevremdekileri sanatı/sporu destekleyen bir işletmenin ürünlerini kullanmak konusunda teşvik ederim.	0,753	
Çevremdekilere sanatı/sporu destekleyen bir işletme hakkında olumlu şeyler söylerim.	0,750	
Sanatı/sporu destekleyen bir işletme hakkında olumlu konuşurum.	0,686	
<i>Toplam Açıklanan Varyans</i>		70,072
<i>Nihai Ölçeğin Cronbach's Alpha Değeri</i>		0,952

Çalışma kapsamında keşfedici faktör analizi ölçek ve ifade yapılarının geçerliliğini göstermek amacıyla yapılmış, farklılık analizleri ifade bazlı yapılmıştır. Fark testinin ifade bazında yapılmasındaki amaç örneklemin araştırma konusuna ilişkin tutumunun daha detaylı olarak anlaşılıp yorumların daha derinlemesine olarak yapılmasının hedeflenmesidir.

Ölçek ifadelerine ilişkin frekans değerleri

Tablo 2’de ölçek ifadelerine ilişkin frekans ve yüzde değerleri yer almaktadır.

Tablo 2: İfadelere ilişkin frekans değerleri

İfadeler	Kesinlikle katılmıyorum	Katılmıyorum	Ne katılmıyorum ne katılmıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle katılıyorum
Uyum (Shin vd., 2018)					
Kendi imajım etkinlik ile uyumludur.	28 (%8)	82 (%23,4)	131 (%37,4)	77 (%22)	32 (%9,1)
Kendimi bu etkinliklerin bir parçası gibi hissederim.	34 (%9,7)	99 (%28,3)	99 (28,3)	89 (25,4)	29 (8,3)
Bu etkinliklere katılmam kim olduğumu ortaya koymama yardımcı olur.	43 (%12,3)	79 (%22,6)	107 (%30,6)	86 (%24,6)	35 (%10)
Etkinliğin imajı kişisel imajımla uyumludur.	29 (%8,3)	71 (%20,3)	152 (%43,4)	82 (23,4)	16 (4,6)
Etkinliğin imajı ve kişisel imajım birbirine benzerdir.	35 (%10)	94 (%26,9)	126 (%36)	72 (%20,6)	23 (6,6)
Kişisel imajım bu tür etkinliklerin sponsorluğunu üstlenen bir işletmenin imajı ile uyumludur.	31 (%8,9)	80 (%22,9)	123 (%35,1)	92 (26,3)	24 (%6,9)
Kendimi rahatlıkla bu tür etkinliklerin sponsorluğunu üstlenen bir işletmenin parçası gibi hissederim.	40 (%11,4)	83 (%23,7)	105 (%30)	89 (25,4)	33 (%9,4)
Bu tarz sponsorluklarla öne çıkan bir işletmeden alışveriş yapmak kim olduğumu ortaya koymama yardımcı olur.	42 (%12)	104 (%29,7)	107 (%30,6)	72 (%20,6)	25 (%7,1)
Bu tür etkinliklerin sponsorluğunu üstlenen bir işletme kişisel imajımı doğru temsil eder.	34 (%9,7)	92 (%26,3)	121 (%34,6)	82 (%23,4)	21 (%6)
Bu tür etkinlikleri üstlenen bir işletmenin imajı ile kendimi özdeşleştirebilirim.	32 (%9,1)	82 (%23,4)	126 (%36)	82 (23,4)	28 (%8)
Bu tür etkinliklere sponsor olan işletmelerin imajının sponsorluğa uygun olması gerekir.	22 (%6,3)	25 (%7,1)	44 (%12,6)	160 (%45,7)	99 (%28,3)
Bu tür etkinliklere sponsor olan bir işletmenin bu kararının kendi imajı ile tutarlı olması gerekir.	19 (%5,4)	20 (%5,7)	45 (%12,9)	163 (%46,6)	103 (%29,4)
Bu tür etkinliklere sponsor olan bir işletmenin bu kararının işletme imajı ile karşılaştırıldığında anlamlı olması gerekir.	18 (%5,1)	24 (%6,9)	54 (%15,4)	158 (%45,1)	96 (%27,4)
Bu tür etkinliklere sponsor olan bir işletmenin imajının etkinliğe uygun olması gerekir.	17 (%4,9)	30 (%8,6)	57 (%16,3)	162 (%46,3)	84 (%24)
Bu tür etkinliklere sponsor olan bir işletmenin imajı ile etkinlik imajının benzer olması gerekir.	20 (%5,7)	44 (%12,6)	86 (%24,6)	130 (%37,1)	70 (%20)
Tutum (Simmons ve Becker-Olsen, 2006)					
Bir işletmenin sanat/spor etkinliklerine sponsor olmasını olumlu karşılarım.	3 (%0,9)	5 (%1,4)	39 (%11,1)	143 (%40,9)	160 (%45,7)
Bir işletmenin sanat/spor etkinliklerine sponsor olması hoşuma gider.	8 (%2,3)	6 (%1,7)	59 (%16,9)	127 (%36,3)	150 (42,9)
Bir işletmenin sanat/spor etkinliklerine sponsor olmasının iyi olduğunu düşünürüm.	5 (%1,4)	5 (%1,4)	48 (%13,7)	132 (%37,7)	160 (%45,7)
Ağızdan ağıza iletişim (Chang, Kang, Ko ve Connaughton, 2017; Goyette, Ricard, Barger ve Marticotte, 2010)					
Başkalarına sanat/spor etkinliklerini destekleyen bir işletme hakkında olumlu konuşurum.	8 (%2,3)	21 (%6)	96 (%27,4)	151 (%43,1)	74 (%21,1)
Sanat/spor etkinliklerini destekleyen bir işletmeyi başkalarına öneririm.	11 (%3,1)	18 (%5,1)	112 (%32)	141 (%40,3)	68 (19,4)
Sanat/spor etkinliklerini destekleyen bir işletme hakkında diğerleri hakkında konuştuğumdan daha fazla konuşurum.	22 (%6,3)	50 (%14,3)	145 (41,4)	88 (25,1)	45 (12,9)
Sanat/spor etkinliklerini destekleyen bir işletmeden herkese bahsederim.	32 (%9,1)	65 (%18,6)	145 (%41,4)	68 (%19,4)	40 (%11,4)

Sanat/spor etkinliklerini destekleyen bir işletmeyi herkese öneririm.	30 (%8,6)	49 (%14)	141 (%40,3)	86 (24,6)	44 (12,6)
Sanat/spor etkinliklerini destekleyen bir işletmenin iyi yanlarından herkese bahsederim.	21 (%6)	33 (%9,4)	132 (%37,7)	115 (%32,9)	49 (%14)
Sanat/spor etkinliklerini destekleyen bir işletmenin müşterisi olmaktan gurur duyduğumu herkese söylerim.	34 (%9,7)	42 (%12)	145 (%41,4)	89 (%25,4)	40 (11,4)
Çevremdekileri sanatı/sporu destekleyen bir işletmenin ürünlerini kullanmak konusunda teşvik ederim.	28 (%8)	34 (%9,7)	131 (%37,4)	111 (%31,7)	46 (13,1)
Çevremdekilere sanatı/sporu destekleyen bir işletme hakkında olumlu şeyler söylerim.	19 (%5,4)	20 (%5,7)	102 (%29,1)	155 (%44,3)	54 (%15,4)
Sanatı/sporu destekleyen bir işletme hakkında olumlu konuşurum.	19 (%5,4)	18 (%5,1)	99 (%28,3)	156 (%44,6)	58 (%16,6)

İfadelere ilişkin frekans değerleri incelendiğinde, tüketicilerin kişisel olarak etkinlik ya da işletmeye özdeşlik kurmayı beklemediği söylenebilir. Buna karşın tüketicilerin işletme ile sponsoru olduğu etkinlik arası uyum olmasını beklediği söylenebilir. Frekans analizlerine ilişkin diğer bir dikkat çekici nokta ağızdan ağıza iletişime yönelik frekans dağılımlarında görülmektedir. Tüketiciler sponsorluk etkinlikleri yapan işletmeler hakkında olumlu konuşma niyetindedir ancak bu durum söz konusu işletmeyi diğerlerinden farklılaştırmayı sağlayacak, tüketicileri işletmenin savunucusu haline getirecek kadar baskın bir durum değildir.

Sponsorluk türüne göre uyum, tutum ve ağızdan ağıza iletişime yönelik ifadelerin farklılıklarının incelenmesine yönelik yapılan t-testi sonuçları

Tablo 3'te ölçek ifadelerinin sponsorluk türüne göre farklılıkların incelenmesine yönelik yapılan t-testi sonuçları yer almaktadır.

Tablo 3: Sponsorluk türüne göre uyum, tutum ve ağızdan ağıza iletişime yönelik ifadelerin farklılıklarının incelenmesine yönelik yapılan t-testi sonuçları

<i>Sponsorluk değerlendirme ifadeleri</i>		n	Ortalama	Standart sapma	t değeri	p değeri
Uyum (Shin vd., 2018)						
Kendi imajım etkinlik ile uyumludur.	Sanat	171	3,152	,8542	2,472	,014
	Spor	179	2,871	1,227		
Kendimi bu etkinliklerin bir parçası gibi hissederim.	Sanat	171	3,181	,924	3,969	,000
	Spor	179	2,715	1,241		
Bu etkinliklere katılmam kim olduğumu ortaya koymama yardımcı olur.	Sanat	171	3,239	1,054	4,268	,000
	Spor	179	2,720	1,217		
Etkinliğin imajı kişisel imajımla uyumludur.	Sanat	171	3,105	,901	2,803	,005
	Spor	179	2,815	1,024		
Etkinliğin imajı ve kişisel imajım birbirine benzerdir.	Sanat	171	3,058	,962	3,324	,001
	Spor	179	2,687	1,117		
Kişisel imajım bu tür etkinliklerin sponsorluğunu üstlenen bir işletmenin imajı ile uyumludur.	Sanat	171	3,046	,950	,906	,366
	Spor	179	2,944	1,154		
Kendimi rahatlıkla bu tür etkinliklerin sponsorluğunu üstlenen bir işletmenin parçası gibi hissederim.	Sanat	171	2,982	1,092	,084	,933
	Spor	179	2,972	1,210		
Bu tarz sponsorluklarla öne çıkan bir işletmeden alışveriş yapmak kim olduğumu ortaya koymama yardımcı olur.	Sanat	171	2,935	1,096	2,053	,041
	Spor	179	2,692	1,117		
Bu tür etkinliklerin sponsorluğunu üstlenen bir işletme kişisel imajımı doğru temsil eder.	Sanat	171	2,970	1,008	1,277	,203
	Spor	179	2,826	1,100		
Bu tür etkinlikleri üstlenen bir işletmenin imajı ile kendimi özdeşleştirebilirim.	Sanat	171	3,035	1,073	,985	,325
	Spor	179	2,921	1,078		

Bu tür etkinliklere sponsor olan işletmelerin imajının sponsorluğa uygun olması gerekir.	Sanat	171	3,918	1,031	1,525	,128
	Spor	179	3,737	1,177		
Bu tür etkinliklere sponsor olan bir işletmenin bu kararının kendi imajı ile tutarlı olması gerekir.	Sanat	171	3,976	1,005	1,520	,129
	Spor	179	3,804	1,112		
Bu tür etkinliklere sponsor olan bir işletmenin bu kararının işletme imajı ile karşılaştırıldığında anlamlı olması gerekir.	Sanat	171	3,871	1,026	,733	,464
	Spor	179	3,787	1,106		
Bu tür etkinliklere sponsor olan bir işletmenin imajının etkinliğe uygun olması gerekir.	Sanat	171	3,824	1,002	1,114	,266
	Spor	179	3,698	1,116		
Bu tür etkinliklere sponsor olan bir işletmenin imajı ile etkinlik imajının benzer olması gerekir.	Sanat	171	3,549	1,085	,299	,765
	Spor	179	3,514	1,148		
Tutum (Simmons ve Becker-Olsen, 2006)						
Bir işletmenin sanat/spor etkinliklerine sponsor olmasını olumlu karşılarım.	Sanat	171	4,333	,685	,973	,331
	Spor	179	4,25	,873		
Bir işletmenin sanat/spor etkinliklerine sponsor olması hoşuma gider.	Sanat	171	4,204	,825	,947	,344
	Spor	179	4,111	1,100		
Bir işletmenin sanat/spor etkinliklerine sponsor olmasının iyi olduğunu düşünürüm.	Sanat	171	4,280	,729	,696	,487
	Spor	179	4,217	,949		
Ağızdan ağıza iletişim (Chang, Kang, Ko ve Connaughton, 2017; Goyette, Ricard, Barger ve Marticotte, 2010)						
Başkalarına sanat/spor etkinliklerini destekleyen bir işletme hakkında olumlu konuşurum.	Sanat	171	3,789	,889	,803	,423
	Spor	179	3,709	,974		
Sanat/spor etkinliklerini destekleyen bir işletmeyi başkalarına öneririm.	Sanat	171	3,695	,927	,361	,718
	Spor	179	3,659	,972		
Sanat/spor etkinliklerini destekleyen bir işletme hakkında diğerleri hakkında konuştuğumdan daha fazla konuşurum.	Sanat	171	3,292	1,072	,910	,363
	Spor	179	3,189	1,031		
Sanat/spor etkinliklerini destekleyen bir işletmeden herkese bahsederim.	Sanat	171	3,128	1,065	1,242	,215
	Spor	179	2,983	1,124		
Sanat/spor etkinliklerini destekleyen bir işletmeyi herkese öneririm.	Sanat	171	3,228	1,101	,706	,480
	Spor	179	3,145	1,091		
Sanat/spor etkinliklerini destekleyen bir işletmenin iyi yanlarından herkese bahsederim.	Sanat	171	3,491	1,019	1,719	,087
	Spor	179	3,301	1,043		
Sanat/spor etkinliklerini destekleyen bir işletmenin müşterisi olmaktan gurur duyduğumu herkese söylerim.	Sanat	171	3,222	1,061	,898	,370
	Spor	179	3,117	1,123		
Çevremdekileri sanatı/sporu destekleyen bir işletmenin ürünlerini kullanmak konusunda teşvik ederim.	Sanat	171	3,391	1,070	1,172	,242
	Spor	179	3,257	1,081		
Çevremdekilere sanatı/sporu destekleyen bir işletme hakkında olumlu şeyler söylerim.	Sanat	171	3,655	,966	1,273	,204
	Spor	179	3,519	1,024		
Sanatı/sporu destekleyen bir işletme hakkında olumlu konuşurum.	Sanat	171	3,631	,993	,264	,792
	Spor	179	3,603	1,007		

Tablo 3'te görüldüğü üzere, sponsorluk türü ve ifadeler arasındaki ilişki incelendiğinde uyum ölçeğinin ifadelerinin sponsorluk türüne göre farklılaştığı görülmüştür. Ortalamalar karşılaştırıldığında sanat sponsorluklarına ilişkin ifadelerin ortalamasının daha yüksek olduğu görülmüştür. Bu durum tüketicilerin sanat sponsorlukları konusunda daha yüksek bir uyum arayışı içinde oldukları şeklinde yorumlanabilir. Teker teker ifadeler özelinde ortalamalar incelendiğinde farklılıkların "Kendi imajım etkinlik ile uyumludur.", "Kendimi bu etkinliklerin bir parçası gibi hissederim.", "Bu etkinliklere katılmam kim olduğumu ortaya koymama yardımcı olur.", "Etkinliğin imajı kişisel imajımla uyumludur.", "Etkinliğin imajı ve kişisel imajım birbirine benzerdir.", "Bu tarz sponsorluklarla öne çıkan bir işletmeden alışveriş yapmak kim olduğumu ortaya koymama yardımcı olur." ifadelerinde olduğu ve tüm ifadelerde sanat sponsorluğuyla ilgili olanların daha yüksek ortalamaya sahip olduğu görülmüştür.

Etkinlikten haberdar olup olmamaya göre sponsorluk değerlemelerinin farklılıklarının incelenmesine yönelik yapılan t-testi sonuçları

Tablo 4'te tüketicilerin etkinlikten haberdar olup olmama durumuna göre ölçek ifadelerinin farklılıklarının incelenmesine yönelik yapılan t-testi sonuçları yer almaktadır.

Tablo 4: Etkinlikten haberdar olup olmamaya göre sponsorluk değerlemelerinin farklılıklarının incelenmesine yönelik yapılan t-testi sonuçları

<i>Sponsorluk değerlendirme ifadeleri</i>		n	Ortalama	Standart sapma	t değeri	p değeri
Uyum (Shin vd., 2018)						
Kendi imajım etkinlik ile uyumludur.	Evet	197	3,319	1,051	6,619	,000
	Hayır	153	2,607	,954		
Kendimi bu etkinliklerin bir parçası gibi hissedirim.	Evet	197	3,304	1,063	7,388	,000
	Hayır	153	2,477	1,020		
Bu etkinliklere katılmam kim olduğumu ortaya koymama yardımcı olur.	Evet	197	3,213	1,118	4,432	,000
	Hayır	153	2,666	1,164		
Etkinliğin imajı kişisel imajımla uyumludur.	Evet	197	3,071	,997	2,519	,012
	Hayır	153	2,810	,930		
Etkinliğin imajı ve kişisel imajım birbirine benzerdir.	Evet	197	3,142	1,035	5,758	,000
	Hayır	153	2,516	,987		
Kişisel imajım bu tür etkinliklerin sponsorluğunu üstlenen bir işletmenin imajı ile uyumludur.	Evet	197	3,238	1,049	5,100	,000
	Hayır	153	2,679	,991		
Kendimi rahatlıkla bu tür etkinliklerin sponsorluğunu üstlenen bir işletmenin parçası gibi hissedirim.	Evet	197	3,218	1,123	4,568	,000
	Hayır	153	2,666	1,118		
Bu tarz sponsorluklarla öne çıkan bir işletmeden alışveriş yapmak kim olduğumu ortaya koymama yardımcı olur.	Evet	197	2,969	1,096	3,053	,002
	Hayır	153	2,607	1,101		
Bu tür etkinliklerin sponsorluğunu üstlenen bir işletme kişisel imajımı doğru temsil eder.	Evet	197	3,081	1,036	3,763	,000
	Hayır	153	2,660	1,039		
Bu tür etkinlikleri üstlenen bir işletmenin imajı ile kendimi özdeşleştirebilirim.	Evet	197	3,162	1,066	3,734	,000
	Hayır	153	2,738	1,043		
Bu tür etkinliklere sponsor olan işletmelerin imajının sponsorluğa uygun olması gerekir.	Evet	197	3,379	,979	2,892	,004
	Hayır	153	3,627	1,234		
Bu tür etkinliklere sponsor olan bir işletmenin bu kararının kendi imajı ile tutarlı olması gerekir.	Evet	197	4,015	,928	2,548	,011
	Hayır	153	3,725	1,198		
Bu tür etkinliklere sponsor olan bir işletmenin bu kararının işletme imajı ile karşılaştırıldığında anlamlı olması gerekir.	Evet	197	4,025	,900	3,997	,000
	Hayır	153	3,575	1,206		
Bu tür etkinliklere sponsor olan bir işletmenin imajının etkinliğe uygun olması gerekir.	Evet	197	3,934	,958	3,534	,000
	Hayır	153	3,535	1,147		
Bu tür etkinliklere sponsor olan bir işletmenin imajı ile etkinlik imajının benzer olması gerekir.	Evet	197	3,675	1,047	2,758	,006
	Hayır	153	3,346	1,177		
Tutum (Simmons ve Becker-Olsen, 2006)						
Bir işletmenin sanat/spor etkinliklerine sponsor olmasını olumlu karşılarım.	Evet	197	4,421	,721	3,495	,001
	Hayır	153	4,124	,837		
Bir işletmenin sanat/spor etkinliklerine sponsor olması hoşuma gider.	Evet	197	4,329	,825	3,977	,000
	Hayır	153	3,934	,991		
Bir işletmenin sanat/spor etkinliklerine sponsor olmasının iyi olduğunu düşünürüm.	Evet	197	4,395	,786	3,697	,000
	Hayır	153	4,058	,890		
Ağızdan ağıza iletişim (Chang, Kang, Ko ve Connaughton, 2017; Goyette, Ricard, Barger ve Marticotte, 2010)						
Başkalarına sanat/spor etkinliklerini destekleyen bir işletme hakkında olumlu konuşurum.	Evet	197	3,934	,851	4,324	,000
	Hayır	153	3,509	,980		
Sanat/spor etkinliklerini destekleyen bir işletmeyi başkalarına öneririm.	Evet	197	3,807	,916	2,918	,004
	Hayır	153	3,509	,967		
Sanat/spor etkinliklerini destekleyen bir işletme hakkında diğerleri hakkında konuştuğumdan daha fazla konuşurum.	Evet	197	3,284	1,078	,900	,369
	Hayır	153	3,183	1,015		
Sanat/spor etkinliklerini destekleyen bir işletmeden herkese bahsederim.	Evet	197	3,050	1,123	-,069	,945
	Hayır	153	3,058	1,065		
Sanat/spor etkinliklerini destekleyen bir işletmeyi	Evet	197	3,182	1,095	-,058	,954

herkese öneririm.	Hayır	153	3,189	1,098		
Sanat/spor etkinliklerini destekleyen bir işletmenin iyi yanlarından herkese bahsederim.	Evet	197	3,416	1,014	,447	,655
	Hayır	153	3,366	1,062		
Sanat/spor etkinliklerini destekleyen bir işletmenin müşterisi olmaktan gurur duyduğumu herkese söylerim.	Evet	197	3,167	1,109	-,021	,984
	Hayır	153	3,169	1,074		
Çevremdekileri sanatı/sporu destekleyen bir işletmenin ürünlerini kullanmak konusunda teşvik ederim.	Evet	197	3,375	1,097	1,047	,296
	Hayır	153	3,254	1,048		
Çevremdekilere sanatı/sporu destekleyen bir işletme hakkında olumlu şeyler söylerim.	Evet	197	3,685	,975	2,121	,035
	Hayır	153	3,457	1,012		
Sanatı/sporu destekleyen bir işletme hakkında olumlu konuşurum.	Evet	197	3,725	,972	2,310	,022
	Hayır	153	3,477	1,020		

Tablo 4'te görüldüğü üzere, genel olarak uyum teorisi, tutum ve ağızdan ağıza iletişime ilişkin ifadeler tüketicinin sponsorluk etkinliğinden haberdar olup olmamasına göre farklılık göstermektedir. Öngörülebileceği gibi sponsorluk etkinliğinden haberdar olan tüketicilere ait ifadelere ilişkin ortalamalar daha yüksektir. Uyumla ilgili farklılaşan ifadeler *"Kendi imajım etkinlik ile uyumludur."*, *"Kendimi bu etkinliklerin bir parçası gibi hissederim."*, *"Bu etkinliklere katılmam kim olduğumu ortaya koymama yardımcı olur."*, *"Etkinliğin imajı kişisel imajımla uyumludur."*, *"Etkinliğin imajı ve kişisel imajım birbirine benzerdir."*, *"Kişisel imajım bu tür etkinliklerin sponsorluğunu üstlenen bir işletmenin imajı ile uyumludur."*, *"Kendimi rahatlıkla bu tür etkinliklerin sponsorluğunu üstlenen bir işletmenin parçası gibi hissederim."*, *"Bu tarz sponsorluklarla öne çıkan bir işletmeden alışveriş yapmak kim olduğumu ortaya koymama yardımcı olur."*, *"Bu tür etkinliklerin sponsorluğunu üstlenen bir işletme kişisel imajımı doğru temsil eder."*, *"Bu tür etkinlikleri üstlenen bir işletmenin imajı ile kendimi özdeşleştirebilirim."*, *"Bu tür etkinliklere sponsor olan işletmelerin imajının sponsorluğa uygun olması gerekir."*, *"Bu tür etkinliklere sponsor olan bir işletmenin bu kararının kendi imajı ile tutarlı olması gerekir."*, *"Bu tür etkinliklere sponsor olan bir işletmenin bu kararının işletme imajı ile karşılaştırıldığında anlamlı olması gerekir."*, *"Bu tür etkinliklere sponsor olan bir işletmenin imajının etkinliğe uygun olması gerekir."*, *"Bu tür etkinliklere sponsor olan bir işletmenin imajı ile etkinlik imajının benzer olması gerekir."*, ifadelerinden oluşmaktadır. Farklılıklara ilişkin ortalamalar incelendiğinde *"Bu tür etkinliklere sponsor olan işletmelerin imajının sponsorluğa uygun olması gerekir."* ifadesi dışında ifadelerin hepsinde sponsorluktan haberdar olma durumunda ortalamaların daha yüksek olduğu görülmüştür.

Tutuma ilişkin ifadeler incelendiğinde her üç ifadenin de ortalamasının farklılaştığı *"Bir işletmenin sanat/spor etkinliklerine sponsor olmasını olumlu karşılarım."* ve *"Bir işletmenin sanat/spor etkinliklerine sponsor olmasının iyi olduğunu düşünürüm."* ifadelerinde etkinlikten haberdar olma durumunda daha yüksek ortalamalar olduğu görülmüştür.

Ağızdan ağıza iletişime ilişkin ifadeler incelendiğinde ise *"Başkalarına sanat/spor etkinliklerini destekleyen bir işletme hakkında olumlu konuşurum."*, *"Sanat/spor etkinliklerini destekleyen bir işletmeyi başkalarına öneririm."*, *"Çevremdekilere sanatı/sporu destekleyen bir işletme hakkında olumlu şeyler söylerim."* ve *"Sanatı/sporu destekleyen bir işletme hakkında olumlu konuşurum."* ifadelerinin ortalamalar açısından farklılaştığı, tümünde etkinlikten haberdar olma durumunda daha yüksek ortalamalar olduğu görülmüştür.

Cinsiyete göre sponsorluk değerlemelerinin farklılık gösterip göstermediğinin tespitine yönelik yapılan t-testi sonuçları

Tablo 5'te tüketicilerin cinsiyetlerine göre ölçek ifadelerinde meydana gelen farklılıkların incelenmesine yönelik yapılan t-testi sonuçları yer almaktadır.

Tablo 5: Cinsiyete göre sponsorluk değerlendirmelerinin farklılık gösterip göstermediğinin tespitine yönelik yapılan t-testi sonuçları

<i>Sponsorluk değerlendirme ifadeleri</i>		n	Ortalama	Standart sapma	T değeri	P değeri
Uyum (Shin vd., 2018)						
Kendi imajım etkinlik ile uyumludur.	Kadın	171	2,853	1,049	-2,670	,008
	Erkek	179	3,156	1,069		
Kendimi bu etkinliklerin bir parçası gibi hissedirim.	Kadın	171	2,836	1,130	-1,742	,082
	Erkek	179	3,044	1,105		
Bu etkinliklere katılmam kim olduğumu ortaya koymama yardımcı olur.	Kadın	171	3,058	1,191	1,317	,189
	Erkek	179	2,893	1,144		
Etkinliğin imajı kişisel imajımla uyumludur.	Kadın	171	3,035	,981	1,462	,145
	Erkek	179	2,882	,967		
Etkinliğin imajı ve kişisel imajım birbirine benzerdir.	Kadın	171	2,848	1,029	-,356	,722
	Erkek	179	2,888	1,090		
Kişisel imajım bu tür etkinliklerin sponsorluğunu üstlenen bir işletmenin imajı ile uyumludur.	Kadın	171	3,011	,994	,301	,764
	Erkek	179	2,977	1,121		
Kendimi rahatlıkla bu tür etkinliklerin sponsorluğunu üstlenen bir işletmenin parçası gibi hissedirim.	Kadın	171	2,970	1,129	-,101	,919
	Erkek	179	2,983	1,177		
Bu tarz sponsorluklarla öne çıkan bir işletmeden alışveriş yapmak kim olduğumu ortaya koymama yardımcı olur.	Kadın	171	2,964	1,094	2,544	,011
	Erkek	179	2,664	1,111		
Bu tür etkinliklerin sponsorluğunu üstlenen bir işletme kişisel imajımı doğru temsil eder.	Kadın	171	2,947	1,058	,868	,386
	Erkek	179	2,849	1,057		
Bu tür etkinlikleri üstlenen bir işletmenin imajı ile kendimi özdeşleştirebilirim.	Kadın	171	3,064	1,035	1,487	,138
	Erkek	179	2,893	1,109		
Bu tür etkinliklere sponsor olan işletmelerin imajının sponsorluğa uygun olması gerekir.	Kadın	171	3,859	1,086	,599	,577
	Erkek	179	3,793	1,135		
Bu tür etkinliklere sponsor olan bir işletmenin bu kararının kendi imajı ile tutarlı olması gerekir.	Kadın	171	3,929	1,020	,710	-,478
	Erkek	179	3,849	1,103		
Bu tür etkinliklere sponsor olan bir işletmenin bu kararının işletme imajı ile karşılaştırıldığında anlamlı olması gerekir.	Kadın	171	3,859	1,030	,533	,595
	Erkek	179	3,798	1,103		
Bu tür etkinliklere sponsor olan bir işletmenin imajının etkinliğe uygun olması gerekir.	Kadın	171	3,812	1,046	,910	,363
	Erkek	179	3,709	1,078		
Bu tür etkinliklere sponsor olan bir işletmenin imajı ile etkinlik imajının benzer olması gerekir.	Kadın	171	3,555	1,096	,395	,693
	Erkek	179	3,508	1,138		
Tutum (Simmons ve Becker-Olsen, 2006)						
Bir işletmenin sanat/spor etkinliklerine sponsor olmasını olumlu karşılarım.	Kadın	171	4,339	,783	1,110	,268
	Erkek	179	4,245	,790		
Bir işletmenin sanat/spor etkinliklerine sponsor olması hoşuma gider.	Kadın	171	4,245	,886	1,764	,079
	Erkek	179	4,072	,948		
Bir işletmenin sanat/spor etkinliklerine sponsor olmasının iyi olduğunu düşünürüm.	Kadın	171	4,333	,789	1,838	,067
	Erkek	179	4,167	,896		
Ağızdan ağıza iletişim (Chang, Kang, Ko ve Connaughton, 2017; Goyette, Ricard, Barger ve Marticotte, 2010)						
Başkalarına sanat/spor etkinliklerini destekleyen bir işletme hakkında olumlu konuşurum.	Kadın	171	3,859	,909	2,190	,029
	Erkek	179	3,642	,945		
Sanat/spor etkinliklerini destekleyen bir işletmeyi başkalarına öneririm.	Kadın	171	3,818	,898	2,758	,006
	Erkek	179	3,541	,978		
Sanat/spor etkinliklerini destekleyen bir işletme hakkında diğerleri hakkında konuştuğumdan daha fazla konuşurum.	Kadın	171	3,362	1,033	2,144	,033
	Erkek	179	3,122	1,058		
Sanat/spor etkinliklerini destekleyen bir işletmeden herkese bahsederim.	Kadın	171	3,251	1,068	3,336	,001
	Erkek	179	3,865	1,093		
Sanat/spor etkinliklerini destekleyen bir işletmeyi herkese öneririm.	Kadın	171	3,456	1,063	4,645	,000
	Erkek	179	2,927	1,065		

Sanat/spor etkinliklerini destekleyen bir işletmenin iyi yanlarından herkese bahsedirim.	Kadın	171	3,655	,972	4,754	,000
	Erkek	179	3,145	1,033		
Sanat/spor etkinliklerini destekleyen bir işletmenin müşterisi olmaktan gurur duyduğumu herkese söylerim.	Kadın	171	3,421	1,061	4,330	,000
	Erkek	179	2,927	1,070		
Çevremdekileri sanatı/sporu destekleyen bir işletmenin ürünlerini kullanmak konusunda teşvik ederim.	Kadın	171	3,567	,963	4,266	,000
	Erkek	179	3,089	1,128		
Çevremdekilere sanatı/sporu destekleyen bir işletme hakkında olumlu şeyler söylerim.	Kadın	171	3,754	,906	3,132	,002
	Erkek	179	3,424	1,053		
Sanatı/sporu destekleyen bir işletme hakkında olumlu konuşurum.	Kadın	171	3,736	,936	2,207	,028
	Erkek	179	3,502	1,045		

Tablo 5'te görüldüğü üzere ağızdan ağıza iletişime ilişkin ifadeler cinsiyete göre farklılık göstermektedir. Grup ortalamaları incelendiğinde kadınlara ait ortalama değerlerin daha yüksek olduğu görülmüştür. Bu durum, kadınların işletmelerin gerçekleştirdiği sponsorluk etkinlikleri hakkında daha çok konuşma eğiliminde olduğunu ortaya koymaktadır.

Cevaplayıcılar tarafından sanat ve spor sponsorluğuna en uygun sektörlerin değerlendirilmesi

Katılımcılara sponsorluk etkinlikleri için uygun buldukları sektörler de sorulmuştur. Buna göre katılımcıların sanat ve spor sponsorlukları için en uygun olduğunu düşündükleri sektöre ilişkin frekans tabloları aşağıda yer almaktadır:

Tablo 6: Sanat sponsorluğuna ilişkin sektör frekans dağılımları

Sektör	Geçerli yüzde
Medya, iletişim ve yayıncılık	30,7
Turizm	16
Tekstil	11,1
Finans	10,5
Otomotiv	7,6
Gıda	7,3
Hızlı tüketim malları	6,6
Enerji	5,5
Dayanıklı tüketim malları	4,6
Diğer	,2
TOPLAM	100

Tablo 6'da görüldüğü üzere katılımcılar sırasıyla medya iletişim ve yayıncılık, turizm, finans ve tekstil sektörlerini sanat sponsorluğuna en uygun sektörler olarak belirlemiştir.

Tablo 7: Spor sponsorluğuna ilişkin sektör frekans dağılımları

Sektör	Geçerli yüzde
Medya, iletişim ve yayıncılık	19,3
Gıda	13,4
Enerji	12,3
Turizm	11,9
Tekstil	10,8
Hızlı tüketim malları	10,3
Otomotiv	8,8
Finans	7,5
Dayanıklı tüketim malları	4,8
Diğer	,9
TOPLAM	100

Tablo 7'de görüldüğü üzere katılımcılar sırasıyla medya iletişim ve yayıncılık, gıda, enerji, turizm, hızlı tüketim malları ve tekstil sektörlerini spor sponsorlukları için en uygun sektörler olarak değerlendirmiştir.

Sonuç

Bu çalışmada tüketicilerin sponsorluk etkinliklerine yönelik tutum ve değerlendirmeleriyle ilişkili unsurların neler olduğu tespit edilmek istenmiştir. Bu bağlamda Uyum Teorisi ekseninde tüketici-sponsorluk arası uyum, tüketici-işletme arası uyum, işletme-sponsorluk etkinliğinin türü arasındaki uyum, tüketici tutumları ve ağızdan ağıza iletişim niyeti değişkenleri ekseninde tüketici değerlendirmeleri incelenmiştir. Literatür özetinde değinildiği gibi sponsorluk kavramı literatürde uyum kavramı ile ilişkilendirilmiştir ancak bu etkileşimin iletişim açısından çıktıları çok fazla üzerinde durulmamış bir konudur. Ayrıca çalışmanın sanat ve spor sponsorluklarını karşılaştırması yönüyle de farklı sektörler için hangi sponsorluk tercihinin en uygun olacağı konusunda bir fikir sunması amaçlanmıştır.

Araştırma ana kütesinin genç tüketicilerden oluşması hem gençlerin spor ve sanat etkinliklerine yönelik farkındalık ve ilgilenim seviyesinin yüksek olduğu varsayımından hem de Vanhaverbeke'nin (1992) sponsorluk etkinliklerinin ve özellikle sanat sponsorluklarının öğrenci örnekleminde çalışılmasının kayda değer bulgular ortaya koyabileceğini belirtmesinden kaynaklanmaktadır. Belçika'daki üniversite öğrencileri üzerinde yapılan bir çalışma, öğrencilerin yalnızca %17'sinin sanatı ekonomik bakış açısıyla ele almayı anlamlı bulduğunu belirtmiştir (Vanhaverbeke, 1992). Farklı bir kültürde ve 20 sene önce ortaya çıkan bu sonucun, gelişmekte olan ülke olan ülkemizdeki mevcut durum hakkında bir fikir verebileceği de düşünülebilir.

Araştırma sonucunda, sponsorluk etkinlikleri söz konusu olduğunda tüketicilerin sponsorluk etkinliği ya da sponsorluğu gerçekleştiren işletme ile özdeşlik kurma beklentisinde olmadığı ancak sponsorluk etkinliği ile etkinliği gerçekleştiren işletme arasında uyum olması beklentisinde olduğu görülmüştür. Tüketicilerin sanat ve spor sponsorluğuna ilişkin verdikleri cevaplar karşılaştırıldığında, tüketicilerin sanat sponsorlukları için daha yüksek bir uyum arayışında oldukları görülmüştür. Bu sonuç sporun sanata göre daha kitlesel bir etkinlik olmasının bir sonucu olduğu şeklinde yorumlanabilir. Ayrıca tüketicilerin etkinlikten haberdar olma durumunun uyum, tutum ve ağızdan ağıza ilişkin tutumlara ilişkin olumlu tutumlarına katkı sağladığı görülmüştür. Bunlara ek olarak, sponsorluk etkinliklerine yönelik ağızdan ağıza iletişim niyetinin kadınlar açısından daha yüksek ortalamalara sahip olduğu tespit edilmiştir.

Katılımcıların sanat ve spor sponsorlukları için uygun gördüğü sektörleri değerlendirdikleri sorulara ilişkin frekans değerleri incelendiğinde sanat sponsorlukları için medya, iletişim ve yayıncılık, turizm, ve tekstil sektörlerini en uygun sektörler olarak gördükleri tespit edilmiştir. Spor sponsorlukları açısından ise tüketicilerin en uygun bulduğu sektörlerin medya iletişim ve yayıncılık, gıda, enerji, turizm, hızlı tüketim malları ve tekstil olduğu görülmüştür. Söz konusu veriler küçük bir örneklemden elde edilmiştir ve frekans analizi gibi sınırlı çıkarıma imkân veren yöntemler belirlenmiştir. Tüm bu sebeplerden ötürü söz konusu istatistiklerin tüm tüketicilere ya da sektörlerle genellenmesi mümkün gözükmemektedir. Yine de, sonuçların sponsorluk etkinlikleri ve farklı sektörlerde uygulanması açısından bir fikir sunduğu söylenebilir.

Bu çalışma öğrenci örnekleminde gerçekleştirilmiştir, literatürde her ne kadar öğrenci örnekleminin bu türde bir çalışmaya uygun olduğu belirtilmiş olsa da çalışmanın farklı sosyo-demografik özellikteki tüketiciler üzerinde tekrarlanması anlamlı bulguların ortaya çıkmasına sebep olabilir. Tüketicilerin etkinlikten haberdar olma durumlarının ortalamaları yükseltmesinden yola çıkılarak ilgilenim ve bilgi faktörlerinin devreye girdiği bir araştırma modeli tasarlanabilir. İşletmeler açısından da söz konusu sponsorluk etkinliklerinden tüketicileri haberdar edecek iletişim çalışmalarına ağırlık vermelerinin olumlu sonuçlar doğurabileceği öngörülebilir.

Kaynakça

- Abreu Novais, M., ve Arcodia, C. (2013). Measuring the effects of event sponsorship: Theoretical frameworks and image transfer models. *Journal of Travel ve Tourism Marketing*, 30(4), 308-334.
- Alexandris, K., Tsaousi, E., ve James, J. (2007). Predicting sponsorship outcomes from attitudinal constructs: The case of a professional basketball event. *Sport Marketing Quarterly*, 16(3), 130.

- Astous, A., ve Bitz, P. (1995). Consumer evaluations of sponsorship programmes. *European Journal of Marketing*, 29(12), 6-22.
- Becker-Olsen, K., ve Simmons, C. J. (2002). When do social sponsorships enhance or dilute equity? Fit, message source, and the persistence of effects. *ACR North American Advances*.
- Bibby, D. N. (2011). Sponsorship portfolio as brand image creation strategies: a commentary essay. *Journal of Business Research*, 64(6), 628-630.
- Biscaia, R., Correia, A., Rosado, A. F., Ross, S. D., ve Maroco, J. (2013). Sport sponsorship: The relationship between team loyalty, sponsorship awareness, attitude toward the sponsor, and purchase intentions. *Journal of Sport Management*, 27(4), 288-302.
- Carrillat, F. A., d'Astous, A., ve Colbert, F. (2008). The effectiveness of art venue sponsorship: An attribution perspective. *Journal of Sponsorship*, 1(3).
- Chang, M. J., Kang, J. H., Ko, Y. J., ve Connaughton, D. P. (2017). The effects of perceived team performance and social responsibility on pride and word-of-mouth recommendation. *Sport Marketing Quarterly*, 26(1), 31.
- Chabli, L., ve Gharbi, A. (2014). The impact of the effectiveness of sponsorship on image and memorizing: Role of congruence and relational proximity. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 109, 913-924.
- Chevalier, J. A., ve Mayzlin, D. (2006). The effect of word of mouth on sales: Online book reviews. *Journal of marketing research*, 43(3), 345-354.
- Chien, P. M., Cornwell, T. B., ve Pappu, R. (2011). Sponsorship portfolio as a brand-image creation strategy. *Journal of Business Research*, 64(2), 142-149.
- Close, A. G., ve Lacey, R. (2013). Fit matters? Asymmetrical impact for effectiveness on sponsors and event marketers. *Sport Marketing Quarterly*, 22(2), 71.
- Close, A. G., Finney, R. Z., Lacey, R. Z., ve Sneath, J. Z. (2006). Engaging the consumer through event marketing: Linking attendees with the sponsor, community, and brand. *Journal of advertising research*, 46(4), 420-433.
- Colbert, F., d'Astous, A., ve Parmentier, M. (2005a). Consumer perception of private versus public sponsorship of the arts. *International Journal of Arts Management*, 8(1), 48.
- Colbert, F., d'Astous, A., ve Parmentier, M. A. (2005b). Consumer perceptions of sponsorship in the arts. *International Journal of Cultural Policy*, 11(2), 215-228.
- Cornwell, T. B., ve Kwak, D. H. (2015). *Sponsorship-linked marketing: Introduction to topics*.
- Cornwell, T. B., Humphreys, M. S., Maguire, A. M., Weeks, C. S., ve Tellegen, C. L. (2006). Sponsorship-linked marketing: The role of articulation in memory. *Journal of consumer research*, 33(3), 312-321.
- Cornwell, T. B., Weeks, C. S., ve Roy, D. P. (2005). Sponsorship-linked marketing: Opening the black box. *Journal of advertising*, 34(2), 21-42.
- Cornwell, T. B., ve Maignan, I. (1998). An international review of sponsorship research. *Journal of advertising*, 27(1), 1-21.
- Daellenbach, K. (2012). Understanding the decision-making processes for arts sponsorship. *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, 17(4), 363-374.
- Daellenbach, K., Davies, J., ve Ashill, N. J. (2006). Understanding sponsorship and sponsorship relationships—multiple frames and multiple perspectives. *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, 11(1), 73-87.
- Dobele, A., Toleman, D., ve Beverland, M. (2005). Controlled infection! Spreading the brand message through viral marketing. *Business Horizons*, 48(2), 143-149.
- Dolphin, R. R. (2003). Sponsorship: perspectives on its strategic role. *Corporate Communications: An International Journal*, 8(3), 173-186.

- Fleck, N. D., ve Quester, P. (2007). Birds of a feather flock together... definition, role and measure of congruence: An application to sponsorship. *Psychology ve Marketing*, 24(11), 975-1000.
- Goyette, I., Ricard, L., Bergeron, J., ve Marticotte, F. (2010). e-WOM Scale: word-of-mouth measurement scale for e-services context. *Canadian Journal of Administrative Sciences/Revue Canadienne des Sciences de l'Administration*, 27(1), 5-23.
- Grohs, R., ve Reisinger, H. (2014). Sponsorship effects on brand image: The role of exposure and activity involvement. *Journal of Business Research*, 67(5), 1018-1025.
- Grohs, R., ve Reisinger, H. (2005). Image transfer in sports sponsorships: an assessment of moderating effects. *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship*, 7(1), 36-42.
- Groza, M. D., Cobbs, J., ve Schaefer, T. (2012). Managing a sponsored brand: The importance of sponsorship portfolio congruence. *International Journal of Advertising*, 31(1), 63-84.
- Gwinner, K. (1997). A model of image creation and image transfer in event sponsorship. *International marketing review*, 14(3), 145-158.
- Gupta, P., ve Harris, J. (2010). How e-WOM recommendations influence product consideration and quality of choice: A motivation to process information perspective. *Journal of Business Research*, 63(9-10), 1041-1049.
- Hazari, S. (2018). Investigating social media consumption, sports enthusiasm, and gender on sponsorship outcomes in the context of Rio Olympics. *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship*, 19(4), 396-414.
- Henning-Thurau, T., ve Walsh, G. (2003). Electronic word-of-mouth: Motives for and consequences of reading customer articulations on the internet. *International journal of electronic commerce*, 8(2), 51-74.
- Ho, J. Y., ve Dempsey, M. (2010). Viral marketing: Motivations to forward online content. *Journal of Business research*, 63(9-10), 1000-1006.
- Hoyer, W.D. ve MacInnis, D.J. (2008). *Consumer Behavior*, Fifth Edition, South-Western Cengage Learning: United States of America.
- Hussain, S., Guangju, W., Jafar, R. M. S., Ilyas, Z., Mustafa, G., ve Jianzhou, Y. (2018). Consumers' online information adoption behavior: Motives and antecedents of electronic word of mouth communications. *Computers in Human Behavior*, 80, 22-32.
- Javalgi, R. G., Traylor, M. B., Gross, A. C., ve Lampman, E. (1994). Awareness of sponsorship and corporate image: An empirical investigation. *Journal of advertising*, 23(4), 47-58.
- Johnston, M. A., ve Spais, G. S. (2015). Conceptual foundations of sponsorship research. *Journal of Promotion Management*, 21(3), 296-312.
- Ketelaar, P. E., Janssen, L., Vergeer, M., van Reijmersdal, E. A., Crutzen, R., ve van't Riet, J. (2016). The success of viral ads: Social and attitudinal predictors of consumer pass-on behavior on social network sites. *Journal of Business Research*, 69(7), 2603-2613.
- Kim, K., Stout, P. A., ve Cheong, Y. (2012). The image management function of sponsorship: A general theoretical framework. *International Journal of Advertising*, 31(1), 85-111.
- Kotler, P.; Armstrong, G. ve Opresnik, M.O. (2018), *Principles of Marketing*. Pearson: Italy.
- Kotler, P. ve Keller, K.L. (2016), *Marketing Management*. 15 Global Edition, Pearson: United States of America.
- Lacey, R., Sneath, J. Z., Finney, Z. R., ve Close, A. G. (2007). The impact of repeat attendance on event sponsorship effects. *Journal of Marketing Communications*, 13(4), 243-255.
- Lee, M. S., Sandler, D. M., ve Shani, D. (1997). Attitudinal constructs towards sponsorship: Scale development using three global sporting events. *International marketing review*, 14(3), 159-169.

- Lewandowska, K. (2015). From sponsorship to partnership in arts and business relations. *The Journal of Arts Management, Law, and Society*, 45(1), 33-50.
- Mazodier, M., ve Quester, P. (2014). The role of sponsorship fit for changing brand affect: A latent growth modeling approach. *International Journal of Research in Marketing*, 31(1), 16-29.
- Mazodier, M., ve Merunka, D. (2012). Achieving brand loyalty through sponsorship: the role of fit and self-congruity. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 40(6), 807-820.
- Meenaghan, T. (1998). Current developments ve future directions in sponsorship. *International Journal of Advertising*, 17(1), 3-28.
- Meenaghan, J. A. (1983). Commercial sponsorship. *European Journal of marketing*, 17(7), 5-73.
- McAlister, Thorne D., ve Ferrell, L. (2002). The role of strategic philanthropy in marketing strategy. *European journal of marketing*, 36(5/6), 689-705.
- Mochalova, A., ve Nanopoulos, A. (2014). A targeted approach to viral marketing. *Electronic Commerce Research and Applications*, 13(4), 283-294.
- Musante, M., Milne, G. R., ve McDonald, M. A. (1999). Sport sponsorship: Evaluating the sport and brand image match. *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship*, 1(1), 24-39.
- Okumuş, A. (2013). *Tüketici Davranışı, Teorik ve Uygulamalı Bir Yaklaşım*. Türkmen: İstanbul.
- Oliver, G. (1999). Corporate sponsorship: A sea change for French museums. *Museum International*, 51(2), 24-28.
- Olson, E. L. (2010). Does sponsorship work in the same way in different sponsorship contexts?. *European Journal of Marketing*, 44(1/2), 180-199.
- Polonsky, M. J., ve Speed, R. (2001). Linking sponsorship and cause related marketing: Complementarities and conflicts. *European Journal of Marketing*, 35(11/12), 1361-1389.
- Pope, N. K., ve Voges, K. E. (2000). The impact of sport sponsorship activities, corporate image, and prior use on consumer purchase intention. *Sport marketing quarterly*, 9(2).
- Rectanus, M.W. (2002). *Culture Incorporated, Museums, Artists, and Corporate Sponsorships*. University of Minnesota Press: London.
- Rentschler, R., ve Wood, G. (2001). Cause related marketing: can the arts afford not to participate?. *Services Marketing Quarterly*, 22(1), 57-69.
- Richardson, N. J., MacFie, H. J. H., ve Shepherd, R. (1994). Consumer attitudes to meat eating. *Meat Science*, 36(1-2), 57-65.
- Rifon, N. J., Choi, S. M., Trimble, C. S., ve Li, H. (2004). Congruence effects in sponsorship: The mediating role of sponsor credibility and consumer attributions of sponsor motive. *Journal of Advertising*, 33(1), 30-42.
- Ryan, A., ve Blois, K. (2016). Assessing the risks and opportunities in corporate art sponsorship arrangements using Fiske's Relational Models Theory. *Arts and the Market*, 6(1), 33-51.
- Ryan, A., ve Fahy, J. (2012). Evolving priorities in sponsorship: From media management to network management. *Journal of Marketing Management*, 28(9-10), 1132-1158.
- Ryan, A., ve Fahy, J. (2003). A relationship marketing perspective on the sponsorship of the arts in Ireland: A Galway Arts Festival-Nortel Networks case study. *Irish Marketing Review*, 16(1), 31.
- Shin, H., Lee, H., ve Perdue, R. R. (2018). The congruity effects of commercial brand sponsorship in a regional event. *Tourism Management*, 67, 168-179.
- Shu, S. T., King, B., ve Chang, C. H. (2015). Tourist perceptions of event-sponsor brand fit and sponsor brand attitude. *Journal of travel ve tourism marketing*, 32(6), 761-777.
- Simmons, C. J., ve Becker-Olsen, K. L. (2006). Achieving marketing objectives through social sponsorships. *Journal of marketing*, 70(4), 154-169.

- Sirgy, M. J., Lee, D. J., Johar, J. S., ve Tidwell, J. (2008). Effect of self-congruity with sponsorship on brand loyalty. *Journal of Business Research*, 61(10), 1091-1097.
- Skard, S., ve Thorbjornsen, H. (2017). Closed-ended and open-ended fit articulation: Communication strategies for incongruent sponsorships. *European Journal of Marketing*, 51(7/8), 1414-1439.
- Smith, G. (2004). Brand image transfer through sponsorship: A consumer learning perspective. *Journal of marketing management*, 20(3-4), 457-474.
- Solomon, M.R. (2018). *Consumer Behavior, Buying, Having and, Being*. Pearson: Malaysia.
- Temel, A.S. ve Şirin, E.F. (2017). The relationship between sports sponsorship and corporate image, reputation and intention to buy: TORKU case. *Turkish Journal of Sport and Exercise*, 19(2), 241-253.
- Toscani, G., ve Prendergast, G. (2018). Arts Sponsorship Versus Sports Sponsorship: Which Is Better for Marketing Strategy?. *Journal of Nonprofit ve Public Sector Marketing*, 1-23.
- Tsiotsou, R., ve Alexandris, K. (2009). Delineating the outcomes of sponsorship: sponsor image, word of mouth, and purchase intentions. *International Journal of Retail ve Distribution Management*, 37(4), 358-369.
- Tyrie, A., ve Ferguson, S. (2013). Understanding value from arts sponsorship: A social exchange theory perspective. *Arts Marketing: An International Journal*, 3(2), 131-153.
- Uhrich, S., Koenigstorfer, J., ve Groeppel-Klein, A. (2014). Leveraging sponsorship with corporate social responsibility. *Journal of Business Research*, 67(9), 2023-2029.
- Vanhaverbeke, W. (1992). How students evaluate business sponsorship of the arts in Flanders. *Journal of Cultural Economics*, 16(1), 53-66.
- Wakefield, L. T., ve Bennett, G. (2018). Sports fan experience: Electronic word-of-mouth in ephemeral social media. *Sport Management Review*, 21(2), 147-159.
- Walliser, B. (2003). An international review of sponsorship research: extension and update. *International journal of advertising*, 22(1), 5-40.
- Wang, M. C. H. (2017). Investigating the different congruence effects on sports sponsor brand equity. *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship*, 18(2), 196-211.
- Woisetschläger, D. M., Eiting, A., Haselhoff, V. J., ve Michaelis, M. (2010). Determinants and consequences of sponsorship fit: A study of fan perceptions. *Journal of Sponsorship*, 3(2).

INVESTIGATION OF CONSUMERS PERCEPTIONS OF SPONSORSHIP ACTIVITIES WITHIN THE AXIS OF CONGRUITY THEORY IN THE SCOPE OF ART AND SPORTS SPONSORSHIP

Aylin Ecem GÜRŞEN, Abdullah OKUMUŞ

Extended Abstract

Introduction

Sponsorship activities, which are one of the elements of the promotion mix, can be seen as a subject that has not been largely studied in the literature, especially on the axis of art sponsorships. When the literature is examined, it is seen that the existing studies are also qualitative studies. On the other hand, there are qualitative and quantitative studies on sports sponsorships in the literature. However, this study tackles art and sports sponsorships comparatively and in terms of consumer attitudes. Besides, it is aimed to contribute to the communication dimension of the studies related to the studies concerning sponsorship studies in terms of congruity theory

Methodology

Data were collected from young consumers over 18 years. Within the scope of the research purpose, consumers' expectations of congruity, attitudes, and intention to engage in word of mouth communication behavior towards sponsorship activities were examined in terms of frequency values. The t-test was used to assess whether consumer perceptions differ according to the type of sponsorship, awareness of sponsorship and gender. Finally, the evaluations of consumers regarding the sectors that they find most suitable for arts and sports sponsorships were determined by frequency analysis.

Results

Results of the study show that consumers expect the sponsorship activities to be compatible with the company, which engages in these activities. Furthermore, it was seen that consumer develops stronger attitudes and intentions towards the activities if he / she is aware of the event. In addition, it was found that women tend to talk more about these activities. While media, communication and publishing and tourism are the sectors that consumers consider the most appropriate for art sponsorships, food, energy, fast-moving consumer goods and textile sectors was found to be also suitable for sports sponsorships.

Conclusion and Discussion

In light of the research findings, it is recommended to pay attention to the congruity of sponsorship activities and the sponsoring company. It is also important that the sponsorship activities are communicated to the consumer in order to inform them about these activities. It is recommended to duplicate this study on consumers in different socio-economic levels. In addition, a quantitative research design in which involvement and knowledge variables come into play can bring interesting findings.

TÜRKİYE'DE ARGE HARCAMALARININ BİST ENDEKSLERİ ÜZERİNE ETKİSİ

Zafer ŞAHİN

Bilim Uzmanı

zafer.sahin111@gmail.com | ORCID: 0000-0002-2765-3138

Metin BAŞ

Dr. Öğr. Üyesi, Kütahya Dumlupınar Üniversitesi, İİBF, Ekonometri Bölümü

metin.bas@dpu.edu.tr | ORCID: 0000-0003-4533-4103

Özet

Türkiye'nin sürdürülebilir büyümesinde milli üretimin artması, ARGE'ye yapılan yatırımlarla mümkün olmaktadır. ARGE'ye yapılan yatırımlar işletmelerin değerlerini yükseltmektedir. İşletmelerin hisse değerlerinin yüksek olması doğrudan yabancı sermayenin ülkeye gelmesinde etkili olmaktadır. Bu doğrultuda ARGE yatırımlarının belli bir zaman aralığında Teknoloji, Bilişim ve İletişim BİST endeksleri üzerindeki doğrudan etkileri tespit edilmeye çalışılmıştır. Değişkenler arasındaki ilişkilerin tespit edilmesinde birim kök testlerinden ve Granger Nedensellik testinden yararlanılmıştır. Çalışma sonucunda Bilişim ve İletişim endeksinin, ARGE harcamalarını uzun dönemde etkilediği tespit edilmiştir. ARGE harcamalarının artması uzun dönemde iletişim ve bilişim sektöründeki işletmelerin hisse getirilerini arttırırken, iletişim ve bilişim sektöründeki işletmelerin hisse getirilerinin artması, işletmelerin ARGE yatırımlarını arttırmaktadır.

Anahtar kelimeler: ARGE, BİST, Granger nedensellik testi.

THE EFFECTS OF RESEARCH AND DEVELOPMENT EXPENDITURES ON BIST INDEXES IN TURKEY

Abstract

Investments in R&D make national production possible for sustainable growth of Turkey and increase value of enterprises. The high share values of enterprises affect direct foreign capital. Direct effects of R&D investments within a certain period on BIST indexes of Technology, Information and Communication is made out. Unit Root and Granger Causality tests were used. It is determined the Information and Communication indexes affect R&D expenditures in the long term. Increase in expenditures enhances stock returns of companies in communication and information industries in long term; increase in stock returns of companies in these industries enhances R&D investments of companies.

Keywords: R&D, BIST, Granger causality test.

Giriş

Gelişmiş ülkelerde ARGE faaliyetleri, işletmelerin ve ülkelerin ekonomik başarılarında sağlam zeminlere oturtulmuşken, Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerde ARGE faaliyetlerine yönelik çabalar yetersizdir (Çetin ve Işık, 2014). Gelişmekte olan ülkelerde üretim süreçlerinin iyileştirilmesinde ve yeniliğe ulaşılmasında, ARGE faaliyetlerine yeterli fon ve zaman ayrılamamaktadır. Bu durum gelişmekte olan ülkelerde ARGE faaliyetleri sonucunda istenilen neticilerin elde edilememesine sebebiyet vermektedir (Coccia, 2010; Mercan vd., 2011; Sungur vd., 2016).

Literatürde ARGE harcamaları ile ekonomik göstergeler arasındaki ilişkileri inceleyen farklı çalışmalar mevcuttur (Kocamış ve Güngör, 2014; Karakaş ve Adak, 2015; Gülmez ve Akpolat, 2014; Helhel, 2016). Bununla beraber işletme bazında ARGE harcamalarının, hisse getirileri üzerindeki etkilerini inceleyen çalışma sayısı oldukça sınırlıdır.

ARGE harcamaları uzun dönemde işletme verimliliği ve karlılığı üzerinde olumlu etkiler yaratarak, işletmelere önemli rekabet avantajı sağlamaktadır. Ayrıca günümüz piyasalarında, işletmelerin ARGE çalışmaları bir zorunluluk olarak görülmektedir. ARGE harcamalarının etkin bir şekilde yürütülmesi, işletme karlılığını etkilerken, bu durum sermaye piyasalarını da olumlu şekilde yansıtır. Sermaye piyasalarında işletmenin konumunun güçlenmesini sağlayan ARGE harcamaları, yatırımcıların gelirlerini de arttıracaktır. Buda uzun dönemde doğrudan yabancı sermayenin ülkeye girişini destekleyecektir (Klette ve Møen, 2011; Kocamış ve Güngör, 2014; Karakaş ve Adak, 2015). Bu durum ARGE harcamalarının yalnızca işletme karlılığını ve yatırımcı gelirini arttırmadığını aynı zamanda ülke ekonomisine katkı sağladığını göstermektedir.

ARGE harcamaları, işletmeler tarafından karlılığın yükseltilmesi amacıyla yapılmaktadır. ARGE harcamaları doğrultusunda gelecek dönemde yüksek satış hacmiyle beraber yüksek getiri oranları beklenmekle beraber yatırımcılar içinde hisse getirilerinin yükselmesi beklenmektedir. Bununla beraber reel sektörde yapılan ARGE harcamalarının her zaman için yatırımcı getirilerine yansımadağı görülmektedir (Hall ve Lerner, 2010; Czarnitzki ve Hottenrott, 2011; Klette ve Møen, 2011). Bu çalışmada ARGE harcamalarının hisse getirileri üzerindeki etkileri tespit edilmeye çalışılacaktır.

ARGE Harcamalarının Ülke Ekonomisine Katkıları

Rekabet ortamında işletmelerin ve ülkelerin ekonomik büyümelerinde, yarattıkları farklılıklar önemlidir. Yeni fikirlerin ve süreçlerin üretim aşamasına yansımaları, ürün veya hizmetin farklılaşmasını sağlayarak, işletme için rekabet üstünlüğü yaratabilir. İşletmelerin rekabet üstünlüğü sağlamada üretim süreçlerine yapacakları katma değer elde edilmesinde ise ARGE çalışmaları önemlidir (Piesse ve Thirtle, 2010; Aw vd., 2011; Göçer, 2013).

Yeni ekonomi düzeninde, işletmelerin varlıklarını devam ettirebilmeleri ve uzun dönemli başarı sağlayabilmeleri, ARGE faaliyetlerinin yoğunluklarıyla ilişkili olmaktadır. ARGE faaliyetleri geniş ölçüde bilgi ve teknoloji içinde barındırmaktadır. İşletmelerin ARGE çalışmaları sistematik ve üretken süreçlerin bütünü olarak görülmektedir (Korkmaz, 2010; Ünal ve Seçilmiş, 2013).

ARGE Harcamalarının BİST Üzerindeki Etkisi

ARGE harcamaları ile işletme verimliliğinin artırılabilen ve işletmenin uzun dönemli performansı yükseltilebilmektedir (Taban ve Şengür, 2014). Bununla beraber ARGE harcamaları uzun dönemli yatırımlar olarak görülmektedir ve kısa dönemde işletme karlılığı üzerinde etkisinin zayıf olduğu belirtilmektedir (Kocamış ve Güngör, 2014). ARGE harcamalarının işletme karlılığını ve büyümesini doğrudan etkilediği sektörlerin başında ise iletişim, bilişim ve teknoloji sektörleri yer almaktadır (Tsai vd., 2011; Ünal ve Seçilmiş, 2014). İletişim, bilişim ve teknoloji sektörlerinde inovasyonun ve piyasada farklılık yaratabilmek adına yeni fikirlerin üretim süreçlerine aktarılma önemliliği diğer sektörlerle göre daha yüksektir. Bu durum iletişim, bilişim ve teknoloji sektörleri için ARGE faaliyetlerini daha önemli bir hale getirmektedir.

İletişim, bilişim ve teknoloji sektörlerinde cari dönemde yapılan ARGE harcamalarının kısa dönemde işletme ve yatırımcı karlılığını olumlu yönde etkilemesi beklenmektedir. Yatırımcı karlılığının yüksek olması, ülkeye olan doğrudan yabancı yatırımları arttıracaktır. Borsaya doğrudan yabancı yatırımların artması, ülke ekonomisine olan katkı ve ülke prestiji açısından önemlidir. Tüm bu bilgiler doğrultusunda devletin üstlendiği ARGE harcamaları dışında işletmelerin ARGE harcamalarının BIST endeksleri üzerindeki

etkilerinin saptanması önemlidir. Ayrıca literatürde daha önce bu şekilde bir ilişkinin kurulduğu çalışmaya rastlanmamıştır.

Uygulama ve Bulgular

Çalışmada özel sektör tarafından yapılan yerli savunma, yerli yazılım ve yerli üretim çalışmaları için teknoloji, yazılım ve bilişim sektörüne yaptığı ARGE yatırımlarının 2001-2017 uzun dönemi için BİST endekslerinden Teknoloji, Bilişim ve İletişim üzerindeki etkileri incelenmiştir. Türkiye’de sürdürülebilir büyümenin sağlanmasında milli üretimin gerçekleşmesi çalışmalarında ARGE yatırımları önemlidir. Bu doğrultuda bu çalışmada ARGE yatırımlarının takip eden dönemlerde BİST endekslerinden Teknoloji, Bilişim ve İletişim üzerindeki doğrudan etkileri tespit edilmeye çalışılmıştır.

Hipotezler

Çalışmanın hipotezleri şu şekilde kurgulanmıştır.

H₁: ARGE harcamaları BIST İletişim Endeksini (XILTM) uzun dönemde doğrudan ve pozitif yönde etkilemektedir.

H₂: ARGE harcamaları BIST Bilişim Endeksini (XBLSM) uzun dönemde doğrudan ve pozitif yönde etkilemektedir.

H₃: ARGE harcamaları BIST Teknoloji Endeksini (XUTEK) uzun dönemde doğrudan ve pozitif yönde etkilemektedir.

Çalışmada kullanılan değişkenler şu şekildedir:

- ARGE: Özel Sektör ARGE Harcamaları 2001-2017 yıllık (Alındığı Kaynak: TÜİK)
- XILTM: BİST İletişim Endeksi Yıllık Fiyat (Alındığı Kaynak: Bigpara)
- XBLSM: BİST Bilişim Endeksi Yıllık Fiyat (Alındığı Kaynak: Bigpara)
- XUTEK: BİST Teknoloji Endeksi Yıllık Fiyat (Alındığı Kaynak: Bigpara)

Çalışmada değişkenler arasındaki ilişkilerin incelenmesinde kullanılacak olan testin tespitinde birim kök testi kullanılmıştır. Kullanılan birim kök testlerinden ADF TEST (Genişletilmiş Dickey-Fuller) birim kök testi, PP (Phillips-Perron) kök testi, ve KPSS (Kwiatkowski-Phillips-Schmidt-Shin) testleri kullanılmıştır.

ADF Testi (Gujarati, 2004);

$H_0: \delta = 0$ birim kökü vardır

$H_1: \delta < 0$ birim kökü bulunmamaktadır

Ho hipotezinin reddedilmesi durumunda serinin orijinal düzeyinde durağan olduğu, Ho hipotezi reddedilmiyorsa serinin orijinal değerinin durağan olmadığı tespit edilmektedir. Orijinal düzeyde durağan olmayan serilerin durağanlaştırılması sürecinde devresel farkları alınır.

PP Testi (Gujarati, 2004);

$H_0: \delta = 0$ birim kökü vardır.

$H_1: \delta < 0$ birim kökü bulunmamaktadır

Ho hipotezi durağan olmayan seriyi gösterirken H₁, alternatif hipotezi ise serinin durağan olduğunu gösterir.

KPSS Testi (Gujarati, 2004);

H_0 : Seri (trend) durağandır

H_1 : Seri (trend) durağan değildir

KPSS testi ADF ve PP testinden farklı olarak hipotezlerin yeri değişmiştir. Sıfır hipotezi serinin orijinal düzeyinde durağan olduğunu ifade ederken; alternatif hipotez serinin durağan olmadığını ifade etmektedir.

Çalışmada birim kök testi sonuçları kapsamında Granger Nedensellik testinden faydalanılmıştır.

Granger (1986), yaptığı çalışma ile iki zaman serisi arasında bulunan ilişkinin saptanmasında nedensellik testini geliştirmiştir. Testin uygulanmasındaki temel amaç, incelenen değişkenlerin arasındaki ilişkinin varlığının tespit edilmesi ve ilişkinin varlığında yönün belirlenmesidir. Testin uygulanmasında serilerin

orijinal düzeylerinde durağan olmaları veya fark değerlerinde durağanlaştırılmaları gerekmektedir (Gujarati, 2004).

$$\Delta X_t = m \sum_{j=1}^m \alpha_j \Delta X_{t-j} + q \sum_{j=1}^q b_j \Delta Y_{t-j} + u_t \quad (1)$$

$$\Delta Y_t = r \sum_{j=1}^r c_j \Delta Y_{t-j} + s \sum_{j=1}^s d_j \Delta X_{t-j} + v_t \quad (2)$$

bu denklemlerde α_j, b_j, c_j, d_j gecikmeye ait katsayıları, m, q, r, s gecikmenin dönemlerini u, v hata terimlerini, Δ ise fark alma operatörünü ifade eder. Tüm b ve d katsayılarının istatistiksel olarak sifıra eşit olup olmadıklarını ise F-testinin yardımıyla bulunarak aşağıdaki hipotezler sınanır.

$H_0 = b_1 = b_2 = b_3 = \dots = b_q = 0$ Bu hipotez kabul edildiğinde Y 'den X 'e nedensellik yoktur.

$H_0 = d_1 = d_2 = d_3 = \dots = d_s = 0$ Bu hipotezin kabul edilmesi durumunda X 'den Y 'ye nedenselliğin olmadığını gösterir.

Tablo 1: Birim Kök Testi Sonuçları

	ARGE					
	ADF test		PP testi		KPSS testi	
	Düzyey	1.fark	Düzyey	1.fark	Düzyey	1.fark
Sabitli	0,61(0)	4,56(3)	0,62(3)	3,29(2)	0,53(3)	0,09(1)
Sabitli ve trendli	8,14(3)		1,57(0)	3,80(4)	0,12(2)	
	XILTM					
Sabitli	3,55(2)		1,82(8)	4,52(2)	0,44(3)	
Sabitli ve trendli	0,93(2)	5,27(1)	1,15(3)	10,51(12)	0,16(2)	0,05(15)
	XBLSM					
Sabitli	1,80(0)	5,15(0)	1,78(1)	5,34(2)	0,35(2)	
Sabitli ve trendli	2,93(0)	3,77(3)	2,93(0)	9,22(6)	0,16(1)	0,12(3)
	XUTEK					
Sabitli	0,26(0)	5,12(0)	0,26(0)	5,27(2)	0,56(2)	0,28(1)
Sabitli ve trendli	2,60(0)	3,80(3)	2,60(0)	10,51(8)	0,16(2)	0,12(4)

* ADF ve PP testi; %5 anlamlılık değerinde kritik değer sabitsiz ve trendsiz model için 1,94, sabitli ve trendsiz model için 2,88, sabitli ve trendli model için 3,44'dür. KPSS testi; %5 anlamlılık değerinde kritik değer sabitli ve trendsiz model için 0,46, sabitli ve trendli model için 0,14'dür.

*Parantezin içindeki değerler Schwarz ve Newey-West Bandwidth test kriterlerine göre hesaplanan gecikme değerleridir.

Uygulanan birim kök testleri sonuçlarına göre tüm değişkenler 1.farklarında durağan hale gelmektedirler. Çalışmada değişkenler arasındaki uzun dönem ilişkileri tespit edebilmek için Granger Nedensellik testi uygulanmıştır. ARGE harcamaları ile Bilişim, Teknoloji ve İletişim Endeksleri arasındaki uzun dönem ilişkisinin tespit edilmesine yönelik olarak Granger Nedensellik testine başvurulmuştur

Değişkenlerin 1.farkları alınarak Granger Nedensellik testi sonuçları aşağıda yer almaktadır.

Tablo 2: Granger Nedensellik Testi

Gecikme Sayısı: 1				
Hipotez	Gözlem	F-İstatistik	p	
DXBLSM ----- DARGE	15	1.24498	0.28636	
DARGE ----- DXBLSM		0.07901	0.78343	
DXILTM ----- DARGE	15	0.09733	0.76041	
DARGE ----- DXILTM		0.74484	0.40503	
DXUTEK ----- DARGE	15	1.47969	0.24721	
DARGE ----- DXUTEK		0.01332	0.91003	
Gecikme Sayısı: 2				
Hipotez	Gözlem	F-İstatistik	p	

DXBLSM ----- DARGE	14	0.53915	0.60096
DARGE ----- DXBLSM		1.24878	0.33217
DXILTM ----- DARGE	14	0.36643	0.70309
DARGE ----- DXILTM		1.73390	0.23069
DXUTEK ----- DARGE	14	0.44054	0.65686
DARGE ----- DXUTEK		0.80616	0.47637
Gecikme Sayısı: 3			
Hipotez	Gözlem	F-İstatistik	p
DXBLSM ----- DARGE	13	0.50288	0.69417
DARGE ----- DXBLSM		0.41477	0.74881
DXILTM ----- DARGE	13	0.47680	0.70997
DARGE ----- DXILTM		4.82236	0.04865
DXUTEK ----- DARGE	13	0.56465	0.65805
DARGE ----- DXUTEK		0.45800	0.72156
Gecikme Sayısı: 4			
Hipotez	Gözlem	F-İstatistik	p
DXBLSM ----- DARGE	12	72.5180	0.00257
DARGE ----- DXBLSM		20.7484	0.01595
DXILTM ----- DARGE	12	0.45960	0.76650
DARGE ----- DXILTM		1.49485	0.38600
DXUTEK ----- DARGE	12	18.8511	0.01828
DARGE ----- DXUTEK		22.0602	0.01461

1.gecikmede Granger Nedensellik testi sonuçları incelendiğinde, Bilişim, İletişim ve Teknoloji endeksleri ile Arge harcamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık tespit edilmemiştir. 1 yıllık gecikme de Arge harcamaları ile BİST endeksleri arasında bir ilişki tespit edilememiştir.

2.gecikmede Granger Nedensellik testi sonuçları incelendiğinde, Bilişim, İletişim ve Teknoloji endeksleri ile Arge harcamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık tespit edilmemiştir. 2 yıllık gecikme de Arge harcamaları ile BİST endeksleri arasında bir ilişki tespit edilememiştir.

3.gecikmede Granger Nedensellik testi sonuçları incelendiğinde, Bilişim, İletişim ve Teknoloji endeksleri ile Arge harcamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık tespit edilmemiştir. 3 yıllık gecikme de Arge harcamaları ile BİST endeksleri arasında bir ilişki tespit edilememiştir.

4.gecikmede Granger Nedensellik testi sonuçları incelendiğinde, BİST endekslerinden Bilişim ve Teknoloji endekslerinin ARGE harcamaları ile ilişkili olduğu tespit edilmiştir. BİST Bilişim endeksi ve BİST İletişim endeksi, ARGE harcamaları uzun dönemde birbirlerini etkilemektedir ($p < 0,05$). ARGE harcamalarının artması uzun dönemde iletişim ve bilişim sektöründeki işletmelerin hisse getirilerini arttırmaktadır. Yine iletişim ve bilişim sektöründeki işletmelerin hisse getirilerinin artması, işletmelerin ARGE yatırımlarını arttırmaktadır.

Sonuç

ARGE harcamaları, ülkelerin büyümeleri ve kalkınmaları için etkili inovasyon çalışmalarının yürütülmesinde önemlidir. Gelişmekte olan ülkeler konumunda olan Türkiye’de kalkınmanın sürdürülebilir olmasında ARGE harcamaları önemlidir. Özellikle bilişim ve teknoloji alanında yapılacak olan ARGE harcamalarıyla beraber

katma değeri yüksek ürün elde edilebilir ve ihracat olumlu yönde desteklenebilir. Ülkelerin ARGE harcamaları ile yeni üretilen ürün ve üretimde yapılan teknikleri geliştirmeleri, ülkenin piyasadaki rekabet gücünü ve verimliliğini arttıracaktır. Üretim faktörlerinin etkin olarak kullanılması ve verimliliğin artması, sermayenin etkinliğini artırarak, büyümeyi olumlu yönde destekler.

Bu çalışmada ARGE harcamaları ile BİST İletişim, Bilişim ve Teknoloji endeksleri arasındaki ilişkiler tespit edilmeye çalışılmıştır. Çalışma sonucunda uzun dönemde ARGE harcamaları ile BİST Bilişim ve Teknoloji endeksleri arasında karşılıklı ilişki olduğu tespit edilmiştir. Bu durum Bilişim ve Teknoloji alanında faaliyet gösteren işletmelerin istikrarlı bir şekilde ARGE yatırımlarını gerçekleştirmelerinin, yatırımcı getirilerini olumlu yönde desteklediğini göstermektedir. ARGE harcamalarını arttıran işletmeler, uzun dönemde üretim etkinliklerini ve verimliliklerini arttırmaktadır. Bu durum işletmelerin rekabet güçlerini arttırırken, yatırımcıları olumlu yönde etkilemektedir. Yatırımcıların olumlu yönde etkilenmeleri ise hisse getirilerini yükseltmektedir.

Çalışma sonucunda Arge harcamaları ile BİST endeksleri arasındaki ilişki 4. dönemde tespit edilmiştir. Bu durum ARGE harcamalarının uzun dönemde sermaye piyasalarına yansıdığını göstermektedir. ARGE harcamalarının artması işletmenin karlılığını ve verimliliğini uzun dönemde arttırırken bu durum yatırımcılar açısından da olumlu olarak algılanmaktadır. Sermaye piyasalarının olumlu yönde etkilenmesi yalnızca yerli yatırımcılar açısından değil yabancı yatırımcılar açısından da olumlu bir durumdur. Yatırımcıların genel olarak karlılık düzeylerinin yükselmesi ise ülkeye doğrudan yabancı sermaye girişini etkileyecektir. Yatırımcı karlılığının artması Türkiye’yi doğrudan yabancı sermayenin girişini olumlu yönde destekleyecektir. Bu durum ARGE harcamalarının uzun dönemde ülke ekonomisine olumlu katkılar yarattığını göstermektedir.

Kaynakça

- Aw, B. Y., Roberts, M. J., ve Xu, D. Y. (2011). R&D investment, exporting, and productivity dynamics. *American Economic Review*, 101(4), 1312-44.
- Coccia, M. (2010). Public and private R&D investments as complementary inputs for productivity growth. *International Journal of Technology, Policy and Management*, 10(1-2), 73-91.
- Czarnitzki, D., ve Hottenrott, H. (2011). R&D investment and financing constraints of small and medium-sized firms. *Small Business Economics*, 36(1), 65-83.
- Çetin, M., ve Işık, H. (2014). Türkiye ve Avrupa Birliği ekonomilerinde yenilikler ve Ar-Ge’nin teşviki: Karşılaştırmalı bir değerlendirme. *Maliye Dergisi*, 166(1).
- Göçer, İ. (2013). Ar-Ge harcamalarının yüksek teknoloji ürün ihracatı, dış ticaret dengesi ve ekonomik büyüme üzerindeki etkileri. *Maliye Dergisi*, 165(2), 215-240.
- Gujarati, D. N. (2004). *Basic econometrics*. The McGraw-Hill, New York.
- Gülmez, A., Akpolat, A. G., (2014). Ar-Ge & inovasyon ve ekonomik büyüme: Türkiye ve AB örneği için dinamik panel veri analizi. *AİBÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 14(2), 1-17.
- Hall, B. H., ve Lerner, J. (2010). The financing of R&D and innovation. *In Handbook of the Economics of Innovation*, Vol. 1, pp. 609-639. North-Holland.
- Helhel, Y. (2016). E7 ülkelerinde finansal gelişmenin Ar-Ge faaliyetleri üzerindeki etkisi. *Journal of Business Research Turk*, 8(1), 500-517.
- Karakaş, M., Adak, M., (2015). Türkiye’de Ar-Ge, patent ve ekonomik büyüme ilişkisi (1970-2012). *Yalova Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 9, 127-145.
- Klette, T. J., ve Møen, J. (2011). R&D investment responses to R&D subsidies: A theoretical analysis and a microeconomic study. *NHH Dept. of Finance & Management Science Discussion Paper*, (2011/15).
- Kocamış, U. T., Güngör, A., (2014). Türkiye’de Ar-Ge harcamaları ve teknoloji sektöründe Ar-Ge giderlerinin kârlılık üzerine etkisi: Borsa İstanbul uygulaması. *Maliye Dergisi*, 166, 127-138.
- Korkmaz, S. (2010). Türkiye’de Ar-Ge yatırımları ve ekonomik büyüme arasındaki ilişkinin var modeli ile analizi. *Journal of Yaşar University*, 5(20), 3320-3330.

- Mercan, B., Göktaş, D., ve Gömleksiz, M. (2011). AR-GE faaliyetleri ve girişimcilerin inovasyon üzerindeki etkileri: patent verileri üzerinde bir uygulama. *Paradoks: The Journal of Economics, Sociology & Politics*, 7(2).
- Piesse, J., ve Thirtle, C. (2010). Agricultural R&D, technology and productivity. *Philosophical Transactions of the Royal Society B: Biological Sciences*, 365(1554), 3035-3047.
- Sungur, O., Aydın, H. İ., ve Eren, M. V. (2016). Türkiye’de AR-GE, inovasyon, ihracat ve ekonomik büyüme arasındaki ilişki: Asimetrik nedensellik analizi. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 21(1).
- Taban, S., ve Şengür, M. (2014). Türkiye’de Ar-Ge ve ekonomik büyüme. *Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 30(30), 355-376.
- Tsai, K. H., Hsieh, M. H., ve Hultink, E. J. (2011). External technology acquisition and product innovativeness: The moderating roles of R&D investment and configurational context. *Journal of Engineering and Technology Management*, 28(3), 184-200.
- Ünal, T., ve Seçilmiş, N. (2013). Ar-Ge göstergeleri açısından Türkiye ve gelişmiş ülkelerle kıyaslaması. *İşletme Ve İktisat Çalışmaları Dergisi*, 1(1), 12-25.

THE EFFECTS OF RESEARCH AND DEVELOPMENT EXPENDITURES ON BIST INDEXES IN TURKEY

Zafer ŞAHİN, Metin BAŞ

Extended Abstract

Subject Of The Research

Research and Development investments play a vital role in carrying out domestic production and ensuring the sustainable growth in Turkey. Furthermore, R&D expenditures will increase the productivity of companies in the long term, they will support the companies’ reputation in a positive way and enhance the share of earnings by influencing the investors positively. In Turkey, the share of earnings’ being high is important especially in terms of foreign direct investment inflow. In this research, 2001 – 2017 long- term effects of R&D investments made by private sector in technology, software and information industry for national defense, national software and national production fields on Technology, Information and Communication - which are among the BIST indexes - were examined. R&D investments are vital for ensuring the sustainable growth and for domestic production in Turkey. Accordingly, in this reseach, it has been tried to identify the direct effects of R&D investments for the following periods on BIST indexes of Technology, Information and Communication.

The Importance of Research

Innovation and transferring new ideas to production processes in order to make difference in the market have a higher importance in communication, information and technology industries comparing to other industries. This case makes R&D activities more important for the communication, information and technology industries. The R&D expenditures made in communication, information and technology industries in the current period have been expected to have a positive effect on the profitability of both enterprises and investors in the short term. The high rate of investor profitability will increase foreign direct investments to the country. The increase in foreign direct investments to the stock market is vital in terms of both the contribution to the national economy and the prestige of the country. All of this information in line; it is important to determine the effects of enterprises' R&D expenditures on BIST indexes, except for R&D expenditures underwritten by the government. It also has not found a previous study of such kind of a correlation.

Purpose of the Research

The purpose of this study is to examine the effects of R&D expenditure in Turkey on BIST indexes.

Hypotheses

The hypotheses of the research have been built as follows.

H₁: R&D expenditures have a direct and positive impact on the BIST Communication Index (XILTM) in the long run.

H₂: R&D expenditures have a direct and positive impact on the BIST Information Index (XBLSM) in the long run.

H₃: R&D expenditures have a direct and positive impact on the BIST Technology Index (XUTEK) in the long run.

Dataset

The variables used in the research are as follows:

- R & D: Private Sector R&D Expenditures 2001-2017 years (Source: TUIK)
- XILTM: BIST Communication Index Annual Price (Source: Bigpara)
- XBLSM: BIST Information Index Annual Price (Source: Bigpara)
- XUTEK: BIST Technology Index Annual Price (Source: Bigpara)

Data Analysis

In the research, unit root test has been applied to determine the test to be used in order to examine the relationships between variables.

ADF TEST (Extended Dickey-Fuller) unit root test, PP (Phillips-Perron) root test, and KPSS (Kwiatkowski-Phillips-Schmidt-Shin) tests have been applied. According to the results of unit root tests, Granger Causality test has been used. As a result of the research, it has been detected that BIST Information Index and BIST Communication Index and R&D expenditures affect each other in the long run.

While the increase in R&D expenditures enhances the stock returns of companies in the communication and information industries in the long term, the increase in the stock returns of the companies in the communication and information industries enhances the R&D investments of the companies.

Findings

According to the results of unit root tests, all variables get into the stationary state in their first difference. In the study, Granger Causality test has been applied to determine long term relationships between the variables. Granger Causality test has been applied to determine the long term relationship between R&D expenditures and Information, Technology and Communication indexes.

When the results of Granger Causality test at the 1st delay have been examined, no statistically significant difference has been found between Information, Communication and Technology indexes and R&D expenditures. No correlation has been found between R&D expenditures and BIST indexes in one -year delay.

When the results of Granger Causality test at the 4th delay have been examined, it has been detected that Information and Technology indexes - which are among BIST indexes - are related to R&D expenditures. BIST Information index, BIST Communication index and R&D expenditures affect each other in the long run ($p < 0.05$). The increase in R&D expenditures enhances the stock returns of companies in the communication and information industries in the long run. Again, the increase in the stock returns of companies in the communication and information industries enhances the R&D investments of the companies.

Result

R&D expenditures play an important role in conducting effective innovation studies for the growth and development of countries. For the sustainable growth of Turkey, as a developing country, the R&D expenditures are vital. Especially with the R&D expenditures to be made in the field of information and technology, products with high added value can be obtained and exportation can be supported in a positive way.

As a result of the research, the correlation between R&D expenditures and BIST indexes has been detected in the fourth period. This shows that R&D expenditures redound on the capital markets in the long run. Since the increase in R&D expenditures enhances the profitability and productivity of the enterprise in the long term, it is perceived as something positive by the investors. The positive influence on capital markets is not only good for national investors but also for foreign investors. The increase in investors' profitability in general will directly affect the inflow of foreign capital into the country. The increase of investors' profitability will sustain Turkey in terms of direct foreign capital inflow into the country. This shows that R&D expenditures have positive contributions to the national economy in the long run.

SOSYAL MEDYA ETKİLEYİCİSİ OLARAK VLOGGERLARIN GENÇLERİN SATIN ALMA NİYETİNE ETKİSİ

Perihan ŞIKER

Dr. Öğr. Üyesi, Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi, İletişim Fakültesi

gungorperihan@hotmail.com | ORCID: 0000-0002-0787-8516

Özet

Dijitalleşen dünyada yeni platformların ortaya çıkmasıyla tüketiciler satın alma kararı alırken YouTube gibi sosyal ağlardaki video paylaşımlarını dikkate almaya başlamışlardır. Bu nedenle, birçok marka vlogger gibi dijital etkileyiciler ile hedef kitlelerine ulaşmak için yatırım yapmaktadır. Obanian (1990) tarafından geliştirilen kaynağın güvenilirliği ölçeğinin kullanıldığı bu çalışmada, marka tanıtımı yapan vloggerların çekicilik, güvenilirlik ve uzmanlık özelliklerinin gençlerin satın alma niyeti üzerindeki etkisini incelemek amaçlanmıştır. Araştırmada veri toplama aracı olarak anket yönteminden yararlanılmıştır. Verilerin analizinde frekans, faktör analizi, korelasyon analizi ve çoklu regresyon analizi uygulanmıştır. Elde edilen sonuçlara göre, vloggerın güvenilirliği, çekiciliği ve uzmanlığı özellikleri gençlerin satın alma niyetini pozitif yönde etkilemektedir.

Anahtar kelimeler: Vlogger, kaynağın güvenilirliği ölçeği, YouTube.

THE EFFECT OF VLOGGERS AS SOCIAL MEDIA INFLUENCER ON PURCHASE INTENTION OF YOUNG PEOPLE

Abstract

With the emergence of new platforms in the digitalizing world, consumers have begun to be affected by video shares on social networks such as YouTube while deciding to purchase. Therefore, many brands invest in digital influencers such as vloggers to reach their target audience. In this study where the source credibility scale developed by Ohanian (1990) was used, it was aimed to examine the effect of attractiveness, trustworthiness and expertise characteristics of the vloggers, who advertise brands, on the purchase intention of young people. As a result of the analysis performed, it was concluded that the trustworthiness, attractiveness and expertise characteristics of vloggers positively affected the purchase intention of young people.

Keywords: Vlogger, source credibility scale, YouTube.

Giriş

Hızla gelişen iletişim teknolojileri ile birlikte ortaya çıkan yeni iletişim platformları kişilerin bilgi alışveriş şeklini değiştirerek tek yönlü iletişimi çift yönlü iletişime dönüştürmüştür. Özellikle Web 2.0'dan sonra çift taraflı iletişime imkan tanıyan sosyal medya ağı hemen hemen her kesimden kitleleri sanal bir dünyada buluşturmaktadır. İnternet kullanıcıları sosyal medya sayesinde yer ve zaman kısıtlaması olmadan istedikleri kişiler ile iletişime geçebilmekte, kendi oluşturdukları içerikler ile belli bir hayran kitlesine sahip olabilmektedir. Farklı içerikte çok geniş bir yelpazeye sahip olan sosyal medya ağında kişiler, Facebook ya da Google+ üzerinden arkadaş bulmakta, Twitter'ıyla check in yapmakta, YouTube'da günün en yeni videolarını izlemekte, resimli sosyal imleme sitesi olan Pinterrest'e fotoğraf koymakta ya da Instagram ve Snapchat'de fotoğraf paylaşmaktadır (Kotler ve Armstrong, 2018). İnternet kullanıcıları YouTube, Dailymotion, Vimeo gibi sosyal medya platformlarında yoğun bir biçimde video izlemekte ve bu videoları yakın çevreleriyle paylaşmakta, bu videolara yorum yazmakta ve bu videoları oylamaktadırlar. (Mavnacıoğlu, 2015, 38). Video içeriğini kullanan yeni bir bilgi sağlama yöntemi olan Video Blogları (vlog), özellikle Google'ın YouTube'u satın almasıyla dünya çapında dikkat çekmiştir. Vlog, içeriğin çoğunlukla video biçiminde gönderildiği bir video bloğudur (Choi ve Lee, 2019).

We Are Social tarafından hazırlanan "Digital 2019 in Turkey" istatistiklerine göre, Türkiye'de aktif 52 milyon sosyal medya kullanıcısı ve 44 milyon mobil sosyal medya kullanıcısı bulunmaktadır. Türkiye'de sosyal medya kullanıcıların en çok tercih ettiği platform ise %92'lik oranla YouTube olmuştur. (<https://wearesocial.com/global-digital-report-2019>). Özellikle YouTube'da moda ve kozmetik ürünler ile ilgili videoları izleyen insan sayısı giderek artmaktadır (Coursaris ve Osch, 2016). Tüm dünyada olduğu gibi Türkiye'de de YouTube platformunun bu kadar popüler olması YouTube'a yükledikleri videolar ile şöhreti yakalama imkanı bulan vloggerları ortaya çıkarmıştır. Video ve logger kelimelerinin kısaltılıp birleşiminden oluşan vlogger terimi, video içeriğinin akışını kendisi tasarlayan ve videoda doğrudan yer alan kişidir. Vloggerlar çoğunlukla ünlü değillerdir, bu yüzden izleyicilerin tanıdıkları veya arkadaşlarıyla aynı rolü oynarlar (Choi ve Lee, 2019). Vloggerların popüleritesini fark eden pek çok üretici ve perakendeci firma vloggerları pazarlama çalışmalarının bir parçası olarak görmekte ve ürünlerini kitlelere tanıtmak için pazarlamada aktif olarak kullanmaktadır (Harnish ve Bridges, 2016).

Oldukça yüksek izlenme oranlarına ulaşan vloggerların, ürün tanıtımına yönelik video paylaşımlarının izleyiciler üzerinde nasıl bir etki bıraktığı ve izleyicileri nasıl bir davranışa yönlendirdiği merak konusu olmaktadır. Kaynağın güvenilirliği ölçeğinin ele alındığı bu çalışmada, kullanıcıların milyonlarca izleyici tarafından izlenen ve paylaşılan videoları oluşturmalarını ve yüklemelerini sağlayan video paylaşım web sitesi YouTube'a odaklanılmıştır. Özellikle gençler tarafından sıklıkla takip edilen vloggerların ürün tanıtımı yaptıkları paylaşımlarının gençlerin satın alma niyeti üzerindeki etkisini incelemek araştırmanın temel amacını oluşturmaktadır.

1. Sosyal Medya Etkileyicisi Olarak Vloggerlar

Tüketicilere bir araya gelebilecekleri, sosyalleşebilecekleri, fikirlerini ve bilgilerini paylaşabilecekleri çevrimiçi mekanlar sunan sayısız miktarda bağımsız ve ticari sosyal ağ ortaya çıkmıştır (Kotler ve Armstrong, 2018). Bu sosyal ağların yaygınlaşması, kullanıcı sayısının günden güne katlanarak artması, geleneksel iletişim stratejilerinin değişimini gerektirmektedir (Doğan, 2019). Birçok insanın mobil ve online olduğu dijital çağda paylaşım ve iletişim sınırı olmadan özgür ve özgün tartışma zemini oluşturan sosyal medya, kişiler arası iletişimin yanında marka ve kurum konumlandırması açısından da son derece önemlidir (Özutku vd.,2014). Artık markalar sosyal medya araçlarını kullanarak hedef kitlelerine daha kolay ulaşabilmektedirler. Tüketiciler ürünler hakkında bilgi almak için geleneksel medya yerine sosyal medyada yer alan videoların paylaşıldığı web sitelerini daha çok tercih eder hale gelmişlerdir (Hu vd., 2016). Tüketiciler nerede toplanırsa, pazarlamacılar da onların peşinden gitmektedir. Çoğu pazarlamacı artık sosyal medyanın estirdiği kuvvetli rüzgarı arkasına almış durumdadır (Kotler ve Armstrong, 2018).

Web 2.0 uygulamalarının tüketiciyi ve internet kullanıcılarını aktif hale getirmesi sonucu, artık kullanıcılar da içerik üretebilir ve bu içerikleri paylaşabilir hale gelmişlerdir (Mavnacıoğlu, 2015). Kullanıcıların video kliplerini yüklemelerine, etiketlemelerine ve paylaşımlarına olanak tanıyan YouTube gibi dijital platformlar, markalar tarafından hedef kitleye ulaşmada son zamanlarda sıklıkla kullanılmaktadır. Bu platformlarda markalar, tüketicilere ya kendi yükledikleri reklamlarla ya da internet kullanıcılarının kişisel hesaplarında içeriklerini kendilerinin hazırladığı videolarla bilgi vermektedirler. Markalar tarafından üretilen reklamlarda, genellikle ünlüler marka sözcüsü olarak yer almaktadır (Ohanian, 1990). Vloggerlar ise ünlüler

gibi, videolar aracılığıyla kitlelere yaklaşırlar ve bu yönleriyle ünlüler ile ortak bir paydada buluşurlar. Bununla birlikte, vloggerlar video içeriğinin akışını kendileri tasarladıkları için ünlülerden farklılaşırlar (Choi ve Lee, 2019). Verhellen ve diğerlerinin (2013) çalışması, vloggerlar tarafından oluşturulan içeriklerin tüketiciler tarafından daha olumlu ve inandırıcı bir pazarlama aracı olarak algılandığını ortaya koymaktadır. Benzer şekilde Bickart ve Schindler'in (2001) çalışması da kullanıcının ürettiği içeriğin, pazarlamacı tarafından üretilen içeriklere kıyasla satın alma niyetleri üzerinde daha güçlü bir etkiye sahip olduğunu göstermektedir. Vloggerlar, çoğu zaman tüketicilerin karar vermesinde etkili olmakta ve satın alma kararlarını olumlu etkilemektedir (Xu vd., 2015).

2. Kaynağın Güvenilirliği Ölçeği

Kaynağın güvenilirliği ölçeği, ileticinin ne kadar olumlu sosyal özellikleri var ise mesajının ikna gücünün o kadar yüksek olduğunu ifade eder (Ohanion, 1991; Wang vd., 2013; Hovland vd.1953). Güvenilirlik, bir ileticinin iletinin kabul edilebilirliğini etkileyebilecek olumlu özellikleridir ve bu olumlu özellikler karşı tarafta tutum değişikliğine yol açar (Ohanian, 1990). Ohanian (1990) tarafından geliştirilen kaynağın güvenilirliği ölçeği ikna çalışmalarında en çok araştırılan sosyal teorilerden biridir (Wang vd., 2013). Kaynak güvenilirliği modelinin temeli, Hovland ve diğerleri (1953) tarafından yapılan çalışmalara dayanmaktadır. Hovland ve diğerleri (1953) çalışmalarında, iletişimcinin algılanan güvenilirliğine yol açan faktörleri incelemiş ve kaynak güvenilirliği kavramının uzmanlık ve güvenilirlik olmak üzere iki faktör içerdiği sonucuna varmışlardır. McGuire (1985) ise kaynağın algılanan çekiciliğini ifade ettiği kaynak çekiciliği modelinde, kaynak çekiciliğini tanımlamıştır (Kahle ve Homer, 1985; Ohanian, 1991). Ohanian (1990), bu iki modelden yola çıkarak kaynak uzmanlığını, güvenilirliğini ve çekiciliğini ölçmek için üç bileşenli bir ölçek geliştirmiştir. Ohanian (1990), tarafından geliştirilen kaynağın güvenilirliği ölçeğinin çekicilik, güvenilirlik ve uzmanlık bileşenlerinin alt boyutları Tablo 1'de gösterilmiştir.

Tablo 1: Kaynağın Güvenilirliği Ölçeği

Çekicilik	Güvenilirlik	Uzmanlık
Çekici-Çekici değil	Güvenilir-Güvenilir değil	Uzman-Uzman değil
Şık-Şık değil	Dürüst-Dürüst değil	Deneyimli-Deneyimsiz
Güzel/Yakışıklı-Çirkin	İtimat edilir-İtimat edilmez	Bilgili-Bilgisiz
Seçkin-Seçkin değil	Samimi-Samimi değil	Vasıflı-Vasıfsız
Seksi-Seksi değil	Sözünü tutan-Sözünü tutmayan	Yetenekli-Yeteneksiz

Kaynak: Ohanian, R. (1990). Construction and Validation of a Scale to Measure Celebrity Endorsers' Perceived Expertise, Trustworthiness and Attractiveness. *Journal of Advertising*, 19(3), 50.

Çekicilik: Erdoğan (1999), çekiciliği kaynağın fiziksel görünüm ve davranışının bir sonucu olarak kaynağa duyulan sevgi olarak tanımlamıştır. Çekicilik sadece fiziksel özellikleri değil, tüketicilerin algılayabileceği entelektüel beceriler, kişilik özellikleri ve yaşam tarzları gibi özellikleri de içerir (Erdoğan, 1999). Çekicilik, destekleyicinin oldukça iyi görünüp görünmediğine ve güven aktarıp aktarmadığına dayanmaktadır (Kahle ve Homer, 1985). Kişiler, iletişimci ile benzer görüşlere sahiplerse onları güvenilir kaynaklar olarak algılama eğilimindedirler (Teng vd., 2014). Yapılan birçok çalışmada, ürün türüne bakılmaksızın (Till ve Busler, 1998) bilgi kaynağının çekiciliğinin tüketicilerin markaya olan tutumlarında veya satın alma niyetlerinde etkili olduğunu ortaya koymaktadır (Kahle ve Homer, 1985; Debevec ve Kernan, 1984; Knott ve James, 2004; Roy vd., 2013). Bilgi kaynağı ne kadar çekici olursa, mesajın kabulü de o kadar büyük olur (Choi ve Lee, 2019).

Güvenilirlik: Güvenilirlik, bir kaynağın ne kadar dürüst, adil ve samimi bilgi sağladığıdır (Ohanian, 1991). Bir kaynak güvenilir olarak algılandığında, verilen mesajın bireylerin tutumlarını değiştirmesi kaynağın daha az güvenilir olarak algılanmasına göre daha olasıdır (Ohanian, 1990; Pornpitakpan, 2004). Genel olarak izleyiciler, vloggerları gerçek ünlülerden daha inandırıcı algırlarlar. Çünkü izleyiciler gerçek ünlülerin verdikleri mesajlarda ticari kazanç sağladıklarını varsaymaktadırlar. Kaynak güvenilir olarak algılandığı zaman markaya yönelik tutum ve satın alma niyetinde olumlu tutum değişiklikler ortaya çıkmaktadır (Goldsmith vd., 2000). Özellikle, tüketiciler sponsorluk yapmayan vloggerlara daha fazla güvenme eğilimindedir.

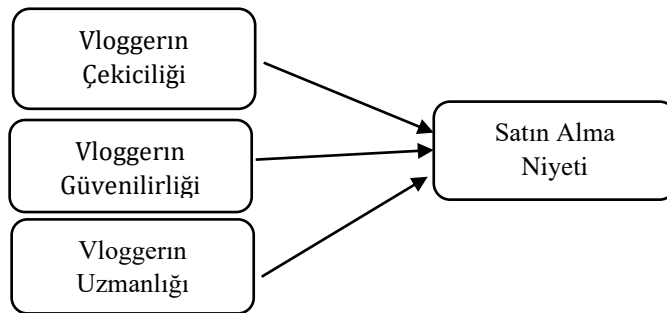
Uzmanlık: Uzmanlık, kişinin sahip olduğu bilgi, deneyim veya becerileri ifade eder (Erdoğan, 1999). Hovland ve diğerleri (1953) uzmanlığı, iletişimcinin geçerli iddiaların kaynağı olarak algılanması şeklinde tanımlamışlardır. Bir kişi ürünü ne kadar çok kullanırsa, kişi o ürün hakkında bilgi edinir ve bu da onun bir uzman olarak kabul edilmesini sağlar (Hock ve Deighton, 1989). Ohanian (1990), kaynağın algılanan uzmanlığının, çekicilik ve güvenilirlikten ziyade tüketicinin satın alma niyetlerini açıklamada daha önemli olduğunu belirtmiştir. Tüketiciler, ünlülerin yüksek düzeyde uzmanlığa sahip olduğunu algıladıklarında, iletişim mesajı ile daha kolay ikna olacaklar ve satın alma niyetleri de artacaktır (Roy vd., 2013). Vloggerlar, ürün incelemeleri veya eğitim videoları aracılığıyla ürünün nasıl kullandığını gösterdikleri için ürün reklamlarında yer alan ünlülere göre daha bilgili görünebilirler.

Pornpitakpan'ın (2004), Singapurlu katılımcılarla yapmış olduğu çalışmanın sonuçları, kaynağın güvenilirliği ölçeğinin üç boyutu ile satın alma niyeti arasında pozitif ilişki olduğunu göstermektedir. Benzer şekilde Sertoğlu ve diğerlerinin (2014), çalışmaları da kaynağın çekicilik, güvenilirlik ve uzmanlık özelliklerinin gençlerin satın alma niyeti üzerinde etkili olduğunu göstermektedir. Braunsberger (1996), çalışmasında yüksek uzmanlık seviyesine sahip kaynağın, uzmanlık düzeyi düşük kaynağa göre reklama yönelik olumlu tutumlara yol açtığını tespit ederken, Knott ve James (2004), çalışmalarında kaynağın uzmanlık düzeyinin kaynağın çekicilik ve güvenilirlik özelliklerine göre reklamın etkinliğini belirlemede daha önemli olduğunu ortaya koymuşlardır.

3. Yöntem

Bu çalışmada, kaynak olarak vloggerlar ele alınmış ve vloggerların çekicilik, güvenilirlik ve uzmanlık özelliklerinin gençlerin satın alma niyeti üzerindeki etkilerini incelemek amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda araştırma modeli ve araştırmanın hipotezleri oluşturulmuştur.

Şekil 1: Araştırma Modeli



H₁: Vloggerın çekici olmasının gençlerin satın alma niyetine pozitif bir etkisi vardır.

H₂: Vloggerın güvenilir olmasının gençlerin satın alma niyetine pozitif bir etkisi vardır.

H₃: Vloggerın alanında uzman olmasının gençlerin satın alma niyetine pozitif bir etkisi vardır.

Satın alma niyeti, bireyin kendinden emin bir değerlendirmeden sonra kendisi için seçtiği belirli bir markayı satın alma niyetini ifade eder (Laroche ve Sadokierski, 1994) ve bir ürünü satın alma istekliliğinin bir ölçüsüdür. Kaynağın güvenilirliğinin boyutlarının satın alma niyeti üzerinde etkilerinin araştırıldığı bu çalışmada veri toplama yöntemi olarak anket yöntemi uygulanmıştır. Anketin ilk kısmında katılımcıların cinsiyeti, sosyal medyada ne kadar vakit geçirdikleri, en çok hangi sosyal medya aracını kullandıkları sorularına yer verilirken ikinci kısımda takip ettikleri vloggerların özelliklerinin satın alma niyeti üzerindeki etkilerini belirlemeye yönelik ifadeler yer verilmiştir. Anket formunun oluşturulması aşamasında, Ohanian'ın (1990) geliştirdiği kaynağın güvenilirliği ölçeğinde yer alan güvenilirlik, çekicilik ve uzmanlık boyutları dikkate alınmıştır. Kaynağın güvenilirliği ölçeğinde yer alan üç boyutu temsil eden on beş özellik, (Kesinlikle Katılmıyorum=1'den Kesinlikle Katılıyorum=5'e doğru giden) 5'li Likert ölçeğine göre uyarlanmıştır. Satın alma niyeti ölçeği ise Erkan ve Evans (1996) çalışmasından alınarak ankete uyarlanmıştır.

Araştırmanın ana kütlesini Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi, İletişim Fakültesi'nde okuyan öğrenciler oluşturmaktadır. 2018-2019 öğretim yılında Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi İletişim Fakültesi'nde eğitim alan öğrenci sayısı 229'dur. Anket uygulaması öğrencilere herhangi bir vlogger takip edip etmedikleri sorulduktan sonra takip ettiğini ifade eden 153 öğrenci ile gerçekleştirilmiştir. Anket uygulaması sonucu elde edilen verilerin analizi için SPSS 22 istatistiksel paket programında; frekans, güvenilirlik, faktör analizi, korelasyon analizi ve çoklu regresyon analizi yapılmıştır.

4. Araştırma Bulguları

Anket formunun ilk kısmında yer alan sorular için frekans yüzde dağılımları hesaplanmıştır. Buna göre araştırmaya katılanların 87'si (%56,9) kız, 66'sı (%43,1) erkek öğrencilerden oluşmaktadır. Katılımcılara sosyal medyada günlük ne kadar vakit geçirdikleri sorulduğunda %34'ü 4-5 saat, %24'ü 6-7 saat, %10'u ise 8 saatten fazla vakit geçirdiğini ifade etmiştir. En çok hangi sosyal medya aracını kullandıkları sorulduğunda ise %43,1'i YouTube'u, %41,2'si Instagram'ı diğer sosyal medya araçlarına göre daha çok kullandıklarını belirtmişlerdir.

Araştırma hipotezlerini test etmeden önce çalışmada kullanılan ölçeklerin güvenilirliği incelenmiştir. Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) Katsayısı'nın 0,60'tan yüksek olması, Bartlett Küresellik Testi'nin ise anlamlı çıkması elde edilen verilerin faktör analizi için örneklem uygunluğunu göstermektedir (Büyüköztürk, 2017). Kaynağın güvenilirliği ve satın alma niyeti ölçeklerinin Bartlett's testi sonuçları ($\chi^2=1647,95$ ($p<0,001$); $\chi^2=316,788$ ($p<0,001$)), faktör analizinin uygulanabileceğini ve KMO değeri ise (KMO=0,925; KMO=0,824) örneklem büyüklüğünün yeterli olduğunu göstermektedir. Anketi oluşturan Likert tipi 19 soru kişisel faktör analizine tabi tutulmuş ve Varimax döndürme yöntemi ile faktörler belirlenmiştir. Daha sonra ölçekteki maddelerin iç tutarlılığını bulmak için Cronbach's Alpha değerleri hesaplanmıştır. Cronbach's Alpha değerinin 0,70 ve üstü olması ölçme aracının güvenilirliği için yeterli görülmektedir (Büyüköztürk, 2017). Tablo 2'deki değerlere göre tüm faktörlerin güvenilirlik katsayılarının 0,855 ile 0,905 arasında değiştiği görülmektedir.

Tablo 2: Kaynağın Güvenilirliği Ölçeğine İlişkin İstatistikî Bulgular

Faktörler	Özdeğer	Açıklanan Varyans	Cronbach's Alpha Katsayısı	\bar{X}	SS
Faktör 1: Vloggerın Güvenilirliği (5)	4,494	29,96	0,905	3,3163	1,002
Faktör 2: Vloggerın Çekiciliği (5)	4,197	27,98	0,855	3,2614	1,037
Faktör 3: Vloggerın Uzmanlığı (5)	2,047	13,649	0,867	3,3072	1,065
Toplam Açıklanan Varyans	71,589				
Tüm Faktörlerin Cronbach's Alpha Katsayısı	0,939				
Kaiser-Meyer-Olkin Örneklem Yeterliliği Katsayısı	0,925				
Bartlett Küresellik Testi Anlamlılık Düzeyi ($p<0,001$) Ki-kare	1647,95				

Tablo 3: Satın Alma Niyeti Ölçeğine İlişkin İstatistikî Bulgular

Faktör	Özdeğer	Açıklanan Varyans	Cronbach's Alpha Katsayısı	\bar{X}	SS
Satın Alma Niyeti (4)	2,946	73,649	0,881	3,232	1,106
Kaiser-Meyer-Olkin Örneklem Yeterliliği Katsayısı	0,824				
Bartlett Küresellik Testi Anlamlılık Düzeyi ($p<0,001$) Ki-kare	316,788				

Tablo 2 ve 3’de kaynağın güvenilirliği ve satın alma niyeti ölçeklerinin özdeğer, varyansı açıklama oranı, Cronbach’s Alpha katsayıları ile aritmetik ortalama ve standart sapma değerleri gösterilmiştir. Yapılan faktör analizi sonucunda, kaynağın güvenilirliği ölçeği üç faktörden (çekicilik, güvenilirlik, uzmanlık) oluşmakta ve bu faktörler toplam varyansın %71,6’sını açıklamaktadır. Satın alma niyeti ölçeği ise tek boyuttan oluşmaktadır ve toplam varyansın %73,6’sını açıklamaktadır. Tablo 2 ve 3’deki aritmetik ortalamalar incelendiğinde, kaynağın güvenilirliği ölçeğinin alt boyutlarında 1-5 aralığında en yüksek ortalama “Vloggerın Güvenilirliği” (\bar{X} =3,32), boyutunda olmuş olup üç faktörün ortalaması da orta düzey olan 3’ün üzerinde çıkmıştır. Benzer şekilde satın alma niyeti ölçeğinde de aritmetik ortalama (\bar{X} =3,23) orta düzeyin üzerinde hesaplanmıştır.

Değişkenler arasındaki ilişkinin derecesini ve yönünü belirlemek için en sık kullanılan istatistik yöntemi korelasyon analizidir (Nakip, 2006). Araştırmanın bu aşamasında, bağımlı değişken ve bağımsız değişkenler arasındaki korelasyon incelenmiştir. Öncelikle araştırmada kullanılan ölçeklerden elde edilen puanların normal dağılıp dağılmadığını test etmek için normallik testi yapılmıştır. Örneklem sayısı 200’ün altında olduğu için Shapiro-Wilk testi sonuçlarına bakılmış ve sonuçlar $p<0,05$ şeklinde anlamlı çıkmıştır. Bu durumda verilerin normal dağılıp dağılmadığını belirlemek için Skewness (çarpıklık) ve Kurtosis (basıklık) değerleri incelenmiştir.

Tablo 4: Değişkenlerin Skewness ve Kurtosis Değerleri

	Skewness	Kurtosis
Çekicilik	-0,347	-0,921
Güvenilirlik	-0,261	-0,536
Uzmanlık	-0,297	-0,537
Satın alma niyeti	-0,140	-0,821

Verilerin normal dağılım gösterebilmesi için Skewness ve Kurtosis değerlerinin -1 ile +1 arasında değişmesi gerekmektedir (Huck, 2012). Tablo 4 incelendiğinde elde edilen Skewness ve Kurtosis değerlerinin normallik şartını sağladığı görülmüş ve Pearson korelasyon testi yapılmıştır. Bağımlı ve bağımsız değişkenlere ait Pearson korelasyon katsayıları Tablo 5’te gösterilmiştir. Araştırmada kullanılan değişkenler arasındaki korelasyonlar incelendiğinde, korelasyon katsayılarının 0,603 ile 0,774 arasında değiştiği ve değişkenler arasında pozitif yönde güçlü bir ilişki olduğu görülmektedir. Korelasyonunun pozitif ve yüksek olması, değişkenlerin benzer davranışları örneklediğini ve testin iç tutarlılığının yüksek olduğunu gösterir (Büyüköztürk, 2017).

Tablo 5: Korelasyon Matrisi

	Çekicilik	Uzmanlık	Güvenilirlik	Satın Alma Niyeti
Çekicilik	1			
Uzmanlık	0,659**	1		
Güvenilirlik	0,603**	0,695**	1	
Satın Alma Niyeti	0,718**	0,715**	0,774**	1

Not: ** $p<0,01$

Araştırmanın bağımsız değişkenleri olan çekicilik, uzmanlık ve güvenilirlik faktörlerinin bağımlı değişken satın alma niyeti üzerindeki etkisini belirlemeye yönelik çoklu doğrusal regresyon analizi yapılmış ve Tablo 6 ile Tablo 7’de yer alan sonuçlar elde edilmiştir.

Tablo 6: Model Özeti

Model	R	R ²	Düzeltilmiş R ²	Standart Hata	Değişim İstatistikleri					Durbin Watson
					R ² Değeri	F Değeri	df1	df2	p	
1	0,893	,797	,792	,46049	,797	194,464	3	149	,000	1,796

Tablo 6'da elde edilen analiz sonuçları modelin istatistiksel olarak anlamlı olduğunu (F=194,464; p<0,01) göstermektedir. R² değerinin 0,797 çıkması kaynağın çekicilik, uzmanlık ve güvenilirliğinin satın alma niyetini %80 oranında açıkladığını ifade etmektedir. Otokorelasyonu test etmek için kullanılan Durbin-Watson değerinin 1,5-2,5 arasında olması otokorelasyon olmadığını göstermektedir (Kalaycı, 2009). Tablo 6'da Durbin-Watson değerinin 1,796 olması modelde otokorelasyonun olmadığını ifade etmektedir.

Tablo 7: Çoklu Doğrusal Regresyon Analizi Sonuçları

Model	Standartlaşmamış Katsayı		β	t	p	Tolerans Değeri	VIF
	Beta	Standart Hata					
Sabit	0,019	0,142		0,131	0,896		
Çekicilik	0,236	0,067	0,227	3,541	0,001	0,552	2,013
Güvenilirlik	0,588	0,06	0,581	9,738	0,000	0,695	1,549
Uzmanlık	0,164	0,055	0,163	2,963	0,004	0,452	2,213

Bağımlı Değişken: Satın Alma Niyeti

Tablo 7'de, Varyans Büyütme Faktörü (VIF) ve Tolerans Değeri değişkenler arasında çoklu doğrusal bağlantının (multicollinearity) mevcut olup olmadığını göstermektedir. Elde edilen VIF değerlerinin 10'dan küçük, Tolerans değerlerinin ise 0,2'den büyük olması (Can, 2018) bağımsız değişkenler arasında çoklu doğrusal bağlantı probleminin olmadığını göstermektedir. Regresyon analizi sonucuna göre, kaynağın çekiciliği değişkeninin ($\beta=0,227$, p<0,01) satın alma niyeti üzerinde istatistiksel olarak pozitif yönde anlamlı bir etkisi olduğu görülmektedir. Bu sonuca göre kaynağın çekiciliğindeki bir birim artış satın alma niyetini 0,227 birim artırmaktadır. Kaynağın güvenilirliği değişkeninin satın alma niyeti üzerindeki etkisi incelendiğinde ($\beta=0,581$, p<0,01) pozitif yönde anlamlı bir etkisi olduğu görülmektedir. Kaynağın güvenilirliğindeki bir birimlik artış satın alma niyetinde 0,581'lik bir artış sağlamaktadır. Analiz sonuçları kaynağın uzmanlığının da ($\beta=0,163$, p<0,01) satın alma niyeti üzerinde istatistiksel olarak pozitif yönde anlamlı bir etkisi olduğunu göstermektedir. Kaynağın uzmanlığındaki bir birimlik artış satın alma niyetini 0,163 artırmaktadır. Elde edilen sonuçlara göre H₁, H₂ ve H₃ hipotezleri kabul edilmektedir. Standartlaştırılmış regresyon katsayılarına göre, satın alma niyetini etkileyen değişkenlerin önem sırası ise güvenilirlik ($\beta=0,581$), çekicilik ($\beta=0,227$) ve uzmanlık ($\beta=0,163$) olarak belirlenmiştir.

Sonuç

Günümüzde markalar, tüketicilerin güvenilirlik algılarının, yeni ürünün denenmesini, marka genişletme başarısını, ürün sadakatini, reklam mesajlarının kabulünü ve satışları etkilediğini farkındadırlar (Aaker ve Joachimsthaler, 2000). Bu nedenle marka tanıtımına yönelik çalışmalarında yer alan kaynağın güvenilirliğine önem vermekteler. Son dönemlerde popülerlikleri hızla artan vloggerlar markalar için hedef kitle ile iletişime geçmede önemli bir yer edinmişlerdir. Bu çalışmada vloggerların gençlerin satın alma niyetleri üzerindeki etkilerini araştırmaya ve vloggerların perakende sektöründeki yerini anlamaya odaklanılmıştır. Bu amaçla, vloggerların üç kaynak güvenilirlik boyutunun (çekicilik, güvenilirlik ve uzmanlık), gençlerin satın alma niyetindeki etkisi araştırılmıştır. Ohanian (1991), çalışmasının sonuçlarının aksine, bu çalışmada elde edilen sonuçlar, üç güvenilirlik boyutunun hepsinin de satın alma niyetiyle pozitif ilişkili olduğunu göstermektedir. Bu bulgu, kaynağın güvenilirliği ölçeğindeki boyutların satın alma niyeti üzerindeki anlamlı etkisini gösteren diğer çalışmalarla tutarlıdır (Sertoğlu vd. 2014; Pornpitakpan 2004; Roy vd., 2013). Kaynağın güvenilirliği boyutları içerisinde, vloggerın güvenilirliği en etkili boyut olmuştur.

Markalar, ünlü kaynak güvenilirliğini, güçlü ve pozitif bir marka tutumu geliştirmek ve reklama karşı tutum geliştirmek için kullanabilirler. Güvenilir bulunan vloggerın, ürünü senaryosuz bir şekilde ve kendi hazırladığı içerikle anlatması, bireyin satın alma kararını almasını kolaylaştırmaktadır. Çünkü tüketiciler geleneksel medya aracılığıyla yapılan reklamlara önyargılı yaklaşırken, kendisine yakın bulduğu ve eğlenmek için takip ettiği vloggerın yapmış olduğu ürün reklamını daha samimi bulabilmektedir.

Sonuç olarak, marka yöneticilerinin geleneksel mecraların yanında vlog reklamcılığına önem vermeleri ve vlogger tercihlerinde takipçileri tarafından dürüst ve güvenilir algılanan, ürün hakkında deneyim sahibi kişileri tercih etmeleri hedef kitleye ulaşmada etkili olacaktır. Güvenilirlik ve uzmanlığın yanında gençler tarafından çekici olarak algılanan vloggerların reklamını yaptığı markanın satışını artırması muhtemeldir.

Örneklem sayısı ve sadece üniversite öğrencilerinin araştırma kapsamında değerlendirilmesi çalışmanın en önemli kısıtını oluşturmaktadır. Ayrıca çalışmada vloggerların sadece uzmanlık, güvenilirlik ve çekicilik özellikleri ele alınmıştır. Daha sonraki çalışmaların daha geniş bir örneklem grubu ve farklı değişkenler ele alınarak yapılmasının daha geniş çaplı sonuçların elde edilmesini sağlayacağı düşünülmektedir.

Kaynakça

- Aaker, D.A., Joachimsthaler, E. (2000). *Brand leadership*. New York: The Free Press.
- Bickart, B., Schindler, R. M. (2001). Internet forums as influential sources of consumer information. *Journal of Interactive Marketing*, 15(3), 31-40.
- Braunsberger, K. (1996). *The effects of source and product characteristics on persuasion* (Doktora Tezi). Texas Üniversitesi, Arlington.
- Büyüköztürk, Ş. (2017). *Sosyal bilimler için veri analizi el kitabı*. 23. Baskı, Ankara: Pegem Akademi.
- Can, A. (2013). *SPSS ile bilimsel araştırma sürecinde nicel veri analiz*. 6. Baskı, Ankara: Pegem Akademi.
- Choi, W., Lee, Y. (2019). Effects of fashion vlogger attributes on product attitude and content sharing. *Fashion and Textiles*, 6(6), 1-18.
- Coursaris, C. K., Osch, W. V. (2016). Beauty brands versus vloggers: Exploring the effects of source credibility on information adoption on YouTube. *Twenty-Fourth European Conference on Information Systems (ECIS)*, 15.06.2016, İstanbul.
- Debevec, K., Kernan, J. B. (1984). More evidence on the effects of a presenter's physical attractiveness: Some cognitive, affective and behavioral consequences. *Advances in Consumer Research*, 11, 127-132.
- Doğan, Ş. (2019). Sosyal medyanın kamuoyu oluşturmada kullanımı: 16 Nisan 2017 Anayasa değişikliği referandumu sürecinde siyasi aktörlerin sosyal medya paylaşımlarının içerik analizi. *Erciyes İletişim Dergisi*, 6(1), 423-442.
- Erdogan, B. Z. (1999). Celebrity endorsement: A literature review. *Journal of Marketing Management*. 15(4), 291-314.
- Erkan, I., Evans, C. (2016). The influence of eWOM in social media on consumers' purchase intentions: An extended approach to information adoption. *Computers in Human Behavior*, 61, 47-55.
- Gao, W., Tian, Y., Huang, T., Yang, Q. (2010). Vlogging: A survey of videoblogging technology on the web. *ACM Computing Surveys (CSUR)*, 42(4), 15.
- Goldsmith, R. E., Lafferty, B. A., Newell S. J. (2000). The impact of corporate credibility and celebrity credibility on consumer reaction to advertisements and brands. *Journal of Advertising*, 29(3), 43-54.
- Harnish, R. J., Bridges, K. R. (2016). Mall haul videos: Self-presentational motives and the role of self-monitoring. *Psychology & Marketing*, 33(2), 113-124.
- Hoch, S. J., Deighton, J. (1989). Managing what consumers learn from experience. *Journal of Marketing*, 53(2), 1-20.
- Hovland, C. I., Janis, I. L., Kelley, H. H. (1953). *Communication and persuasion; Psychological studies of opinion change*. New Haven, CT, US: Yale Üniversitesi.

<https://wearesocial.com/global-digital-report-2019> Erişim tarihi: 25.05.2019

- Hu, M., Zhang, M., Luo, N. (2016). Understanding participation on video sharing communities: The role of self-construal and community interactivity. *Computers in Human Behavior*, 62, 105–115.
- Huck, S. W. (2012). *Reading statistics and research*. 6th ed., Boston: Pearson
- Kahle, L. R. Pamela M. H. (1985). Physical attractiveness of the celebrity endorser: A social adaptation perspective. *Journal of Consumer Research*, 11(4), 954- 961.
- Kalaycı, Ş. (2009). *SPSS uygulamalı çok değişkenli istatistik teknikleri*. Ankara: Asil Yayıncılık.
- Knott, C. L., James, M. S. (2004). An Alternate approach to developing a total celebrity endorser rating model using the analytic hierarchy process. *International Transactions in Operational Research*, 11(1), 87-95.
- Kotler, P., Armstrong G. (2018). *Pazarlama ilkeleri*. (Çev. Edt. Ercan GEGEZ), İstanbul: Beta Yayıncılık.
- Laroche, M., Sadokierski, R. (1994). Role of confidence in a multi-brand model of intentions for a high-involvement service. *Journal of Business Research*, 29(1), 1-12.
- McGuire, William J. (1985). *Attitudes and attitude change*. (Ed. Lindzey, Gardner ve Aronson, Elliot), Handbook of Social Psychology, New York: Random House.
- Mavnacıoğlu, K. (2015). *Kurumsal iletişimde sosyal medya yönetimi*. İstanbul: Beta Yayıncılık.
- Nakip, Mahir (2006). *Pazarlama araştırmaları teknikler ve (SPSS Destekli) uygulamalar*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Ohanian, R. (1990). Construction and validation of a scale to measure celebrity endorser's perceived expertise, trustworthiness and attractiveness. *Journal of Advertising*, 19(3), 39: 52
- Ohanian R (1991), The impact of celebrity spokespersons- perceived image on consumer intention to purchase. *Journal of Advertising Research*, 31(1) 1, 46-54.
- Özutku, F., Küçükylmaz M., Çopur, M., Sığın H., İlter, İ., Arı Yalçın, K. (2014). *Sosyal medyanın ABC'si*. İstanbul: Alfa Yayınları.
- Pornpitakpan, C. (2004). The effect of celebrity endorsers' perceived credibility on product purchase intention. *Journal of International Consumer Marketing*, 16(2), 55-74.
- Roy, S., Jain, V., Rana, P. (2013). The moderating role of consumer personality and source credibility in celebrity endorsement. *Asia-Pacific Journal of Business Administration*, 45, 72-88.
- Sertoglu, A., Catli, O., Korkmaz, S. (2014). Examining the effect of endorser credibility on the consumers' buying intentions: An empirical study in Turkey. *International Review of Management and Marketing*, 4(1), 66-77.
- Teng, S., Wei Khong, K., Wei Goh, W., Yee Loong Chong, A. (2014). Examining the antecedents of persuasive eWOM messages in social media. *Online Information Review*, 38(6), 746-768.
- Till, B. D., Busler, M. (1998). Matching products with endorsers: Attractiveness versus expertise. *Journal of Consumer Marketing*, 15(6), 576–586.
- Verhellen Y., Dens, N., De Pelsmacker, P. (2013). Consumer responses to brands placed in YouTube movies: The effect of prominence and endorser expertise. *Journal of Electronic Commerce Research*, 14(4), 287–303.
- Wang, J. S., Cheng, Y. F., Chu, Y. L. (2013). Effect of celebrity endorsements on consumer purchase intentions: advertising effect and advertising appeal as mediators. *Human Factors and Ergonomics in Manufacturing & Service Industries*, 23(5), 357-367.
- Xu, P., Chen, L., Santhanam, R. (2015). Will Video be the next generation of ecommerce product reviews? Presentation format and the role of product type. *Decision Support Systems*, 73, 85–96.

THE EFFECT OF VLOGGERS AS SOCIAL MEDIA INFLUENCER ON PURCHASE INTENTION OF YOUNG PEOPLE

Perihan ŞIKER

Extended Abstract

Introduction

In order to reach the consumers who encounter thousands of commercial stimulants every day, brands have been in an intensive struggle. With the gradual decrease in the effect of traditional media channels on consumers, social media channels have started to become more effective. Social media offers brands a wide range of tools that will enable them to reach consumers directly. Internet users intensively watch videos on social media platforms such as YouTube, Dailymotion and Vimeo, share these videos with the people around them, write comments on these videos and vote on these videos. (Mavnacıoğlu, 2015, s. 38). Vlogs are a video blog where content is mostly posted in video format. (Choi and Lee, 2019). Today, vloggers, who have had the opportunity to be famous with the videos they upload to platforms such as YouTube, have emerged. It is an object of interest what kind of impression that the product promotion-oriented video shares of vloggers, who reach very high view rates, make on the viewers and to what kind of a behavior they direct viewers. In this study where the source credibility scale was considered, it was focused on the video sharing website YouTube which enables users to create and upload videos that are watched and shared by millions of people. Examining the effect of the product promotion-related shares of the vloggers often followed by especially young people on the purchase intention of young people constitutes the main purpose of the study.

Methodology

In this study, where the effects of the dimensions of source credibility on purchase intention were examined, survey method was used as the data collection method. While the questions related to the gender, time spent on social media and most used social media tool were given in the first part of the survey, the statements regarding the determination of the effects of the characteristics of the vloggers they follow on their purchase intention were included in the second part of the survey. In the formation phase of the survey, the source credibility scale, one of the most researched theories (Wang, 2015) in persuasion studies and developed by Ohanian (1990), was taken into consideration. The source credibility scale is based on the studies conducted by Hovland et al. (1953). In their study, Hovland et al. (1953) examined the factors leading to the perceived trustworthiness of the communicator and concluded that the concept of source credibility included two factors as expertise and trustworthiness. On the other hand, McGuire (1985) defined the source attractiveness in the source attractiveness model which refers to the perceived attractiveness of the source (Kahle and Homer, 1985; Ohanian, 1991). Based on these two models, Ohanian (1990) developed a three-component scale to measure source expertise, credibility and attractiveness. Fifteen characteristics representing the three dimensions included in the source credibility scale were adapted according to the 5-point Likert scale. The purchase intention scale used in the study was obtained from the study of Erkan and Evans (1996) and adapted to the survey. The main population of the study consists of the students studying at Niğde Ömer Halisdemir University, the Faculty of Communication. The survey was conducted with 153 students who stated that they followed after being asked whether they followed any vlogger. SPSS 22 statistical package program was used for the analysis of the data obtained as a result of the survey application; frequency, reliability, factor analysis, correlation analysis and multiple regression analysis were performed.

Results

The reliability of the scales used in the study was examined before testing the research hypotheses. The results of the Bartlett's test of the source credibility and purchase intention scales ($\chi^2=1647.95$ ($p<0.001$); $\chi^2=316.788$ ($p<0.001$)) show that factor analysis can be performed and the Kaiser-Meyer-Olkin value ($KMO=0.925$; $KMO=0.824$) shows that the sample size is sufficient. The 19 Likert-type questions forming the survey were subjected to exploratory factor analysis and the factors were determined with Varimax rotation method. According to the data obtained, it is seen that the reliability coefficients of all factors vary between

0.855 and 0.905. As a result of the factor analysis performed, source credibility scale consists of three factors (attractiveness, trustworthiness and expertise) and these factors explain 71.6% of the total variance. The purchase intention scale consists of one dimension and explains 73.6% of the total variance. When the arithmetic means in the Table 2 and 3 were examined, the highest mean in the range of 1-5 was observed in the dimension of "the Trustworthiness of the Vlogger" ($\bar{X} = 3.32$) in the sub-dimensions of the source credibility scale and the mean of the three dimensions was found to be higher than 3, which is the medium level. Similarly, in the purchase intention scale, the arithmetic mean ($\bar{X}=3.23$) was calculated above the medium level. When the correlations between the variables used in the study are examined, it is observed that the correlation coefficients vary between 0.603 and 0.774 and there is a strong relationship between the variables. There is a positive relationship between all variables. Multiple linear regression analysis was carried out for determining the effect of the attractiveness, expertise and trustworthiness factors, which were the independent variables of the study, on the purchase intention, which was the dependent variable, and it was concluded that the variable of source attractiveness ($\beta=0.227$, $p<0.01$), source trustworthiness ($\beta=0.581$, $p<0.01$) and source expertise ($\beta=0.163$, $p<0.01$) had a statistically significant effect on the purchase intention.

Conclusion

Vloggers, whose popularity has rapidly increased in recent years, have gained an important place in communicating with the target audience for brands. This study focused on analyzing the effects of vloggers on purchase intentions of young people and understanding the place of vloggers in retail sector. For this purpose, the effect of the three source credibility dimensions of vloggers (attractiveness, trustworthiness and expertise) on purchase intention of young people was investigated. In contrast to the results of the study of Ohanian (1991), the results obtained in this study show that all three dimensions of credibility are positively related to purchase intention. Among the source credibility dimensions, the trustworthiness of the vlogger is the most effective dimension. As a result, giving importance to vlog advertising in addition to traditional channels and choosing the vloggers who have experience about the product and are perceived by their followers as honest and trustworthy will be effective for brand managers to reach their target audience. In addition to trustworthiness and expertise, vloggers, who are perceived as attractive by young people, are likely to increase the sales of the brand that they advertise.

THE RELATIONSHIP BETWEEN INFLATION AND UNEMPLOYMENT IN TURKEY: AN ARDL BOUNDS TESTING APPROACH

Deniz Dilara DERELİ

Assist.Prof., Istanbul Kültür University, Department of Economics

d.derele@iku.edu.tr | ORCID: 0000-0002-9697-4517

Abstract

Inflation and unemployment are among the main problems of economies. It is necessary to understand the relationship between them in order to formulate the necessary policies against these problems. In this study it was aimed to determine the relationship between inflation and unemployment in Turkey. Autoregressive Distributed Lag (ARDL) Bound Test analysis was conducted. After Augmented Dickey Fuller (ADF) and Phillips-Perron (PP) unit root tests cointegration relationship was investigated by ARDL bound test, then short term and long term coefficients were estimated. As a result of study cointegration relationship has been found between inflation and unemployment in Turkey for 1988-2017 period.

Keywords: Inflation, unemployment, ARDL bounds testing approach.

TÜRKİYE'DE ENFLASYON VE İŞSİZLİK ARASINDAKİ İLİŞKİ: ARDL SINIR TESTİ YAKLAŞIMI

Özet

Enflasyon ve işsizlik ekonomilerin temel sorunlarından biridir. Bu iki ana sorunla mücadelede gereken politikaları oluşturmak için aralarındaki ilişkiyi anlamak gerekmektedir. Bu çalışmada Türkiye'de enflasyon ile işsizlik arasındaki ilişkiyi tespit etmek amaçlanmıştır. ARDL Sınır Testi yaklaşımı ile analiz gerçekleştirilmiştir. Augmented Dickey Fuller (ADF) and Phillips-Perron (PP) birim kök testlerinden sonra ARDL sınır testi ile koentegrasyon ilişkisi araştırılmış, sonrasında kısa ve uzun dönem katsayı tahminleri yapılmıştır. Çalışma sonucunda Türkiye'de 1988-2017 dönemi enflasyon ve işsizlik arasında koentegrasyon ilişkisi tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Enflasyon, işsizlik, ARDL sınır testi yaklaşımı.

Introduction

Continuous increase in price levels and unemployment are main economic problems of many countries. Each country facing these problems follow different policies against inflation and unemployment. However, it is not possible to solve these economic problems at the same time due to the negative relationship between inflation and unemployment. In other words, high inflation rate leads to low unemployment rate and low inflation rate leads to high unemployment rate. It is possible to analyze the relationship between these two economic problems with the help of Phillips curve (Uysal and Erdoğan, 2003, p. 35).

Unemployment rate is an important indicator for economies and one of the leading reference sources in the policies that can be developed for labor markets. The unemployment rate needs to be defined and measured realistically in order to assess the overall economy and to determine the success of labor market policies. On the other hand in inflation, which is defined as continuous increases in the general level of prices, the important factor is to distinguish the difference between the price increase and inflation and what is meant by the concept of the general level of prices. The constant increase in prices of some goods or the increase in prices of all goods only once does not express inflation (Altay, et.al., 2011, p. 5).

The relationship between price changes and the level of unemployment and production has been discussed for many years. As a matter of fact, Hume, Thornton and Mill have worked on this subject, but they could not go beyond theoretical explanations. In 1926, I. Fisher analyzed the relationship between price changes and unemployment in his article “A Statistical Relationship Between Unemployment and Prices Changes”. Later, in 1936, Tinbergen found a causality from unemployment to wage inflation, which was the first econometric study on this issue. Then A.J. Brown, in his study of unemployment and wage inflation, drew the first statistical distribution diagram, and in 1957 Paul Sultan’s study, the relationship between annual change in price level and the trade-off relationship was determined by a curve. However, the relationship between unemployment and inflation is identified with Phillips (Büyükkakın, 2008, p. 134-136; Gül, et.al., 2014, p. 1).

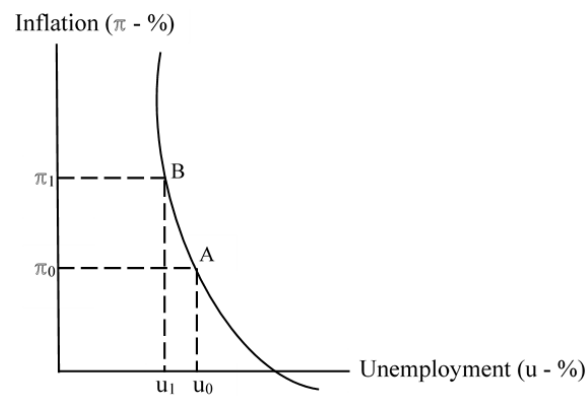
The debate on the validity of the Phillips curve has increased especially due to the stagflation crisis in the 1970s and by various criticisms new approaches have been proposed. Monetarists have argued that the curve is valid only in short term, whereas it is invalid in the long term. The rational expectations theory have suggested that the curve is invalid in both short and the long term (Tabar and Kırışkan Çetin, 2016, p. 80).

In this study, firstly, the approaches explaining the relationship between inflation and unemployment are discussed in a theoretical frame and the contributions to the theory are explained. Then national and international empirical literature is shared which consist of studies analysing the relationship between inflation and unemployment. While different results were obtained with the effect of the differences in the periods discussed, this study differs from previous studies conducted for Turkish economy by the long period it covers. Indeed, Turkey has experience both high inflation and high unemployment throughout the historical process.

1. The Relationship Between Inflation and Unemployment

Many studies have been conducted to explain the relationship between inflation and unemployment theoretically. One of the leading studies, published by W. Philips in 1958 is “The Relation Between Unemployment and the Rate of Money Wage Rates” in the United Kingdom: 1861-1957” in which a non-linear reverse and stable relationship between the change in unemployment rate and monetary wages is demonstrated. A change in monetary wages at any level of unemployment occurs faster as unemployment falls and slower as unemployment increases. (Büyükkakın, 2008, p. 136-137).

Figure 1: Original Phillips Curve



The original Phillips curve showing the trade-off relationship between monetary wages and the unemployment rate has been transformed by Samuelson and Solow into a structure that shows the relationship between wages and unemployment. According to Samuelson and Solow analysis, rising unemployment rate to 3% leads to inflation at 4.5% (Samuelson and Solow, 1960, p. 192). Not Phillips but Samuelson and Solow claimed Phillips curve as a policy tool and instead of focusing the relationship between the rate of change in nominal wages and unemployment, they estimated the relationship between inflation and unemployment for 1934-1958 period. By the statistical Phillips curve the structure representing different options of inflation and unemployment is interpreted (Hall and Hart, 2012, p. 63).

In time, it has been questioned whether the relationship between inflation and unemployment revealed by Phillips curve is stable and whether the relationship between these two variables is valid in the long run. In response to the interpretation of the Phillips curve, which does not take into account the effects of inflationary expectations, when the changes in inflation expectations are taken into account it is argued that Phillips curve will not be stable over time and the inflation rate determined by selecting a point on the curve will cause a new expected inflation rate and a shift in Phillips curve. Due to the differences in expectations in short and long term Phillips's analysis has been developed by the contribution of some other economists (Yıldırım, Karaman, 2003, p. 340; Uysal and Erdoğan, 2003, p. 38).

Milton Friedman evaluated the relationship between inflation and unemployment in short and long term separately. Friedman stressed that Phillips curve reflect the reality only in the short term and there will be no trade of between in the long term. According to Monetarists Phillips curve is parallel to the horizontal axis in long term at the rate of natural unemployment rate which means long term unemployment rate is assumed to be at the natural rate level independently from inflation rate. (Friedman, 1977, p. 451; Altay, et.al., 2011, p. 7). The Natural Rate of Unemployment (NRU) is a concept introduced by Friedman and adapted to the Phillips Curve. Friedman and Phelps also objected to the long term exchange relationship between unemployment and inflation rates through NRU. According to Phelps and Friedman, there is always a trade-off between unemployment and inflation, but it is not in longterm. In the long run, the natural unemployment rate is determined entirely by real factors (Rodenburg, 2007, p. 5; Sancar Özkök and Atay Polat, 2017, p. 5).

In the 1980s, New Keynesian economists used Non-Accelerating Rate of Unemployment (NAIRU) instead of Friedman's Unemployment Rate. The concept of NAIRU is actually close to the concept of NRU. First, Modigliani and Papademos (1975) stated it as Non-Inflationary Rate of Unemployment. Later, this concept was converted to NAIRU by Tobin (1980). NAIRU is a stable unemployment rate that is compatible with inflation and which does not increase inflation (Sancar Özkök and Atay Polat, 2017, p. 7). New Keynesians accept the existence of a convex Phillips curve in short term and perpendicular to the horizontal axis in long term. In terms of existence and slope of Phillips curve, Monetarist view and New Keynesian view reach to the same conclusion. However, the interpretations and assumptions behind the result are very different. According to Monetaist view the long term disappearance of the Phillips relationship is due to the correction of errors in expectations. According to Keynesian view the reasons lying behind are flexible wage and prices (Bayrak and Kanca, 2013, p. 101).

2. Literature Review

There are many studies in the literature examining the relationship between inflation and unemployment. Some studies have concluded that the Phillips curve is valid, while some have concluded that there is no relationship between inflation and unemployment. The main empirical studies in the literature and their results are given in Table 1.

Table 1: Studies Examining Relationship Between Inflation and Unemployment

Autors and Year	Term	Method	Results
Erdil Şahin (2019)	2005:1-2018:4	VAR Anaysis	Mutual casuality relationship between inflation and unemployment in long term in Turkey.
Sancar Özkök and Atay Polat (2017)	1998:1-2016:1	Panel Data Analysis	Mutual causality relationship between inflation and unemployment in G7 countries in long term.
Petek and Aysu (2017)	1980-2015	Cointegration Test, Granger Causality Test, VAR Analysis	Mutual casuality relationship between inflation and unemployment in long term in Turkey.
Öztürk and Emek (2016)	1997-2006 (April-October)	Cointegration Analysis	Reverse Relationship between inflation and unemployment in Turkey.
Yılanıcı and Aydın (2016)	2005-2015	Cointegration Analysis	Long term relationship is determined between inflation and unemployment in Turkey.
Samanhyia (2014)	1970-2012	Panel Causality Analysis	Negative ralationship between inflation and unemployment in Ghana.
Gül, et.al (2014)	1996-2012	Panel Cointegration and Casuality Analysis	One-sided causality relationship between inflation an unempoyment in Turkey, Azerbaijan, Kazakhstan and Macedonia.
Bayrak and Kanca (2013)	1970-2010	Cointegration Test	Relationship between inflation and unemployment only in short term in Turkey.
Arabacı and Eryiğit (2012)	1991:1-2010:4	Regression Analysis	Phillips curve is valid in Turkey.
Çatık, et.al (2011)	1996:1-2007:5	ARDL Model	Phillips curve is not valid in Turkey.
Altay, et.al. (2011)	2000:1-2009:4	Cointegration Test and Causality test	Cointegration relationship between inflation and unemployment and causality relationship from inflation to unemployment in short term, causality relationship from unemployment to inflation in long term in G8 countries.

Herman (2010)	1990-2009	Correlation	No statistically significant relationship between inflation and unemployment in Romania.
Hepsağ (2009)	2000:1-2007:3	Bound Test	Trade-off relationship between inflation and unemployment in long term, no relationship between variables in short term in Turkey.
Furuoka (2007)	1973-2004	VEC Model	Causality Relationship between inflation and unemployment in short term in Malaysia.
Martin and Milas (2007)	1992:4-2007:1	Hodrick-Prescott Filter	Trade-off relationship between inflation and unemployment in England.
Kuştepelı (2005)	1980-2003	Regression Analysis	Rejected Phillips Hypotesis for Turkey.
Bhattarai (2004)	1970-2002	Panel Data Analysis	Phillips Hypotesis is valid in England, Italy, Norway, Holland, New Zeland and USA.
Uysal and Erdoğan (2003)	1980-2002	Regression Analysis and Causality Test	Positive relationship between inflation an unemployment between 1920-1990 sub-period and negative relationship between inflation and unemployment between 1990-2002 sub-period in Turkey.
Ewing and Seyfried (2003)	1954-1999	Garch Model	Phillips curve is valid in short term.
Eliasson (2001)	1977:1-1997:2	Regression Analysis	Determined a linear Phillips curve in Australia and Sweden and non-linear Phillips curve in United States of America.
Vredin and Warne (2000)	1959:1-1988:12	VAR Analysis	Short term relationship between inflation and unemployment in Australia, Sweden and United States of America.

3. Data and Methodology

In this study the relationship between inflation and unemployment in Turkey is examined for 1988-2017 period by ARDL Bound test approach. Inflation (INF) and unemployment (UNE) data are obtained from World Bank and the analysis is carried out by using Ewiev 10.0. The model where the relationship between inflation and unemployment has been investigated, is as follows:

$$INF_t = \alpha_0 + \alpha_1 UNE_t + u_t \quad (1)$$

To avoid from false regression issue in the estimation of the model the stationarity of series should be tested. Dickey and Fuller (1981) designed three models with no constant, with constant and with constant and trend by including the lagged values of independent variable in the model. If the null hypothesis is rejected, the

series do not contain a unit root and are stationary. In case the alternative hypothesis is rejected, the series contains a unit root and are not stationary. In the study of Philips and Perron (1988), the problem of randomness and co-variance of error terms is solved by making a nonparametric addition to the model, which includes correction of error terms. The critical values used in ADF is used in PP Unit root test and the hypothesis is established as in ADF unit root test. In case null hypothesis is accepted, the series are not stationary and when the alternative hypothesis is accepted, the series are stationary.

$$\Delta INF_t = \alpha_0 + \sum_{i=1}^m \beta_{1i} \Delta INF_{t-i} + \sum_{i=0}^n \beta_{2i} \Delta UNE_{t-i} + \delta_1 INF_{t-1} + \delta_2 UNE_{t-1} + \varepsilon_i \quad (2)$$

The lag lengths of dependent and independent variables are determined according to the information criteria of Akaike (AIC), Schwartz (SHC) and Hannan Quinn (HQ). The long term relationship is investigated by comparing the calculated F statistic value by two asymptotic critical bounds. The unrestricted error correction model for ARDL Bounds test is indicated in equation (2). F statistic value is calculated by ward test and the hypotheses related to this test are as follows:

$$H_0: \delta_1 = \delta_2 = \delta_3 = \delta_4 = 0 \text{ (No cointegration exists)} \quad (3)$$

$$H_1: \delta_1 \neq \delta_2 \neq \delta_3 \neq \delta_4 \neq 0 \text{ (Cointegration exists)} \quad (4)$$

If F statistic value is higher than upper bound, null hypothesis is rejected and long term relationship between variables is accepted. If F statistic value is under lower bound no cointegration relation exist between variables. If F statistic value is between upper and lower bound no decision can be made by using bound test. While determining short term relationship between variables, Error Correction Model (ECM) is used which determines how much of the imbalance in the short term will be corrected in the long term. The coefficient of ECM should be significant and the sign of coefficient should be negative (Demirgil and Türkay, 2017, p. 919).The ARDL model, which was established to estimate long-term coefficients, is shown in equation (5). The short-term relationship between the variables is investigated with an error correction model based on the ARDL approach and is shown in equation (6).

$$INF_t = \alpha_0 + \sum_{i=1}^m \alpha_{1i} INF_{t-i} + \sum_{i=0}^n \alpha_{2i} UNE_{t-i} + \varepsilon_i \quad (5)$$

$$\Delta INF_t = \alpha_0 + \sum_{i=1}^m \lambda_{1i} \Delta INF_{t-i} + \sum_{i=0}^n \lambda_{2i} \Delta UNE_{t-i} + \lambda_5 ECM_{t-1} + \varepsilon_i \quad (6)$$

ARDL bound test approach has several advantages when compared with other cointegration methods such as Engle and Granger (1987), Johansen (1988) and Johansen and Juselius (1990). In ARDL approach variables in the system do not need to be equally integrated, series can be either I(0) or I(1). Even in small sample and interval variables, effective estimations can be obtained. ARDL approach also allows the variables to have different lag lengths and by using a single reduced equation it is possible to make short and long term estimations. Another advantage of ARDL bounds test approach is that it has better statistical properties than Engle-Granger method since it uses unrestricted error correction model. The ARDL approach consists of three stages. In the first stage, long term relationship between the variables is examined. In case there is a cointegration relationship between variables, long and short term elasticities are estimated respectively in

the following stages (Narayan and Smyth, 2006, p. 337, 429; Pamuk and Bektaş, 2014, p. 82; Kılıç, et.al., 2018, p. 117).

CUSUM (Cumulative Sum) and CUSUM-Squares tests were used to investigate the stability of the predicted ARDL model, in other words, to determine whether there is structural break. The CUSUM-Squares test is based on the cumulative sum of squares of consecutive errors, while the CUSUM test is based on the cumulative sum of consecutive errors. The parameters in the model are considered to be stable when the cumulative sum of consecutive errors is within 95% confidence intervals. If total of cumulative errors exceed 95% confidence intervals, the effects of structural breaks can be eliminated by using dummy variables (Kılıç, et.al., 2018, p. 120).

4. Empirical Results

In ARDL test there is no need for series to be stationary at same level but they should at least be stationary at the first differences. According to study of Pesaran et al. (2001) if one or more of series are stationary at second differences, ARDL model can not be used. Stationarity of variables are investigated by Augmented Dickey Fuller (ADF) and Phillips-Perron (PP) unit root tests and the test results show that all variables are stationary in the first differences (Table 2). In this case ADRL test can be used to examine the existance of relationship between variables.

Table 2: ADF and PP Test Results

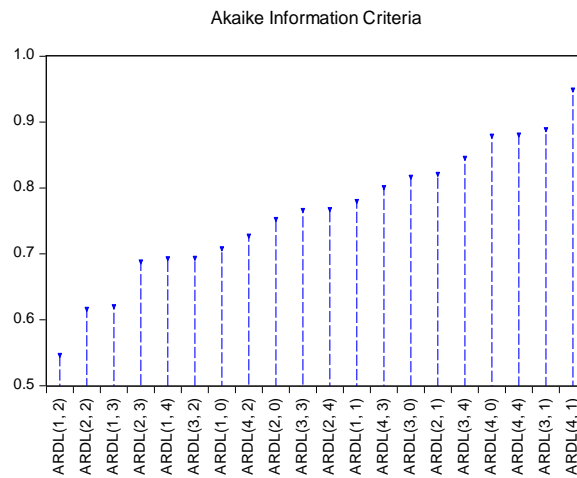
ADF	Variable	None		Constant		Constant, Linear Trend	
		t-statistics	Critical Value (5%)	t-statistics	Critical Value (5%)	t-statistics	Critical Value (5%)
Level	INF	-1.352192	-1.952910 (0.1595)	-0.850887	-2.967767 (0.7891)	-1.387636	-3.574244 (0.8432)
	UNE	0.328545	-1.952910 (0.7736)	-1.840117	-2.967767 (0.3546)	-3.230367	-3.580622 (0.0991)
First Difference	INF	-4.592602	-1.953381 (0.0000)	-4.677500	-2.971853 (0.0009)	-4.577137	-3.580622 (0.0056)
	UNE	-4.567901	-1.953381 (0.0001)	-4.507429	-2.971853 (0.0013)	-4.437086	-3.580622 (0.0077)
PP	Variable	None		Constant		Constant, Linear Trend	
		t-statistics	Critical Value (5%)	t-statistics	Critical Value (5%)	t-statistics	Critical Value (5%)
Level	INF	-1.352192	-1.952910 (0.1595)	-0.850887	-2.967767 (0.7891)	-1.471721	-3.574244 (0.8162)
	UNE	1.327363	-1.952910 (0.9499)	-1.735198	-2.967767 (0.4037)	-2.087026	-3.574244 (0.5311)

First Difference	INF	-4.592602	-1.953381 (0.0000)	-4.674675	-2.971853 (0.0009)	-4.573674	-3.580622 (0.0056)
	UNE	-5.533189	-1.953381 (0.0000)	-6.797437	-2.971853 (0.0000)	-6.963670	-3.580622 (0.0000)

*Values in parenthesis show probability values.

Automatic lag selection has been preferred and twenty alternative models designated for the lag length is given in Figure 1. Model (1.2) with the lowest value has been selected as adequate model within the framework of the Akaike information criterion.

Figure 1: Lag Length According to the AIC Criterion



ARDL bound test has been conducted and cointegration relationship between inflation and unemployment has been investigated. The F statistic value has been calculated higher than upper bound and long term relationship between variables has been identified (Table 3).

Table 3: ARDL Bound Test Results

F-Statistics	10.74	
k*	1	
Asymptotic Critical Values	Lower Bound	Upper Bound
10%	3.02	3.51
5%	3.62	4.16
1%	4.94	5.58
Diagnostic Test Results		
Breusch-Godfrey LM	0.1583 (0.8546)	
Jarque-Bera	0.0816 (0.9599)	

Breusch-Pagan	1.7957 (0.1657)
---------------	-----------------

* k demonstrates the number of independent variable in equation (1).

Critical values are taken from Table CI(ii) at Peresan et al.(2001, p. 300).

Breusch-Godfrey LM, Jarque-Bera and Breusch-Pagan diagnostic test results showed that there is no autocorrelation between the series, the error term is normally distributed and there is no variable variance problem (Table 3). Diagnostic test results indicated that the model is consistent.

Table 4: Estimated Results of the Long-Term Coefficients of ARDL (1,2)

Variable	Coefficient	t-Statistic	Probability
UNE	-2.156849	-2.605565	0.0161
C	-0.041596	-0.764227	0.4529

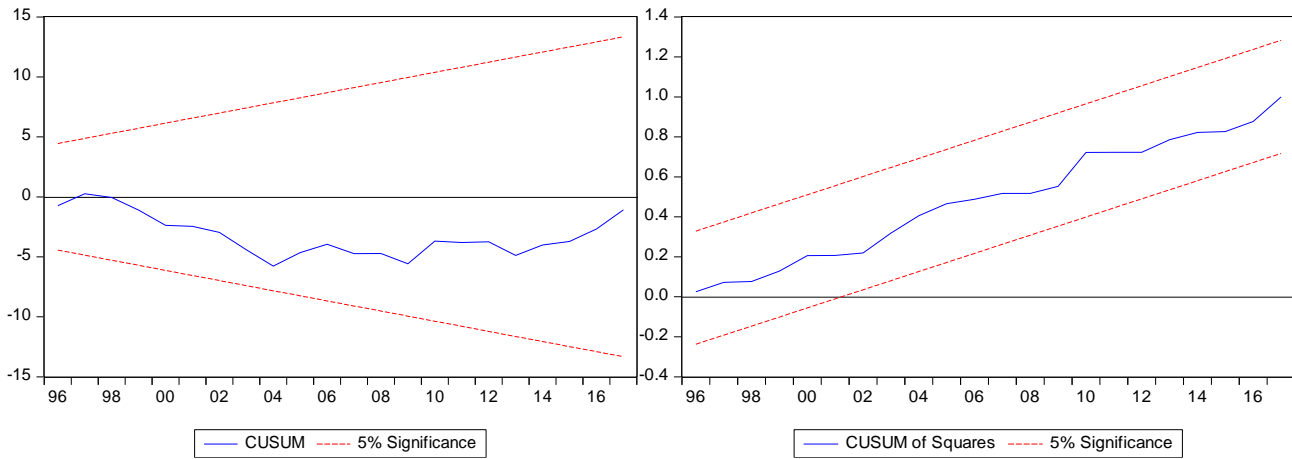
After the determination of long term relationship long term and short term coefficients has been estimated. According to long term coefficient estimation results the unemployment variable is statistically significant and negative (Table 4). Long term unemployment coefficient is estimated as -2.15 which means %1 increase in unemployment leads to %2.15 decrease in inflation. This result mentions a reverse relation between unemployment and inflation.

Table 5: The Error Correction Model Results

Variable	Coefficient	t-Statistic	Probability
UNE	-0.814198	-2.357751	0.0277
UNE (-1)	1.305561	3.529586	0.0019
ECM(-1)	-1.010901	-5.931281	0.0000

In short term evaluation the estimated error correction term is statistically significant and negative, estimated as -1.01. This result demonstrates that short term imbalances occurred in the model have been eliminated in long term (Table 5). As Narayan and Smyth (2006) stated in their studies, that the coefficient of error correction variable is greater than 1 indicates that the system fluctuates to equilibrium and this fluctuation decreases each time and provides returning to equilibrium in long term.

Graph 1: CUSUM Statistic Test and CUSUM-Squares Test Results



The stability of model is also evaluated by CUSUM and CUSUM-Squares statistics. CUSUM and CUSUM-Square statistics indicate that the coefficients in the ARDL model are stable as they are within the confidence intervals at 5% significance level.

Conclusion

In economic literature the relationship between inflation and unemployment is explained by Phillips curve introduced by A.W.Phillips (1958) and the theory is developed by contribution of other economists. Phillips curve shows the trade-off relationship between inflation and unemployment and the validity of Phillips curve is important in order to determine economy policies against inflation and high employment rate. To evaluate the relationship between inflation and unemployment empirically different studies were carried out including different countries/country groups for periods and different results were achieved.

In this study ARDL model is used to evaluate the relationship between inflation and unemployment in Turkish economy for 1988-2017 period. The stationary of series have been observed in the first differences of the series by ADF and PP unit root tests. After ARDL bound test has been conducted the long term and short term coefficients have been estimated by ARDL(1,2) model. By CUSUM and CUSUM-Squares tests the stability of the estimated ARDL model is investigated. Results of the study showed that %1 increase in unemployment leads to %2.15 decrease in inflation and short term imbalances are eliminated in long term. According to study results the validity of Phillips curve should be considered while establishing monetary policies to maintain price stability and to decrease unemployment in Turkey. The long term policies should include the preventions to manage both inflation and unemployment and structural reforms which are necessary should be carried out.

References

- Altay, B., Tuğcu, C.T., Topçu, M. (2011). İşsizlik ve enflasyon oranları arasındaki nedensellik ilişkisi: G8 ülkeleri örneği. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İİBF Dergisi*, 8(2), 1-26.
- Arabacı, Ö., Eryiğit, K. Y. (2012). A threshold regression estimation of Phillips curve: Turkey case. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, 7, 29-47.
- Bayrak, M., Kanca, O.C. (2013). Türkiye’de Phillips eğrisi üzerine bir uygulama. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, 8(3), 97-115.
- Bhattarai, R.K. (2004). Unemployment-inflation trade-offs in OECD countries: Lessons from panel data and theories of unemployment. *Research Memorandum*, 48, 1-33.
- Büyükakın, T. (2008). Phillips eğrisi: Yarım yüzyıldır bitmeyen tartışma. *İ.Ü. Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, 39, 133-159.
- Demirgil, B., Türkay, H. (2017). Türkiye’de faiz oranlarını etkileyen faktörler: Bir ARDL/Sınır testi uygulaması. *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 19(3), 907-928.

- Dickey, D., Fuller, W.A. (1981). Likelihood ratio statistics for autoregressive time series with a unit root. *Econometrica*, 49(4), 1057-1072.
- Çatık, A. N., Martin, C., Önder, A. Ö. (2011). Relative price variability and the Phillips curve: evidence from Turkey. *Journal of Economic Studies*, 38(5), 546-561.
- Engle, R. F., Granger, C. W. J. (1987). Co-integration and error correction: Representation, estimation, and testing. *Econometrica: Journal of the Econometric Society*, 251-276.
- Eliasson, A. (2001). Is the short-run Phillips curve nonlinear? Empirical evidence for Australia, Sweden and The United States. *Sveriges Riksbank Working Paper Series*, No: 124.
- Erdil Şahin, B. (2019). Türkiye’de enflasyon ve işsizlik arasındaki ilişkinin vektör hata düzeltme modeli ile analizi. *Mali Çözüm*, 29(152), 63-75.
- Ewing, B. T., Seyfried, W. (2003). Modeling The Philips curve: A time-varying volatility approach. *Applied Econometrics and International Development*, 3(2), 7-24.
- Friedman, M. (1977). Inflation and unemployment. *The Journal of Political Economy*, 85(3), 451-472.
- Furuoka, F. (2007). Does the “Phillips curve” really exist? New empirical evidence from Malaysia. *Economics Bulletin*, 5(16), 1-14.
- Gül, E. Kamacı, A., Konya, S. (2014). Enflasyon ile işsizlik arasındaki nedensellik ilişkisinin test edilmesi: Panel eşbütünleşme ve nedensellik analizi. *International Conference on Euroasian Economies*, 1-6.
- Hall, T.E., Hart W.R. (2012). The samuelson-solow "Phillips Curve" and the great inflation. *History of Economics Review*, 62-72.
- Hepsağ, A. (2009). Türkiye’de enflasyon ile işsizlik arasındaki ilişkinin analizi: Sınır testi yaklaşımı. *İktisat Fakültesi Mecmuası*, 59(1), 169-190.
- Herman, E. (2010). Inflation and unemployment in the Romanian economy, annals of the University of Petroşani. *Economics*, 10(2), 157-170.
- Johansen, S. (1988). Statistical analysis of cointegration vectors. *Journal of Economic Dynamics And Control*, 12(2-3), 231-254.
- Johansen, S., Juselius, K. (1990). Maximum likelihood estimation and inference on cointegration-with applications to the demand for money. *Oxford Bulletin of Economics and Statistics*, 52(2), 169-210.
- Kılıç, R., Özbek, R.İ., Çifçi, İ. (2018). Türkiye için J-Eğrisi hipotezinin geçerliliği: ARDL Sınır Testi Yaklaşımı. *International Journal of Dicipines Economics & Administrative Sciences Studies*, 4(7), 112-128.
- Kuştepelı, Yeşim (2005). A comprehensive short-run analysis of a (Possible) Turkish Phillips curve. *Applied Economics*, 37, 581-591.
- Martin, C., Costas, M. (2007). Monetary policy and the hybrid Phillips curve. *Rimini, Italy: The Rimini Centre for Economic Analysis*, WP 36-07, 1-10
- Modigliani, F., Papademos, L. (1975). Monetary policy for the coming quarters: The conflicting views. *The New England Review*, 3, 2-35.
- Narayan, P. K., Smyth, R. (2006). What determines migration flows from low-income to high-income countries? An empirical investigation of Fiji-U.S. Migration 1972-2001. *Contemporary Economic Policy*, 24(2), 332-342.
- Öztürk, S., Emek, M. L. (2016). 1996-2006 yılları nisan ve ekim ayları verileriyle Türkiye için Phillips eğrisi analiz. *Balkan Journal of Social Sciences*, 5, 64-74.
- Pamuk, M., Bektaş, H. (2014). Türkiye’de eğitim harcamaları ve ekonomik büyüme arasındaki ilişki: ARDL sınır testi yaklaşımı. *Siyaset, Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 2(2), 77-90.
- 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.
- Petek, A., Aysu, Y. (2017). Phillips eğrisi: Türkiye örneği (1980- 2015). *Journal of Current Researches on Business and Economics*, 7, 53-64.

- Phillips, A.W. (1958). The Relation between unemployment and the rate of change of money wage rates in the United Kingdom: 1861-1957. *Economica*, 25, 283-299.
- Phillips, P.C.B., Peron, P. (1988). Testing for an unit root in time series regression. *Biomètrika*, 75(2), 336-346.
- Rodernburg, P. (2007). Derived measurement in macroeconomics: Two approaches for measuring the NAIRU considered. *Tinbergen Institute Discussion Paper 017*.
- Samanhya, S. (2014). The Expectations - Augmented Philips curve evidence from Ghana, *International Journal of Economics. Commerce and Management*, II(11), 1-21.
- Samuelson, P. A., Solow, R.M. (1960). Problem of achieving and maintaining a stable price level: Analytical aspects of anti-inflation policy. *American Economic Review*, 50(2), 177-194.
- Sancar Özkök, C., Atay Polat, M. (2017). Enflasyon ve işsizlik ilişkisi üzerine ampirik bir uygulama (G7 Ülkeleri Örneği). *Küresel İktisat ve İşletme Çalışmaları Dergisi*, 6(12), 1-14.
- Tabar, Ç., Kırışkan Çetin, I. (2016). Türkiye ekonomisi özelinde Phillips eğrisi analizi. *Journal Life of Economics*, 4, 79-100.
- Tobin, J. (1997). Supply constraints on employment and output: NAIRU versus natural rate. *Cowles Foundation Paper 1150*. <https://core.ac.uk/download/pdf/6957551.pdf> Erişim tarihi: 11.04.2019
- Uysal, D., Erdoğan, S. (2003). Enflasyon ile işsizlik oranı arasındaki ilişki ve Türkiye örneği (1980-2002). *SU İİBF Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 6, 35-47.
- Vredin, A., Warne, A. (2000). Unemployment and inflation regimes. *Econometric Society World Congress 2000 Contributed Papers 0984*.
- Yılandı, V., Aydın, M. (2016). Enflasyon ile işsizlik arasındaki ilişkinin varlığının sınanması. *International Congress on European Unions Relations, Economics, Finance and Econometrics (EUREFE'16)*, 1454-1464.
- Yıldırım, K., Karaman, D. (2003). *Makroekonomi*. Eskişehir: Eğitim Sağlık ve Bilimsel Araştırmalar Vakfı Yay.

DÜNYADA VE TÜRKİYE'DE FİNANSAL VE YEREL RAPORLAMA STANDARTLARININ GELİŞİM SÜRECİ

Ömer Faruk GÜLEÇ

Dr. Öğr. Üyesi, Kırklareli Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi

omerfarukgulec@klu.edu.tr | ORCID: 0000-0002-8890-1140

Şener ERGİ

Yüksek Lisans Öğrencisi, Kırklareli Üniversitesi, İşletme Bölümü

ergi.sener@yandex.com | ORCID: 0000-0002-6429-9043

Özet

Ulusal ve uluslararası sermaye hareketlerinin gelişme göstererek büyümesi ve ülke ekonomileri arasındaki hareketlilik ve bağımlılığın artması finansal piyasalarda bazı düzenlemelerin hayata geçirilmesini sağlamıştır. Bu düzenlemelerden işletmelerin finansal raporlama anlayışına etki eden en büyük değişimlerden birisi de muhasebe standartları alanında gerçekleşmiştir. Bu çalışmada muhasebe standartlarının tarihsel gelişim süreci ortaya konularak standartların oluşturulmasında yer alan kurum ve kuruluşların etkileri sistematik olarak incelenmiştir. Çalışmada Uluslararası Finansal Raporlama Standartları (UFRS) başta olmak üzere yerel finansal raporlama standartlarından KOBİ TFRS, Yerel Finansal Raporlama Çerçevesi Taslağı (YFRÇ), Büyük ve Orta Boy İşletmeler için Finansal Raporlama Standardı (BOBİ FRS) ve Küçük ve Mikro İşletmeler için Finansal Raporlama Standardı (KÜMİ FRS) temel hatlarıyla ele alınmıştır.

Anahtar kelimeler: Uluslararası Finansal Raporlama Standartları (UFRS), KOBİ TFRS, Yerel Finansal Raporlama Çerçevesi Taslağı (YFRÇ), Büyük ve Orta Boy İşletmeler için Finansal Raporlama Standardı (BOBİ FRS), Küçük ve Mikro İşletmeler için Finansal Raporlama Standardı (KÜMİ FRS).

DEVELOPMENT PROCESS OF FINANCIAL AND LOCAL REPORTING STANDARDS IN TURKEY AND THE WORLD

Abstract

The growth of national and international capital movements and the increase in the mobility and dependence among the economies have enabled some regulations to be implemented in financial markets. The biggest change that affected the financial reporting approach of the enterprises was realized in the field of accounting standards. This study examines the historical development process of accounting standards and the effects of institutions and organizations involved in the establishment of standards systematically. This study outlines especially International Financial Reporting Standards (IFRS) and TFRS for SMEs, Local Financial Reporting Framework Draft (YFRÇ), Financial Reporting Standard for Large and Medium Sized Enterprises (BOBI FRS) and Financial Reporting Standard for Small and Micro Sized Enterprises (KUMI FRS).

Keywords: International Financial Reporting Standards (IFRS), TFRS for SMEs, Local Financial Reporting Framework Draft, Financial Reporting Standard for Large and Medium Sized Enterprises (BOBI FRS) and Financial Reporting Standard for Small and Micro Sized Enterprises.

Giriş

Küreselleşen dünyada işletmelerin finansal tablolarının karşılaştırılabilir olması amacıyla muhasebe uygulamalarında standartlaşma yönünde önemli gelişmeler yaşanmaktadır. Bu gelişmeler doğrultusunda Uluslararası Muhasebe Standartları Komitesi (IASC) bünyesinde Uluslararası Muhasebe Standartları Kurulu (IASB) kurulmuş ve Uluslararası Muhasebe Standartları (UMS-IAS) ve Uluslararası Finansal Raporlama Standartları (UFRS-IFRS) oluşturulmuştur. Ancak ülkelerin gerek hukuki ve ekonomik farklılıkları gerekse muhasebe sistemlerinin gelişmişlik düzeylerindeki farklılıklar muhasebe standartlarının uyum ve yakınsamasında önemli engeller teşkil etmektedir. Türkiye’de uluslararası finansal piyasaların bilgi ihtiyaçlarına cevap verebilmek ve Avrupa Birliği’ne (AB) uyum sürecinde AB standartlarını yakalayabilmek için finansal raporlamada standartlaşmaya giderek UMS-UFRS kapsamında Türkiye Muhasebe Standartları (TMS) ve Türkiye Finansal Raporlama Standartları’nı (TFRS) yayınlamıştır.

Muhasebe standartlarının Türkiye’deki gelişim süreci incelendiğinde genellikle devletin veya yasal statüye sahip kurum ve kuruluşların etkin bir şekilde rol aldığı görülmektedir. Kamu Gözetimi, Muhasebe ve Denetim Standartları Kurumu (KGK), Sermaye Piyasası Kurumu (SPK), Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu (BDDK) gibi üst kurulların çalışmalarıyla birlikte 6102 Sayılı Türk Ticaret Kanunu’nda yapılan önemli değişiklikler, muhasebe standartlarının birçok işletme tarafından uygulanabilmesine imkân tanımıştır. KGK, bağımsız denetime tabi işletmelerin 2013 yılından itibaren TFRS uygulamasını öngörmüş ancak, bu uygulama sadece Kamu Yararını İlgilendiren Kuruluşlar (KAYİK) ile sınırlandırılmıştır. Bağımsız denetime tabi olup tam set TFRS uygulamayan işletmelerin muhasebe süreçlerini revize etme amacıyla ilk olarak Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmeler İçin Türkiye Finansal Raporlama Standartları (KOBİ TFRS) uygulamaya geçirilmek istenmiştir. Ancak AB Komisyonu tarafından 2013 yılında yayınlanan 2013/34 Sayılı AB Muhasebe Yönergesi’nin uygulamaya geçmesiyle birlikte eski yönergelerle uyumlu olan KOBİ TFRS standart setinin uygulamasından vazgeçilmiştir.

İzleyen süreçte yerel finansal raporlama standardı oluşturulması amacıyla KGK, 2013/34 Sayılı AB Muhasebe Yönergesi ile tam uyumlu İngiltere ve İrlanda’da 2015 yılında yürürlüğe giren FRS 102’yi (Yerel Finansal Raporlama Seti) baz alarak Türkiye’de, bağımsız denetime tabi olup tam set TMS uygulamayan şirketlere yönelik Yerel Finansal Raporlama Çerçevesi Taslağını (YFRÇ) oluşturmuştur. Gerekli kamuoyu görüşleri alınıp gözden geçirme tamamlanınca 29 Temmuz 2017 tarihli 30138 Mükerrer Sayılı 56 Nolu Tebliğ ile Büyük ve Orta Boy İşletmeler İçin Finansal Raporlama Standardı (BOBİ FRS) resmî gazetede yayınlanarak, 01.01.2018 tarihi ve sonrasında başlayan raporlama dönemlerinde uygulanmaya başlanmıştır. Finansal raporlamada standartlaşmanın son gelişmesi ise küçük ve mikro işletmeler açısından gerçekleştirilmiş ve Küçük ve Mikro İşletmeler İçin Finansal Raporlama Standardı (KÜMİ FRS), Kamu Gözetimi Muhasebe ve Denetim Standartları Kurumu tarafından bir taslak metin halinde yayımlanarak görüşe sunulmuştur.

Bu çalışmanın temel amacı uluslararası ve yerel muhasebe standartlarının tarihsel gelişim sürecini kurumlar, yönergeler ve standart metinleri üzerinden ele alarak bütüncül bir yaklaşım ortaya koymaktır. Yerel finansal raporlama standartlarından BOBİ FRS’nin yakın bir zamanda uygulamaya konulması ve KÜMİ FRS’nin taslak bir metin olarak görüşe sunulması açısından muhasebe standartlarının tarihsel sürecinin incelenmesinin literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Çalışmanın ilk bölümünde muhasebenin tarihsel gelişimi muhasebe okulları üzerinden ele alınmıştır. Çalışmanın ikinci bölümünde muhasebe standartlarının gelişimine değinilerek Avrupa’da ve Türkiye’de kurumlar bazında yapılan çalışmalar ortaya konulmuştur. Çalışmanın üçüncü bölümünde Türkiye’de farklı ölçekteki işletmeler için hazırlanan yerel finansal raporlama standartları anlatılmıştır.

1. Muhasebenin Tarihsel Gelişimi

İnsanların kayıt tutma gereksinimi ekonomik yaşamla beraber başlamış ve orantılı bir şekilde gelişme göstermiştir. Muhasebenin kayıt tutma şeklindeki ilk uygulamalarına M.Ö. 3600 yıllarında Babil’de rastlanılmış ve Babil Kralı Hammurabi döneminde, M.Ö. 2285-2242 yıllarında Afrika’da ticaret yapan tacir kayıtlarına, yapılan arkeolojik kazılar sonucunda ulaşılmış olup kayıt tutmanın, ders olarak okullarda verildiği ilk olarak bu dönemde ortaya çıkmıştır. Kayıt tutma, günlük ihtiyaçlar için kullanılırken sonraki nesillere kayıt tutma tekniklerinin aktarılması noktasında fayda sağlamıştır. Muhasebenin tarihsel sürecine uzun dönemli bakıldığında yaşanan değişimlerin, bulunulan dönemden büyük oranda izler taşıdığı görülmüştür (Uçma, 2011, s. 118; Sevilengül, 2011, s. 6). Muhasebe alanında tek taraflı kayıt yöntemiyle yapılabileceklerin kısıtlı olması günümüz koşullarında genel kabul görmüş çift taraflı kayıt yöntemini

meydana getirmiştir. Bu yöntemin 1296 yılında Floransa'da tutulmuş olan kayıtlara dayanılarak 13. yüzyıldan itibaren İtalya'da kullanıldığı anlaşılmaktadır. 15. yüzyıl ortalarına kadar Batı Avrupa'da tek taraflı kayıt yöntemi hâkim olurken, 14. ve 15. yüzyıllarda etkileri görülen çift taraflı kayıt yönteminin de önemi artmaya başlamıştır. İtalyan matematikçi Luca Pacioli, çift taraflı kayıt yöntemini yazılı metin haline getirerek 1494 yılında Venedik'te yayınlamış ve "Summa de Arithmetica, Geometria, Proportioni e Proportionalita" isimli eserinde çift taraflı kayıt yönteminin esaslarını açıkça ortaya koymuştur (Güvemli, 2007, s. 1-14; Sevilengül, 2011, s. 7).

Muhasebe kuramının gelişimi Luca Pacioli'den sonra çok farklı şekillerde ele alınarak birçok ülkede çeşitli düzenlemelerden geçmiş ve günümüz dünyasındaki muhasebe anlayışı oluşturulmuştur. Muhasebe kuramının gelişim sürecinde Avrupa'da bulunan okulların etkisi daha çok görülmektedir. Muhasebe okullarından Fransız, İtalyan, Alman ve İngiliz-Amerikan Muhasebe okulları muhasebe kültürünün gelişimine doğrudan katkı sağlamıştır.

Fransız Muhasebe Okulu kuramlarından ilki olan kişilikçilik kuramında; Orta Çağ'da ilk muhasebe hesaplarının kişilere açıldığı ve bu kişilerin hesapları hukuki bir nedene bağlı olarak oluşturulduğu görülmüştür (Güvemli, 2007, s. 387-390). Birleştirici kuramda ise; Courcelle-Seneuil, işletme ve işletme sahibinin birbirinden ayrı olduğunu varsayarak hesapların incelenmesi gerektiğini vurgulamıştır (Güvemli, 2007, s. 390-392). Değerin Dört Durumu kuramında Lefèvre; basit muhasebeyi, işletme çalışanlarının muhasebesi olarak bileşik muhasebeyi ise, işletme sahibinin muhasebesi olarak açıklamıştır (Güvemli, 2007, s. 392-394). Matematik Kuramlar'ını E. Leautey ve A. Guilbault, hesap teorileri ve kayıt teknikleri üzerinden ortaya koymuştur (Güvemli, 2007, s. 394-400).

İtalyan Muhasebe Okullarından Lombardiya Muhasebe Okulu'nu Francesco Villa, muhasebeye bilimsel bir yaklaşım getirerek muhasebeyi yönetim biliminin bir dalı olarak görmüştür (Uçma, 2011, s. 121). Toskano Muhasebe Okulu'nda, hesapların kişileştirme kuramına sahip olduğu ve hesapların şahıslara açılmış olduğu görüşü ön plana çıkmıştır (Güvemli, 2007, s. 408-409). Venedik Muhasebe Okulu'nun kurucusu Fabio Besta, hesapların amacını, parayla ölçülebilir miktarlarla ifade etmek olduğunu belirtmiştir (Güvemli, 2007, s. 414-415).

Alman Muhasebe Okulu; üç kuram dâhilinde açıklanmaktadır. Statik Bilanço Kuramı'na göre; muhasebenin bilanço üzerine kurulu olduğu ve bilanço kalemine uygun olmayan hesapların değişimleri yansıtmadığı savunulmaktadır (Güvemli, 2007, s. 420-421). Dinamik Bilanço Kuramı'nda ise Schmalenbach, maddi sonuçlarla maddi harcamaların ve satış hasılatı ile parasal giderlerin ayrıştırılması gerektiğini savunmuştur (Güvemli, 2007, s. 421). Organik Bilanço Kuramı'nda, işletmelerle ulusal ekonomi arasında organik bağın bulunması, işletmenin organik bütünün parçası olduğunu göstermekte ve işletmelerin bilançoları da bu kapsamda ele alınmaktadır (Uçma, 2011, s. 129-130).

İngiliz-Amerikan Muhasebe Okulu, İngiltere ve Amerika'da 20. yüzyılın ilk çeyreğinden itibaren ülkelerin ticari ve finansal durumu, sanayileşme düzeyi ifade edilen ülkelerde maliyet ve yönetim muhasebesi okullarının gelişimine katkı sağlamıştır (Güvemli, 2007, s. 426-428; Uçma, 2011, s. 130-131).

Küreselleşmenin etkisiyle gelişen uluslararası ticaret beraberinde birçok alanda olduğu gibi muhasebe alanında da bazı ihtiyaçların doğmasına sebep olmuştur. Farklı ülkelerde ticari faaliyetlerde bulunan işletmeler, muhasebe kullanıcıları için faaliyette buldukları ülkelerin muhasebe sistemleriyle karşılaşmışlar ve her ülkenin muhasebe kural ve düzenine uygun biçimde ayrı ayrı mali tablolar hazırlamışlardır. Bunun için muhasebe raporlama sisteminin uluslararası standartlar çerçevesinde gelişmesi gerekmektedir. Çünkü farklı ülkelerdeki işletmelerin aynı muhasebe dili ile finansal raporlarının hazırlanması ve konsolide edilmesi; tüm dünyada kabul gören standartların oluşturulmasıyla sağlanabilir (Akgün, 2013, s. 10-11; Güvemli ve Güvemli, 2016, s. 5). Bu ihtiyacın uluslararası muhasebe standartları ve finansal raporlama standartlarıyla giderilebilmesi mümkün olmaktadır (Özbirecikli, Şen ve Tüm, 2017, s. 2).

Finansal raporlamadaki farklılıkların başlıca sebepleri; ekonomik kalkınmışlık seviyeleri, ekonomik büyüme, enflasyon, çeşitli etik kurallar, standartların yaptırım gücü, mesleki bilgideki yeterlilik düzeyi, eğitim seviyesi, muhasebe alanındaki eğitimin durumu, işletmelerdeki yenilenme düzeyi, finansman açısından yeterlilik, devletin ekonomi üzerindeki gücü, yasal prosedürler, sosyal çevre, ülkede yaşanan krizler, kültür ve vergi ile ilgili yapılan uygulamalar olarak açıklanabilir. Bu farklılıkların incelenmesiyle ülkeler arasındaki finansal raporlamada yaşanan uyumsuzluklar ortadan kaldırılmaya çalışılmıştır (Ağca ve Aktaş, 2007, s. 3). Ülkelerin, finansal tabloların oluşturulmasında benzer raporlama esaslarını benimsemesi ve aralarındaki bilgi paylaşımını yaygınlaştırma çalışmaları muhasebede standartlaşmanın önemini artırmıştır (Güleç, 2018, s.

902). Muhasebe standardı, firmaların mali durumunu ayrı zamanlarda aynı şekilde karşılaştırma imkânı sağlayan ve mali tablo kurallarını pratikte faaliyete geçiren kurallardır (Aydın, 2018, s. 28). Bu standartlar dikkate alınmadan hazırlanan finansal tabloların, şeffaflığı ve geçerliliği şüphe uyandırmakta dolayısıyla nicelik ve nitelik yönünden yetersiz kalıp yanlış kararlar alınmasına neden olabilmektedir (Şensoy, 2008, s. 7). Ayrıca muhasebe standartları, şirketlerin rakipleriyle finansal performans açısından karşılaştırma yapmasına imkân vermekte ve şirketlerin dönemler itibariyle analiz yapmalarını sağlayarak bağımsız denetim sürecini kolaylaştırmaktadır (Büyüktopçu, 2009, s. 3-4).

Yerel muhasebe uygulamaları, ülkelerin kendi kurum ve şirketlerinde muhasebe uygulamalarında birliktelik sağlamak amacıyla muhasebede yapılan düzenlemelerdir (Özbirecikli, Şen ve Tüm, 2017, s. 2-3). Ancak küreselleşmeyle birlikte uluslararası ticaretteki sınırların ortadan kalkması şirketlerin rekabetinde yerel muhasebe uygulamalarının etkisini yitirerek uluslararası muhasebe standartlarına geçişi zorunluluk haline getirmiştir (Ayboğa, 2003, s. 338).

2. Uluslararası Finansal Raporlama Standartları'nın Oluşum Süreci

2.1. Uluslararası Finansal Raporlama Standartları'nın Oluşum Sürecinde Yer Alan Kuruluşlar

- Uluslararası Muhasebe Standartları Komitesi (IASC)

Uluslararası Muhasebe Standartları Komitesi'ni (IASC) kurma düşüncesi, 1972 yılında Sydney’de 10. Dünya Muhasebe Kongresi’nde bir araya gelen ve İngiltere, Galler ve ABD’nin oluşturduğu Muhasebecilerin Uluslararası Çalışma Grubu’da (IASG) önerilmiştir. Bu öneri Haziran 1973’te Avustralya, Kanada, Fransa, Almanya, Japonya, Meksika, Hollanda, İngiltere, İrlanda, Amerika Birleşik Devletleri’nin muhasebe örgütleri tarafından kabul edilmiştir (Hatipoğlu, 2009, s. 21). Uluslararası Muhasebe Standartları Komitesi (IASC), ortak bir uluslararası muhasebe seti oluşturmak için 71 ülkeden 97 mesleki muhasebe birliğinin girişimiyle 1973 yılında kurulmuş olup ilk standart taslağını 1974 yılında yayınlamıştır (Elitaş, Karakoç ve Özdemir, 2011, s. 2). Komitenin merkezi Londra’da bulunmakta ve komitede, 100’den fazla ülkeden 2 milyonu geçen muhasebeciyi temsil eden 140’ı aşkın muhasebe birliği üyesi yer almaktadır (Başpınar, 2005, s. 53).

IASC, tüm dünyada muhasebe uygulamalarının nitelik yönünden kalitesini artırma amacıyla 1976 yılında uluslararası düzeyde faaliyette bulunan banka yöneticileriyle bağlantı kurmuş, 1979 yılında Ekonomik İş Birliği ve Kalkınma Örgütü’nün (OECD) standartlarla ilgili çalışma kollarıyla beraberlik sağlamış 1980 yılında ise, Birleşmiş Milletler Hükümetlerarası Çalışma Grubu’nun faaliyetleriyle ilgili bir metin oluşturarak grubun ilgili çalışmalarıyla faaliyette bulunmuştur (Uysal, 2006, s. 91). Uluslararası Muhasebeciler Federasyonu (IFAC), 1981 yılında Uluslararası Muhasebe Standartları Komitesi’nin uluslararası muhasebe standartlarını hazırlama ve yayımlama konusunda yetkisinin tam olduğunu açıklayıp IFAC’a üye olanların aynı şekilde IASC’nin de bir üyesi olduğunu belirtmiştir (Özbarlas, 2009, s. 5-6).

- Uluslararası Muhasebeciler Federasyonu (IFAC)

Muhasebecilik mesleğinin evrensel bir organizasyonu olan Uluslararası Muhasebeciler Federasyonu (IFAC), 1977 yılında 45 ülkeden 63 muhasebe birliğinin katılımıyla toplanan 11. Dünya Muhasebeciler Kongresi’nde oluşturulmuştur (Uysal, 2017, s. 16). Merkezi New York’ta bulunan IFAC, üye sayısını 123 ülkeden 157 muhasebe kuruluşuna çıkarmıştır (Şahin, 2010, s. 10). IFAC’ın kurulmasındaki esas amaç muhasebe mesleğini tüm dünya ülkelerinde geliştirmek, bunun içinde IFAC tarafından hazırlanan 2005 yılında geçerliliği kabul edilen IFAC üyesi olan tüm muhasebe kuruluşlarınca uygulanması gereken Muhasebeci Eğitimi Standartları ile muhasebecilerin bilgi donanım ihtiyaçlarını dünya standartları düzeyinde karşılamaktır (Özbirecikli ve Postacıgil, 2009, s. 83).

IFAC misyon olarak (Çelik, 2013, s. 32);

- a) Kamu yararına hizmette bulunmak,
- b) Muhasebe mesleğinde standardın artırılmasını ve rehberlik hizmetlerinin gelişimine katkı sağlamak,
- c) Muhasebe kuruluşlarının, yüksek kalite standartları ve rehberlik hizmetlerinin benimsenmesiyle uygulanmasını kolaylaştırmak,
- d) Muhasebe kuruluşlarının profesyonelleşmesine yardımcı olmayı benimsemiştir.

IASC ve IFAC 1982 yılında yapmış oldukları anlaşmayla çalışmaların birlikte yapılması kararını almış ve IFAC üyelerinin de IASC üyesi olduğu kabul edilerek IFAC ve IASC tek çatı altında toplanmıştır (Başpınar, 2005, s. 54). Türkiye Muhasebe Uzmanları Derneği (TMUD) kurucu üye sıfatıyla IFAC'a katılmış, Türkiye Serbest Muhasebeci Mali Müşavirler ve Yeminli Mali Müşavirler Odaları Birliği (TÜRMOB) de 1994'te IFAC üyeliğine girmiştir (Gürel, 2015, s. 22).

- Uluslararası Muhasebe Standartları Kurulu (IASB)

Uluslararası Muhasebe Standartları Kurulu (IASB), 2001 yılından itibaren 1973 yılında faaliyete geçen Uluslararası Muhasebe Standartları Komitesi'nin (IASC) devamı niteliğinde bağımsız düzenleyici bir kurum olarak Uluslararası Muhasebe Standartları ve Uluslararası Finansal Raporlama Standartları'nın gelişimini ve yayınlanmasını sağlayan kuruluştur. IASB, yayınlamış olduğu standartların ülkelerin tümü tarafından kabul görmesi noktasında herhangi bir yaptırım gücüne sahip olmamasına rağmen, dünya genelinde tek bir finansal muhasebe kuralları seti baz alınarak faaliyette yer almanın yararlarını göz önünde bulundurarak Uluslararası Muhasebe ve Finansal Raporlama Standartları'nı uygulamaya başlamıştır (Çelik, 2012, s. 24). IASB, 2001 yılından sonra IASC'den devraldığı uluslararası muhasebe standartlarına gerekli uyumlaştırmaları ve güncellemeleri yapmaktadır (Elitaş, Karakoç ve Özdemir, 2011, s. 3). Önceleri Uluslararası Muhasebe Standardı UMS (IAS) olarak adlandırılan standartlar, Uluslararası Finansal Raporlama Standardı UFRS (IFRS) adıyla yeniden numaralandırılarak yayınlanmaya başlanmıştır (Pekdemir, 2007, s. 3). IASB ile IASC'nin yapılarındaki farklılıklar Tablo 1'de ele alınmıştır.

Tablo 1: IASC ile IASB Arasındaki Yapısal Değişiklikler

IASC' nin Önceki Yapısı	IASB'nin Mevcut Yapısı
Standart hazırlama, gönüllülük esasına dayalı yarı zamanlı üyeye	Tam zamanlı on iki bağımsız üye ve yarı zamanlı iki gönüllü üyeye
Kapsayıcı muhasebe kuralları etrafında odaklanmış	ABD Genel Kabul Görmüş Muhasebe İlkeleri (US GAAP) ile uyum içinde standartların geliştirilmesine odaklı
Mevcut standartların açıklanmasıyla sınırlı	Belirlenen düzenlemelerin spesifikliği
Avrupa merkezli kurul	Ağırlıklı olarak İngiliz ve Amerikalı teknokratlar
5 Büyük muhasebe şirketinin etkin rol aldığı karar verme süreci	Ulusal gruplarla iletişim sağlamak amacıyla atanan 7 üyeye

Kaynak: Uysal, 2006, s. 98

Türkiye, Uluslararası Muhasebe Standartları Kurulu'na (IASB) 1974 yılında Türkiye Muhasebe Uzmanları Derneği olarak, 1994 yılında da Türkiye Serbest Muhasebeci Mali Müşavirler ve Yeminli Mali Müşavirler Odaları Birliği (TÜRMOB) olarak üyeliğini gerçekleştirmiştir (İbiş, 2011, s. 124).

- Avrupa Muhasebeciler Federasyonu (FEE)

Belçika kanunlarına göre Kraliyet Kararnamesi ile 30 Aralık 1986 tarihinde kurulan Avrupa Muhasebeciler Federasyonu (FEE), kâr amacı gütmeksizin Avrupa muhasebe mesleğini temsil yetkisine sahip en üst düzey kuruluştur. Kurum 29 ülkeden 41 meslek birliğini aynı çatı altında toplamış ve çoğunluğu AB ülkelerinden olan beş yüz bin muhasebeci bu kurumun içinde yer almaktadır (Başpınar, 2005, s. 43). FEE içinde yer alan muhasebecilerin yaklaşık %55'i sanayi, %45'i özel, kamu ve eğitim alanındaki kurum ve işletmelerde faaliyet göstermektedir (Çelik, 2013, s. 34-35). FEE, 1989 yılından itibaren IASC tarafından yapılan uluslararası düzeydeki uyumlaştırma hizmetlerine destek olmayı benimsemiştir (Şahin, 2010, s. 13).

Avrupa Birliği’ne üyelik sürecinde TÜRMOB, FEE ile iş birliği içine girerek Haziran 2001’de FEE Konseyi, FEE ile TÜRMOB arasındaki iş birliği anlaşmasının yapılmasını kabul etmiştir. Bu anlaşmayla birlikte TÜRMOB, FEE tarafından yapılan konferanslara katılım sağlayabilmekte ve Çalışma Grupları’nda yer alabilmektedir (İbiş, 2011, s. 120-121).

2.1. Uluslararası Finansal Raporlama Standartları’nın Oluşum Sürecinde Ülkelerde Yapılan Çalışmalar

- Avrupa Birliği’nde (AB) Yapılan Çalışmalar

Avrupa Birliği, üye devletlerinin kendi aralarında oluşturdukları muhasebe düzenini, yayımladığı yönergelerle sağlamaya çalışmıştır (Çelik, 2012, s. 21). AB’nin düzenli işleyişini sağlayan 1960 yılında yapılan Roma antlaşması ile AB muhasebe yönergelerinin de yapılandırılmasına imkân tanıyan Dördüncü Yönerge, 1978 yılında yürürlüğe konulmuştur (Şahin, 2010, s. 18). Avrupa Birliği, muhasebe uygulamalarında uyumlaştırma kapsamında “Şirketler Hukuku Yönergeleri” yayımlamıştır (Gürel, 2015, s. 25). Tablo 2’de ilgili yönergelere yer verilmiştir.

Tablo 2: Avrupa Birliği Şirketler Hukuku Yönergeleri

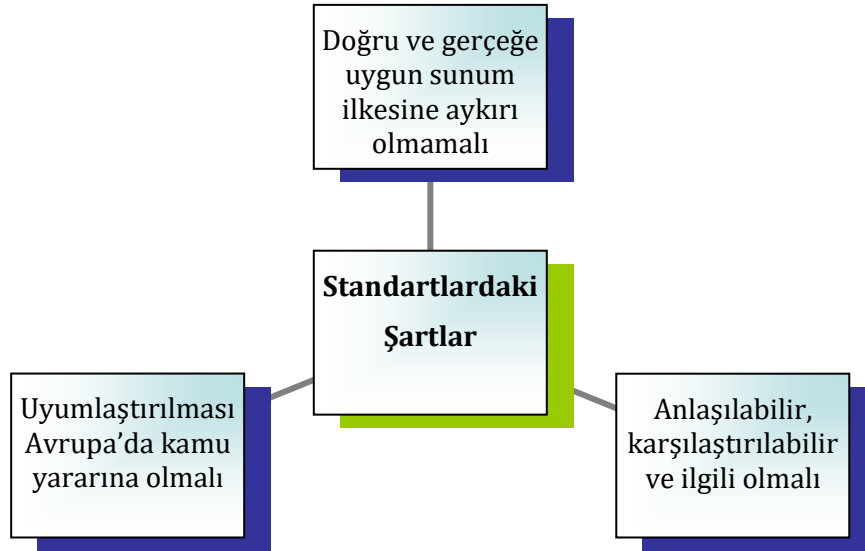
Yönergeler	Tarih	Uyumlaştırılan Konular
Birinci	1968	Şirket tescilleri; şirketlerin ve yöneticilerin yetkileri
İkinci	1976	Kamu şirketleri ve özel şirketler arasındaki fark
Üçüncü	1978	Şirket birleşmeleri
Dördüncü	1978	Muhasebe formatları, muhasebe kuralları ve limited şirketlerin dipnot açıklamaları
Altıncı	1982	Şirket tasfiyeleri
Yedinci	1983	Konsolidasyon kuralları
Sekizinci	1984	Denetçilerin yetkileri, terfi ve azil kuralları
Revize Sekizinci	2006	Denetimde kamu gözetimi ve kalite güvencesi, uluslararası denetim standartlarına uyum
On Birinci	1989	AB şirketi olmayanlarla ilgili açıklamalar
On Üçüncü	1989	Devralmalar

Kaynak: Gürel, 2015, s. 25; Memiş ve Güner, 2011, s. 151

Avrupa Birliği birinci, dördüncü, yedinci ve sekizinci yönergelerinde muhasebe uygulamaları alanında düzenlemelerde bulunmuştur. Dördüncü yönergede ortaklıklara ilişkin mali tabloların yapısı ve düzenlenmesi, Yedinci yönergede ortaklıklara ilişkin konsolide finansal tabloların yapısı ve düzenlenmesi, Sekizinci yönergede de ortaklıkların finansal tablolarının yasal denetiminden mesul muhasebe meslek elemanlarının nitelikleri ile ilgili konulardan oluşmaktadır. Yönergelerin muhasebe bakımından en önemli katkısı; muhasebe kurallarını Avrupa Birliği üye ülkelerinin hepsinde aynı anda yürürlüğe koyarak muhasebe uyumlaştırmasını kolaylaştırmaktadır (Büyüktopçu, 2009, s. 23; Bostancı, 2002, s. 5-6).

Bu kapsamda 2000 yılı haziran ayında AB Komisyonu, AB’nin Mali Raporlama Stratejisi: İleriye Gitmek başlıklı tebliğini onaylayarak 2005 yılında başlamak üzere banka ve sigorta şirketleri de dâhil olmak üzere hisse senedi; borsalar ve teşkilatlı piyasalarda işlem görmekte olan halka açık şirketlerin konsolide finansal tablolarının UMS-UFRS ile uyum içinde hazırlanması ve muhasebe standartlarının tüm üye devletlerde aynı şekilde uygulanması kararlaştırılmıştır (Aksoy, 2005, s. 191-192). Avrupa Komisyonu’nun herhangi bir standardın istenen koşulları sağlamaması durumunda iptal yetkisi bulunmaktadır. Avrupa Komisyonu’nun standartlarla ilgili şartları Şekil 1’de gösterilmiştir (Özkan ve Terzi, 2010, s. 25).

Şekil 1: Avrupa Komisyonunun Standartlarda Aradığı Şartlar



Diğer taraftan Nisan 2011 tarihinde Avrupa Parlamentosu tarafından kabul edilen Tek Pazar Kanunu, AB muhasebe direktiflerinde yer alan Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmeler'in (KOBİ) bir takım yönetsel sorunlar yaşamalarına sebebiyet verdiği için tartışılan finansal raporlama gerekliliklerini asgari düzeye indirmeyi tavsiye etmiştir. Bunun sonucunda münferit mali "tablolar için 1978 yılından itibaren yürürlükte olan Dördüncü Yönerge ve konsolide finansal tablolar için 1983 yılından beri yürürlükte olan Yedinci Yönerge, Öncelikle Küçük Düşün ilkesi doğrultusunda birleştirilerek tek bir muhasebe yönergesine dönüştürülmüştür. Bunların sonucunda 26 Nisan 2013 tarihli AB Yönergesi: 2013/34/EU-Şirketler için Finansal Raporlama Yükümlülükleri AB Resmî Gazetesi'nde yayınlanarak yürürlüğe konmuştur (Demir ve Bahadır, 2014, s. 14). Yeni AB Muhasebe Yönergesi (2013/34/EU) kapsamına anonim, sermayesi paylara bölünmüş komandit ve limited şirketler girerken kâr amacı gütmeyen kuruluşlar kapsam dışındadır. Kamu Yararını İlgilendiren Kuruluşlar (KAYİK) için ölçeğine bakılmaksızın bu yönergenin uygun olmadığı ifade edilmiştir. Bu işletmelerin kamudan çok miktarda fon toplamalarından dolayı performans ve finansal durumlarıyla ilgili daha şeffaf olmaları gerekmektedir (Demir ve Gür, 2016, s. 70-71).

- Amerika Birleşik Devletleri'nde Yapılan Çalışmalar

Amerika Birleşik Devletleri (ABD) muhasebe standartlarının oluşumunda kamu kesimi ve özel sektör düzenlemelerinin ortak birleşiminden oluşan bir muhasebe sistemi yer almaktadır (Başpınar, 2005, s. 42-43). ABD'de muhasebe standartlarının oluşturulma süreci düzenleyici kuruluşlar perspektifinden ele alındığında üç dönemde inceleme yapmak mümkündür (Şahin, 2010, s. 20). Birinci dönem, AICPA'nın aktif olduğu 1939-1959 AICPA Muhasebe Prosedürleri Komitesi (AICPA-CAP)' dir. İkinci dönem, 1959-1973 yılları arasında etkin faaliyet gösteren Muhasebe Prensipleri Kurulu (APB) ve üçüncü dönem olarak da 1973 yılında kurulmuş olan ve şu anda da ABD'de muhasebe standartlarını hazırlama görevini yürüten Amerikan Finansal Muhasebe Standartları Kurulu (FASB) olarak incelenebilir (Başpınar, 2005, s. 43).

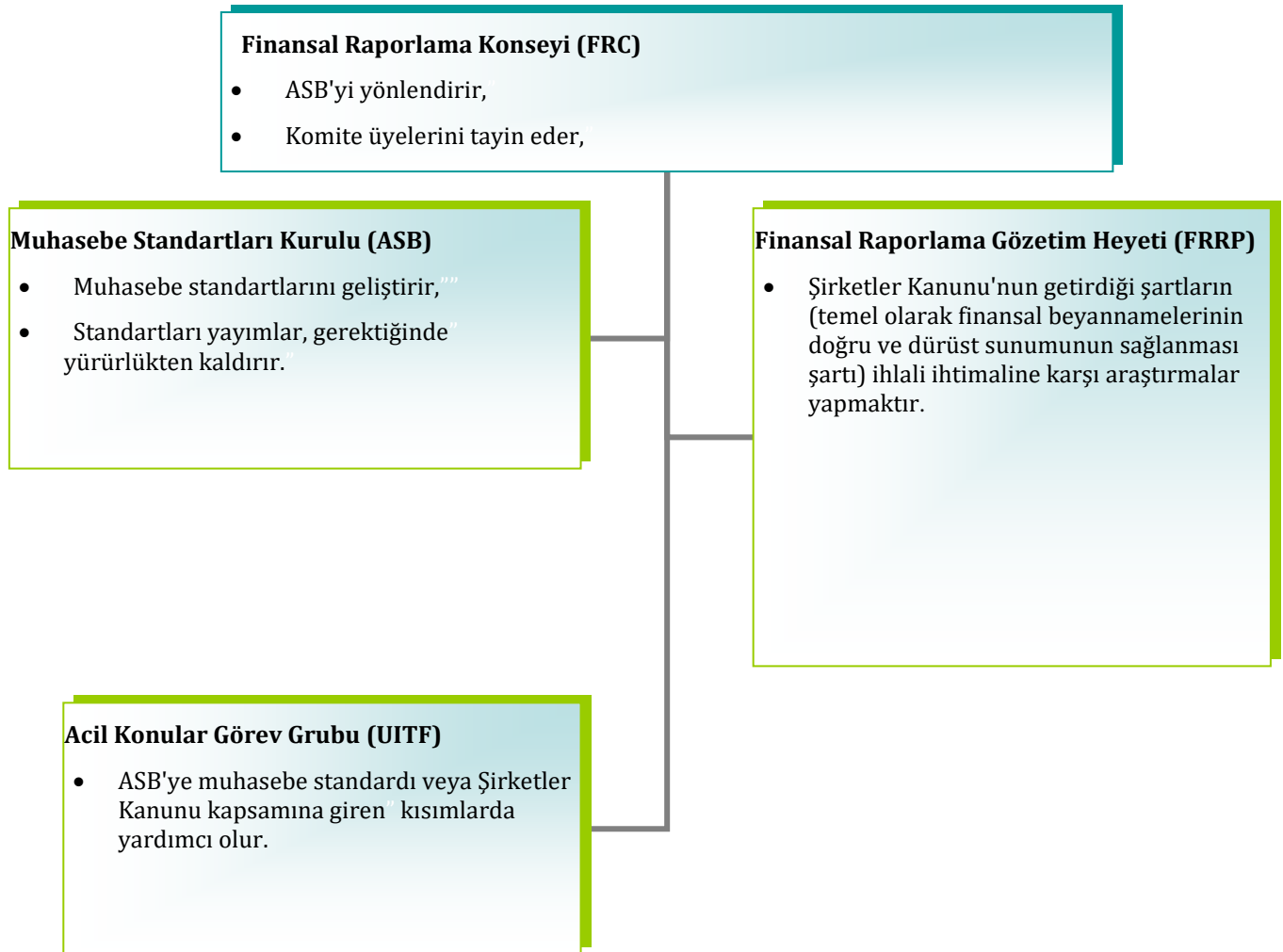
Muhasebe Prosedürleri Komitesi'nin (CAP), muhasebe uygulamalarındaki farklılıklarla mücadelede başarısızlıklar yaşaması sebebiyle CAP yerine kurulan APB de kaldırılarak bu iki kuruluşun yerine Finansal Muhasebe Standartları Kurulu (FASB) oluşturulmuştur. Kurulun öncelikli amacı, finansal tablo kullanıcıları, denetçiler ve eğitimciler için muhasebe ve finansal raporlama alanlarında var olan standartları uyumlaştırmak ve yeni standartlar oluşturmaktır (Şenol, 2011, s. 12). FASB ve IASB, 2002 yılında Norwalk, Connecticut'da ortak bir basın toplantısı düzenlemiştir. Düzenlenen ortak basın toplantısı sonrasında FASB ve IASB, Amerikan Genel Kabul Görmüş Muhasebe İlkeleri (US GAAP) ile Uluslararası Finansal Raporlama Standartları'nın (UFRS) birbiriyle uyumlu hale getirilmesiyle ilgili taahhütlerde bulunmuştur. Daha sonra

bu iki kurum tarafından bir mutabakat anlaşması olan “Norwalk Anlaşması” yayımlanarak sürece resmîyet kazandırılmıştır (Büyüktopçu, 2009, s. 45).

- İngiltere’de Yapılan Çalışmalar

1970 yılına kadar muhasebe alanında yürütülen çalışmalar, muhasebe meslek elemanlarının yer aldığı İngiltere ve Galler Yeminli Muhasebeciler Enstitüsü (ICAEW) tarafından yapılmıştır (Uysal, 2017, s. 23). 1990 yılında muhasebe standartlarının hazırlanma süreci İngiltere’de yeniden düzenlenmiştir. Standart hazırlamada gözetimle etkin işleyişten sorumlu kuruluş olarak Finansal Raporlama Konseyi (FRC) görevlendirilmiştir. Muhasebe Standartları Kurulu (ASB) ise, muhasebe standartlarının geliştirilmesi ve yayınlanması hususunda yetkili kuruluş olarak belirlenmiştir. ASB’nin muhasebe uygulama standartları üzerine yaptığı düzenlemeler, Standart Muhasebe Uygulamaları Bildirisi (SSAP) olarak açıklanmıştır (Büyüktopçu, 2009, s. 22; Özkan ve Terzi, 2010, s. 29). İngiltere’de Muhasebe Standartları Kurulu’nun yayınlamış olduğu standartlar Finansal Raporlama Standartları (FRS) olarak tanımlanmaktadır. Muhasebe meslek örgütlerinin muhasebe standartlarının oluşturulma sürecindeki yer ve görevleri şöyledir (Özkan ve Terzi, 2010, s. 30):

Şekil 2: İngiltere’de Muhasebe Standardı Oluşturma Süreci



İngiltere Şirketler Kanununun 397. maddesine göre UMS/UFRS'lere göre raporlama yapılması durumunda, standartlar ile ilgili açıklamaların yapılması ve mali tabloların bu açıklamalar doğrultusunda düzenlenmesi gerektiği belirtilmektedir (Özkan ve Terzi, 2010, s. 32).

- Almanya’da Yapılan Çalışmalar

Almanya’da muhasebe standartlarını düzenleme yetkisi resmi olarak tanımlanmamış fakat Almanya Muhasebeciler Enstitüsü muhasebe konularının yer aldığı kanunlar üzerine yorum ve açıklamaları yayımlamıştır. Almanya günümüzde muhasebeyle ilgili düzenlemelerini AB çerçevesinde yapmakta ve 1985 yılında AB’nin 4., 7. ve 8. yönergelerini Alman kanunlarına geçirerek 1986 yılından itibaren uygulamaya koymuştur (Başpınar, 2005, s. 45). Almanya muhasebe standartlarında, Uluslararası Muhasebe Standartları’nın (UMS) ilk resmi çevirisini 1998 yılında yapmıştır (Çelik, 2013, s. 47).

3. Türkiye’de Uluslararası Muhasebe Standartlarının Gelişim Süreci

Türkiye’de muhasebeyle ilgili ilk belirleyici düzenleme Fransız Ticaret Kanunu’nun bir çevirisi olan 1850 tarihli Kanunname-i Ticaret ile yapılmıştır. Bu kanun, tacirlerin tutmakla yükümlü oldukları defterlerle ilgili hükümler getirmiştir. Cumhuriyet döneminde çıkarılan Ticaret Kanunu’na kadar Fransa etkisi sürerken bu kanundan itibaren 1950’li yıllara kadar Almaya etkisi muhasebe uygulamalarımızda önem arz etmiştir. 1950’de yürürlüğe giren Kurumlar Vergisi, Gelir Vergisi ve Vergi Usul Kanunlarından sonra 1957’de yürürlüğe giren Türk Ticaret Kanunu da muhasebe sistemimizin değişim ve gelişim sürecini hızlandırmıştır (Alataş ve Kılıç, 2018, s. 456).

Bu kapsamda aşağıda belirtilen kurum ve kuruluşlarda gerekli çalışmalar yapılarak Türk Muhasebe Sistemi oluşturulmaya çalışılmıştır.

- İktisadi Devlet Teşekküllerini Yeniden Düzenleme Komisyonu (İDTYDK) Tarafından Yapılan Çalışmalar

İktisadi Devlet Teşekküllerini Yeniden Düzenleme Komisyonu (İDTYDK), 1964 yılında yürürlüğe koyulan 440 sayılı kanunla kurulmuştur (Çelik, 2013, s. 51-52). İDTYDK’nın çalışma kollarından biri olan Mali İşler ve Muhasebe Grubu, muhasebe uygulamalarının ıslahı konusunda gerekli çalışmalar yaparak 07.07.1971 gün ve 7/2767 sayılı Kararname ile 01.01.1972 tarihinden itibaren 27 Kamu İktisadi Teşebbüsü’nde uygulamaya geçen ve uygulanması mecburi olan Tekdüzen Muhasebe Sistemi çalışmasını hazırlamıştır (Hatipoğlu, 2009, s. 66). 1968 ve 1972 yıllarında uygulamaya geçirdiği ve KİT’ler için uygulanmasını zorunluluk haline getirdiği Tek Düzen Muhasebe Sistemi çalışmasına, 31.12.1993’te son vermiştir (Ataman ve Gökçen, 2017, s. 8-9).

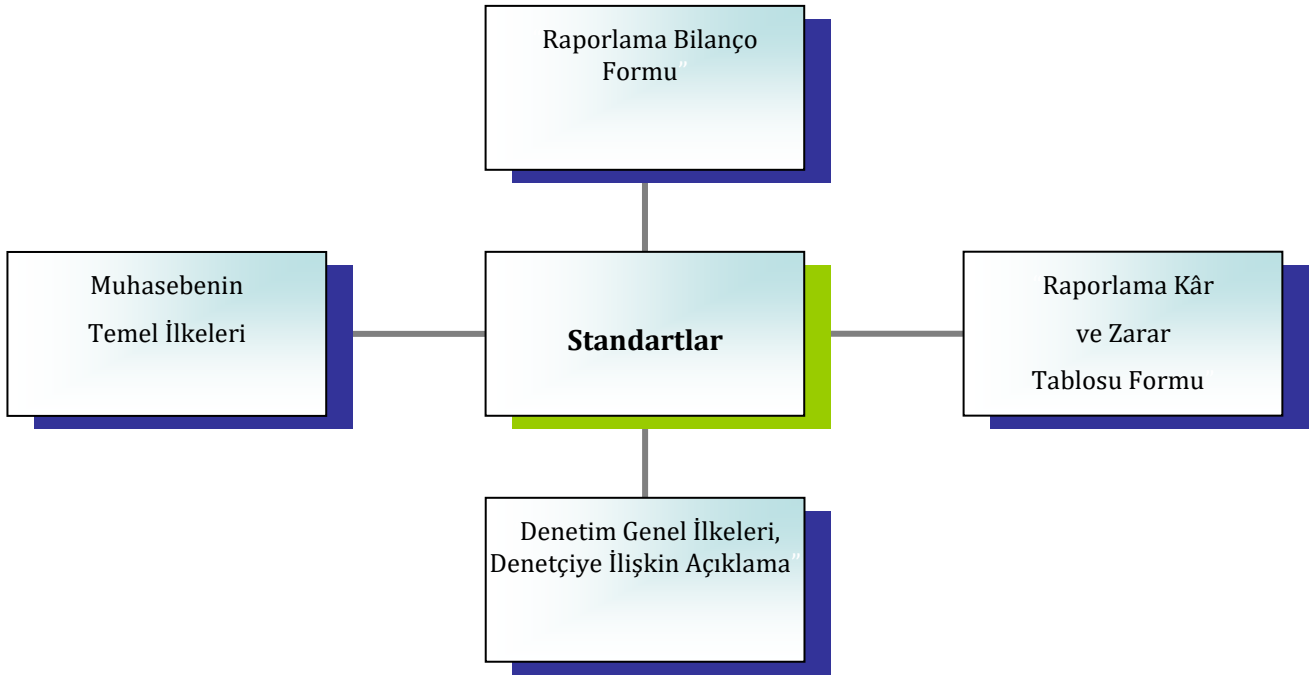
- Türkiye Bankalar Birliği Tarafından Yapılan Çalışmalar

Türkiye Bankalar Birliği, bankalar arasındaki uygulamalarda ortak bir dil kullanılması yönünde muhasebe alanında birçok çalışma ortaya koymuştur. Örneğin; bankalarda uygulamada birlik olması yönünden tekdüzen hesap planı ve mali tablo modelleri birliğin önemli çalışmaları kapsamında yer almaktadır (Ataman ve Gökçen, 2017, s. 9). Buna ek olarak, 1969 yılında yürürlüğe koyulan ve bankalardan kredi talebinde bulunan şirketlerin düzenleyecekleri son üç yıla ait bilanço ve gelir tablosu tiplerini hazırlayarak Türkiye’de bu tip bilançoların kullanılmasında öncü olmuştur (Başpınar, 2005, s. 47).

- Türk Standartları Enstitüsü Muhasebe Standartları Özel Daimî Komitesi Tarafından Yapılan Çalışmalar

Türk Muhasebe Standartlarını hazırlamak üzere 1987 yılında kurulan komitenin iş programında 43 adet muhasebe standardı yer almaktadır. Bununla birlikte komitenin, teknik kuruldan geçip yayına hazır hale gelen dört standardı Şekil 3’te belirtilmiştir (Ataman ve Gökçen, 2017, s. 9-10).

Şekil 3: Türk Standartları Enstitüsü Muhasebe Standartları Özel Dâimi Komitesi Tarafından Hazırlanan Yayına Hazır Standartlar



Hazır hale gelen standartlar AB 4. yönergesine yaklaşma yönünden ve Türk Muhasebe Standartları'nın gelişimine katkı sağlaması bakımından oldukça önem arz etmektedir (Ataman ve Gökçen, 2017, s. 9-10).

- Sigorta Denetleme Kurulu Tarafından Yapılan Çalışmalar

Türkiye’de faaliyet gösteren sigorta ve reasürans şirketleri; Tekdüzen Hesap Planı Komitesi tarafından hazırlanan ve 01.01.1994 tarihinden itibaren uygulamaya konulan tekdüzen hesap planına göre gerekli muhasebeleştirmeleri yapmaktadır (Ataman ve Gökçen, 2017, s. 10-11). Tekdüzen hesap planındaki amaç; tek tip gelir-gider tablosu ve bilanço oluşturulmasına imkân vererek sigorta şirketlerinde uygulamada birlik sağlamak ve ilgililerin ihtiyaç duydukları bilgiye kolayca ulaşmalarını sağlamaktır (Başpınar, 2005, s. 48). Ayrıca 2008 yılının başından itibaren sigorta sektöründe de TMSK tarafından Uluslararası Finansal Raporlama Standartları’yla birebir uyum gösteren Türkiye Finansal Raporlama Standartları’na (TFRS) uyulması konusunda karara varılmıştır (Çelik, 2012, s. 32).

- Sermaye Piyasası Kurulu Tarafından Yapılan Çalışmalar

Sermaye Piyasası Kanunu gereğince kurulun görevi; bilanço, kâr-zarar tablosu, yıllık raporlar, denetim raporları ve diğer tablolarla ilgili standartlar belirleyerek genel ve özel kararlarla kamunun bilgilendirilmesini sağlamaktır. Sermaye Piyasası Kurulu, 2003 yılında 25 nolu tebliğ ve UFRS ile uyumlu 33 adet muhasebe standardı yayımlamıştır. Yayımlamış olduğu standartları 09.04.2008 tarihindeki 29 nolu tebliğ ile kaldırarak Avrupa Birliği tarafından kabul edilen Uluslararası Muhasebe Standartları’nı uygulamaya geçmiştir (Ataman ve Gökçen, 2017, s. 11-13). 15.11.2003 tarih ve 25290 sayılı seri XI no 25 sermaye piyasasında muhasebe standartları hakkında tebliğ, Uluslararası Muhasebe Standartları ve Finansal Raporlama Standartları’nın çevirisi olarak yayımlanmıştır (Çelik, 2012, s. 39). Bu tebliğ ile SPK’ya bağlı tüm işletmeler 01.01.2008 tarihinden itibaren mali tablolarını TMSK tarafından belirlenen Türkiye Muhasebe Standartları’na uygun olarak düzenlemek zorundadırlar. Ancak 06.12.2012 tarihli 6362 sayılı sermaye piyasası kanunu ile SPK’nın tüm görev, yetki ve sorumlulukları tekrar ele alınmıştır (Gürel, 2015, s. 34).

- Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu (BDDK) Tarafından Yapılan Çalışmalar

BDDK, bankaların hesap ve kayıt sisteminde şeffaflık ve tek düzenin sağlanması, kayıt dışı işlemlerin önüne geçilmesi, bankacılık faaliyetlerinin güvenilir bir biçimde kayda alınması, konsolide ve münferit finansal tabloların doğru, gerçekçi ve tam zamanlı yayımlanmasına ilişkin ve Uluslararası Muhasebe Standartları ile

finansal tabloların uyumluluğunu sağlamak maksadıyla Muhasebe Uygulama Yönetmeliği yayımlayarak 01.10.2002 tarihinden itibaren uygulanacak olan 19 adet standardı bu yönetmelik kapsamında uygulamaya koymuştur (İbiş ve Özkan, 2006, s. 34). BDDK yayınlamış olduğu standartlardan ilk 18 standart ve yıllık faaliyet raporuna ilişkin tebliğ, 08.11.2006 tarihinde yürürlükten kaldırarak bankaların Türkiye Muhasebe Standartları'na göre raporlama yapacağını bildirmiştir (Ataman ve Gökçen, 2017, s. 13-14).

- Maliye Bakanlığı Koordinatörlüğünde Kurulan Muhasebe Standartları Komisyonu Tarafından Yapılan Çalışmalar

Birçok alandan katılan temsilcilerle 1990 yılında oluşturulan Muhasebe Standartları Komisyonu'nda esas amaç, standartlarla ilgili oluşan karmaşıklığı ortadan kaldırarak tüm alanlarda kapsayıcı tek elden yayınlanacak olan muhasebe standartlarını oluşturmaktır. 26.12.1992 tarih ve 21447 sayılı resmî gazete de Muhasebe Standartları Komisyonu tarafından hazırlanan 1 sıra nolu Muhasebe Sistemi Uygulama Genel Tebliği (MSUGT) yayınlanmıştır. Bu tebliğ ile muhasebenin temel kavramları, muhasebe politikalarının açıklanması, finansal tablo ilkeleri, finansal tabloların düzenlenmesi ve sunumu ile tekdüzen hesap çerçevesi, hesap planı ve işleyişi konuları ele alınmıştır (Ataman ve Gökçen, 2017, s. 14-15). Ancak MSUGT'nin Uluslararası Muhasebe Standartlarına kıyasla ölçme ve değerlendirme hususlarındaki eksiklikleri finansal tabloların uluslararası düzeyde karşılaştırılabilir olmasını sınırlandırmıştır (Hatipoğlu, 2009, s. 79).

- Türkiye Muhasebe Standartları Kurulu (TMSK) Tarafından Yapılan Çalışmalar

18 Aralık 1999 tarih ve 4487 sayılı kanunla Sermaye Piyasası Kanunu'nda yapılan değişikliklerle denetlenmiş finansal tablo sunumunda, finansal tabloların ihtiyaca cevap verecek şekilde güvenilir ve mukayese edilebilir olması için muhasebe standartlarını belirlemek ve yayınlamak üzere Türkiye Muhasebe Standartları Kurulu (TMSK) kurulmuştur (Ataman ve Gökçen, 2017, s. 15-16). TMSK, muhasebeyle ilgili faaliyetlerini düzenli olarak yürütebilmesi için personel istihdam edebileceği gibi gerekli koşullarda ilgili kuruluşlardan da personel istihdamında bulunabilmektedir. Kurulun faaliyetlerine yönelik usul ve esaslar ile belirlenecek standardın uygulama, nitelik ve kapsamına ilişkin usul ve esaslar bakanlar kurulu tarafından çıkarılan yönetmeliklerle oluşturulmuş olması TMSK tarafından çıkarılmış olan standartların yaptırım kazanmasını sağlamıştır (Şensoy, 2008, s. 208). TMSK daha önce yapılan çalışmalarını değerlendirmek amacıyla TMUDESK tarafından yayımlanan TMS'leri taslak metin kabul ederek gerekli düzeltmelerden sonra kamuoyunun görüşleri alınarak Türkiye Muhasebe Standardı olarak yayınlanmıştır (Parlakkaya, t.y., s. 133). TMSK'nın kurulması ve standartların temeli olarak UFRS'lere referans vermesi Türkiye'de UFRS'lerin kabulünde önemli bir yere sahip olmuştur (Elitaş, Karakoç ve Özdemir, 2011, s. 3).

- Kamu Gözetimi Muhasebe ve Denetim Standartları Kurumu (KGK) Tarafından Yapılan Çalışmalar

TMSK'nın yerine 26.09.2011 tarihli ve 660 sayılı Kamu Gözetimi, muhasebe ve denetim standartları kurumunun teşkilat ve görevleri hakkında kanun hükmünde kararname ile Kamu Gözetimi Muhasebe ve Denetim Standartları Kurumu (KGK) kurulmuştur. KGK'nın amacı, Türkiye Muhasebe Standartları'nı oluşturmak, denetim standartlarını belirlemek, bağımsız denetçi ve bağımsız denetim kuruluşlarını denetim yetkilendirmesini yapmak şeklinde ifade edilebilir. Buna ek olarak, bankalar, borsa şirketleri, sigorta şirketleri ile belirlenen büyük şirketlerin gözetim ve denetimlerini yaparak doğru, güvenilir ve karşılaştırılabilir finansal bilgi elde etmek KGK'nın temel görevlerindedir (Ataman ve Gökçen, 2017, s. 16).

- 6102 Sayılı Türk Ticaret Kanunu ile Yapılan Düzenlemeler

6102 sayılı Türk Ticaret Kanunu (TTK) ile TMS/TFRS'lere göre mali tablolarını düzenleyecek işletmelerin KGK'nın 17 Kasım 2012 tarihli 28470 sayılı Resmî Gazete'de yayımlanan kararına göre kapsamının genişletildiği, bağımsız denetime tabi olan tüm şirketlerin bu kapsamda olduğu görülmüştür. Ancak KGK'nın 26 Ağustos 2014 tarihinde yayımladığı 29100 sayılı yeni kararlar TMS/TFRS uygulama zorunluluğu olan bağımsız denetime tabi tüm şirketlerin bu zorunluluğu son bulmuştur (Ataman ve Gökçen, 2017, s. 20). Yeni TTK'nın (6102 Sayılı) 88.maddesine göre gerçek ve tüzel kişiler bireysel ve konsolide mali tablolarını oluştururken Türkiye Muhasebe Standartlarına kavramsal çerçevede bulunan muhasebe kurallarına ve yorumlarına uymak ve bunları uygulamak mecburiyetindedir. Finansal tabloların "Dürüst Resim İlkesine" uygun olarak çıkarılması gerektiği TTK'nın 515. maddesinde belirtilmiştir. Aynı maddede yıl sonu finansal tablolarının TMS'ye uygun çıkarılması gerektiğini belirten emredici ilke bulunmaktadır (Değirmenci, 2013, s. 66).

Yeni TTK'nın AB müktesebatına eş değer düzenlemeler getirmesiyle AB uyum sürecinde stratejik bir adım atılmıştır. Yeni TTK esas itibarıyla şeffaflık ve denetim üzerinde durmakta ve şirketler hukukuna birçok

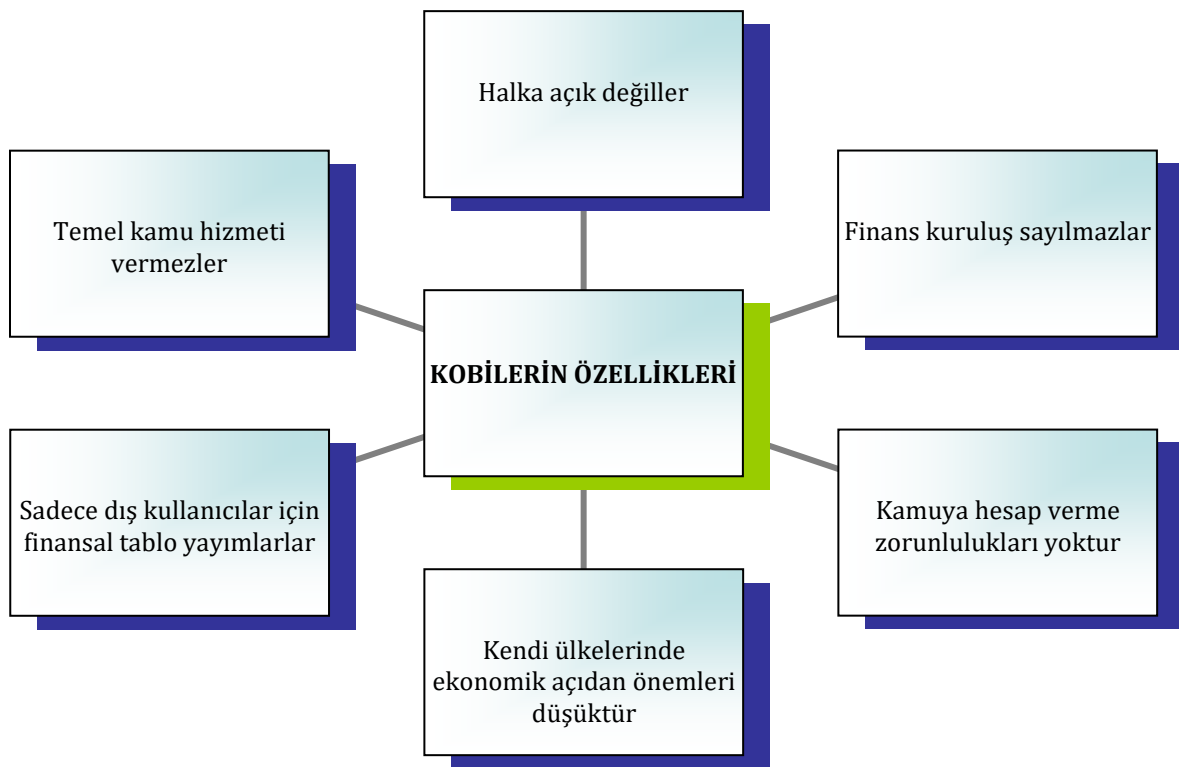
yenilik getirmektedir. Sadece halka açık şirketler değil halka açık olmayan şirketlerin de muhasebe sistemlerini TMS/TFRS’ye uyumlu hale getirmeleri yeni TTK’da belirtilmiş olup bu durum şirketlerin muhasebe sistemlerinde köklü değişiklikleri beraberinde getirmektedir. Yeni TTK muhasebe ve denetim uygulamalarında; defterler, belgeler, envanter ve değerlendirme, bağımsız denetim ve muhasebe standartlarını uygulama sorumluluğu ile ilgili yeni düzenlemeler getirmiştir (Ulusan, Eren ve Köylü, 2012, s. 10-14).

4. Türkiye’de Yerel Finansal Raporlama Standartlarının Gelişim Süreci

4.1. Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmeler İçin Türkiye Finansal Raporlama Standartları (KOBİ TFRS) ve Yerel Finansal Raporlama Çerçevesi Taslağı (YFRÇ)

KOBİ’ler için özgün bir tanım bulunmamakla birlikte çoğunlukla kamuya hesap verme sorumluluğu olmayan ve işletme dışı kullanıcılar için genel amaçlı finansal tablo yayımlayan işletme şeklinde ifade edilmektedir (Akdoğan, 2010, s. 2). KOBİ’lerin özellikleri Şekil 4’te belirtilmiştir (Demir, 2007, s. 45):

Şekil 4: KOBİ'lerin Özellikleri



Tablo 3’te 24.06.2018 tarihli Resmî Gazete’de KOBİ’lerin belirtilen kriterlere göre sınıflandırması yapılmıştır.

Tablo 3: Türkiye’de KOBİ Sınıflandırması

Kriterler	Mikro ölçekli KOBİ	Küçük ölçekli KOBİ	Orta Ölçekli KOBİ
Çalışan Personel Sayısı	<10	<50	<250
Yıllık Net Satış Hasılatı	≤ 3.000.000 TL	≤ 25.000.000 TL	≤ 125.000.000 TL
Yıllık Mali Bilanço Toplamı	≤ 3.000.000 TL	≤ 25.000.000 TL	≤ 125.000.000 TL

Kaynak: <http://www.kobi.org.tr/index.php/tanimi/layout>

Avrupa Birliği'nde 1 Ocak 2005 tarihinde yürürlüğe giren 2003/361/EC sayılı tüzük kapsamında KOBİ sınıflandırma kriterleri Tablo 4'te gösterilmiştir.

Tablo 4: AB'de KOBİ Sınıflandırması

Kriterler	Mikro Ölçekli KOBİ	Küçük Ölçekli KOBİ	Orta Ölçekli KOBİ
Çalışan Personel Sayısı	<10	<50	<250
Yıllık Net Satış Hasılatı	≤ 2.000.000 Avro	≤ 10.000.000 Avro	≤ 50.000.000 Avro
Yıllık Mali Bilanço Toplamı	≤ 2.000.000 Avro	≤ 10.000.000 Avro	≤ 43.000.000 Avro

Kaynak: <http://www.kobi.org.tr/index.php/tanimi/abde>

KOBİ'ler için ayrı bir finansal raporlama ihtiyacının doğmasında tam set UMS/UFRS'lerin karmaşık ve zor olması ana etken olmuştur. Her ülkenin kendine özgü yerel muhasebe sistemleri uluslararası düzeydeki ticaret yarışında KOBİ'lerin rekabetini zorlaştırmaktadır. KOBİ'lerin kendini uluslararası arenada daha rekabetçi olabilmesi ve ucuz maliyetli finansman kaynaklarına ulaşarak yatırım sağlayabilmesi amacıyla KOBİ UFRS çalışmaları başlamıştır (Akdoğan, 2010, s. 2). Uluslararası Muhasebe Standartları Kurulu (UMSK), toplam 35 bölümden oluşan KOBİ'ler için Uluslararası Finansal Raporlama Standartlarını 13 üyenin kabul bir üyenin red oyuyla 9 Temmuz 2009 tarihinde yayımlamıştır (Karakaya, 2010, s. 10). Türkiye'de 01.11.2010 tarihinde TMSK tarafından çevirisi yapılan standartlar Resmî Gazete'de yayımlanarak "KOBİ'ler için TFRS" adı altında yürürlüğe girmiştir (Hatunoğlu, Uçaktürk ve Kılı, 2013, s. 53).

Standartlar incelendiğinde tam set TFRS ile KOBİ TFRS arasında varlık, borç, gelir ve harcamaların ölçümleri ile muhasebeleştirilmesine yönelik ilkelerin basitleştirilerek KOBİ'leri ilgilendirmeyen kısımlar çıkartılmış, dipnot açıklamalarında önemli düzeyde sadeleştirmeler yapılmış ve değerlendirme yöntemleri basitleştirilmiştir. Tam set UFRS'de ayrı bir standart numarası ile oluşturulan standartlar, KOBİ UFRS'de bölüm numaraları ile yayınlanmıştır (Demir, 2007, s. 51; Utku ve Gürsoy, 2011, s. 22; Hacıhasanoğlu, Karaca ve Demirci, 2012, s. 44; Ercan ve Büyükoğlu, 2017, s. 2072). KOBİ TFRS'nin Kasım 2010 yılında, 2013 yılından itibaren uygulamaya konulması yönünde karar alınmıştır. Ancak 01.07.2012 tarihinde yürürlüğe giren 6102 Sayılı Türk Ticaret Kanunda, tüzel kişiliği olan tüm ticari şirketlerin 01.01.2013 tarihinde yürürlüğe girecek olan KOBİ TFRS'yi kullanma kararı, 6335 sayılı kanunda yapılan değişiklikle muhasebe sisteminin Vergi Usul Kanunu hükümlerine göre yürütülmesi şeklinde ele alınmış ve KOBİ TFRS uygulamaya geçmeden yürürlükten kaldırılmıştır (Kaya ve Türegün, 2017, s. 107).

Yerel Finansal Raporlama Çerçevesi Taslağı (YFRÇ), bağımsız denetime tabi olup tam set Türkiye Muhasebe Standartları'nı (TMS) uygulamayan işletmelerin finansal raporlarının Avrupa Birliği Direktifleri'ne uyumlu olması ve temel muhasebe hususları açısından uygulamada sorunlar yaşanmaması gerekçesiyle Avrupa Birliği (AB) üye ülkelerinde olduğu gibi TMS/TFRS'leri uygulamak zorunda olmayan işletmelerin uygulayacakları finansal raporlama çerçevesi olarak düzenlenmiştir (Kılınç, 2016, s. 1936). Yerel Finansal Raporlama Çerçevesi Taslağının (YFRÇ) amacı, işletmelerin büyüklüğüne ve finansal tablo kullanıcılarının gereksinimlerine yönelik gerçeğe uygun sunum sağlayan kaliteli ve anlaşılabilir finansal tablolar oluşturmaktır. YFRÇ'nin oluşturulmasında 2013/34 nolu AB Muhasebe Yönergesi ile Birleşik Krallık ve İrlanda'da geçerli finansal raporlama standartları referans olarak kullanılmıştır (<https://www.pwc.com.tr/tr/services/ufrs/pdf/aralik-taslak-yerel-finansal-raporlama-cercevesi.pdf>). YFRÇ, Kamu Yararını İlgilendiren Kuruluşlar (KAYİK) dışında kalan bağımsız denetim yükümlülüğü bulunan tüm işletmelerin bağımsız denetimlerinde ölçüt oluşturacak olması, uluslararası kaliteli bir finansal raporlama ile bağımsız denetimin sağlanması Türkiye için büyük önem taşımaktadır (Cebeci ve Cavlak, 2017, s. 106).

4.2. Büyük ve Orta Boy İşletmeler İçin Finansal Raporlama Standardı (BOBİ FRS) ve Küçük ve Mikro İşletmeler İçin Finansal Raporlama Standardı Taslağı (KÜMİ FRS)

Yerel Finansal Raporlama Çerçevesi çalışmaları 29.07.2017 tarihinde tamamlanmış ve 30138 (Mükerrer) sayılı Resmî Gazetede Büyük ve Orta Boy İşletmeler için Finansal Raporlama Standardı (BOBİ FRS) Hakkında Sıra No: 56 Tebliği ile 01.01.2018 tarihi ve sonrasında başlayan hesap dönemlerinde uygulanmak üzere yürürlüğe konulmuştur (Ataman ve Gökçen, 2017, s. 23). Bu tebliğ ile Büyük ve Orta Büyüklükteki İşletmeler’den bağımsız denetime tabi olup Türkiye Finansal Raporlama Standartları’nı (TMS-TFRS) uygulamayan işletmeler, bireysel ve konsolide finansal tablolarını 01.01.2018 tarihinden itibaren gerçeğe uygun, ihtiyaca uygun ve karşılaştırılabilir bilgi sağlayacak şekilde hazırlamaları gerekmektedir (Resmî Gazete, 2017: Madde 1). Bağımsız denetime tabi şirket kriterleri, TTK’da yapılan 19 Mart 2016 tarihli değişiklikle ve 26 Mayıs 2018 tarihli ve 30432 sayılı Resmî Gazete’de yayımlanan 2018/11597 sayılı Bağımsız Denetime Tabi Şirketlerin Belirlenmesine Dair Bakanlar Kurulu Kararı’na uygun olarak Tablo 5’te belirtildiği şekilde oluşturulmuştur.

Tablo 5: Bağımsız Denetime Tabi Şirket Kriterleri

KRİTERLER	YILLAR				
	2013	2014	2015	2016	2019
Aktif Büyüklüğü	150 Milyon TL ve Üstü	75 Milyon TL ve Üstü	50 Milyon TL ve Üstü	40 Milyon TL ve Üstü	35 Milyon TL ve Üstü
Satış Hasılatı	200 Milyon TL ve Üstü	150 Milyon TL ve Üstü	100 Milyon TL ve Üstü	80 Milyon TL ve Üstü	70 Milyon TL ve Üstü
Çalışan Sayısı	500 Kişi ve Üstü	250 Kişi ve Üstü	200 Kişi ve Üstü	200 Kişi ve Üstü	175 Kişi veya Üstü

Kaynak: Gökçen, Öztürk ve Güleç, 2018, s. 440

BOBİ FRS’yi uygulayan işletmeler iki yıl geçmedikçe isteğe bağlı olarak TFRS uygulamasına geçememekte ve isteğe bağlı TFRS’yi uygulayan işletmelerin de en az iki yıl geçmedikçe BOBİ FRS uygulamasına geçmeleri mümkün olmamaktadır (Resmî Gazete, 2017, Madde 5). KAYİK’lerin bağımsız denetim ve TFRS kapsamında olduğu, Büyük ve Orta Ölçekli İşletmelerin bağımsız denetim ve BOBİ FRS kapsamında olduğu ve ihtiyari olarak TFRS uygulayabilecekleri, Küçük Ölçekli İşletmelerin ise MSUGT kapsamında olduğu açıkça belirtilmiştir. BOBİ FRS, bağımsız denetime tabi olup TMS/TFRS uygulamayan işletmelerin genel kurullarına sundukları mali tablolar açısından MSUGT ve İlave Hususlar’ın yanısıra Türkiye’de uygulanacak olan geçerli finansal raporlama çerçevesi haline gelmiştir. (Ataman ve Gökçen, 2017, s. 23, 156).

Buna ek olarak, küçük ve mikro işletmelerin finansal raporlama anlayışının daha rekabetçi bir özellik kazanması amacıyla Küçük ve Mikro İşletmeler İçin Finansal Raporlama Standardı (KÜMİ FRS) Kamu Gözetimi Muhasebe ve Denetim Standartları Kurumu tarafından bir taslak metin halinde yayımlanarak görüşe sunulmuştur. KÜMİ FRS, bilanço esasına göre defter tutma hadlerini sağlayan ve bağımsız denetime tabi olmayan işletmelerin finansal tablolarının, gerçeğe ve ihtiyaca uygun ve karşılaştırılabilir finansal bilgi sunmasının temin edilebilmesi amacıyla İngiltere’deki FRS 105 esas alınarak oluşturulmuş bir standart metin setidir.

KÜMİ FRS seti taslağının nihai halinin resmi olarak yürürlüğe girmesiyle birlikte sağlanması beklenen faydalar aşağıdaki gibidir (www.kgk.gov.tr):

- Türkiye ekonomisinde yer alan çok sayıdaki küçük ve mikro ölçekteki işletme için gerçeğe ve ihtiyaca uygun sunum ile karşılaştırılabilirlik ilkeleri daha geniş bir tabana yayılması beklenmektedir.

- Küçük ve mikro ölçekteki işletmelerin; yatırımcı ve borç verenlere, gerçeğe ve ihtiyaca uygun finansal bilgi ile karşılaştırılabilir finansal tablo sunmaları sağlanacak, böylelikle işletmelerin düşük maliyetli kredi ve fon temin etme sürecinde yaşanan zorluklar büyük oranda giderilmesi beklenmektedir.
- Vergi esaslı muhasebe anlayışından, bilgi esaslı muhasebe anlayışına geçecek olan küçük ve mikro ölçekteki işletmelerin alacakları kararlar işletme düzeyinde kaynak dağılımının etkinliğini arttırması beklenmektedir.
- Gerçeğe ve ihtiyaca uygun bilgi sunan finansal tablolar, işletme yöneticilerinin işletmelerin gerçek durumunu doğru değerlendirmelerini ve rasyonel kararlar almalarını sağlayarak işletmelerin kurumsal yapılarının gelişim sürecine olumlu bir katkı sağlaması beklenmektedir.

Sonuç

Muhasebenin teknik yapısından bir bilim dalı olma yolundaki serüveninde; Fransa, İtalya ve Almanya'da ortaya çıkan muhasebe okulları, özellikle çift taraflı kayıt yöntemi ile önemli katkı sağlamıştır. Küreselleşmeyle birlikte çok uluslu işletmeler, ülkeler arasındaki işlemlerin artmasıyla birbirlerine bağımlı olmakta ve tüm bu gelişmeler ülkeler arasındaki muhasebe uygulamalarının birbirine uyumlu hale gelmesini esas kılmaktadır. İşletmelerin yapılarındaki değişimler, işletme yöneticileri ile sahiplerinin farklı gruplardan oluşmaları, devlet tarafından uygulanan politikaların işletmeler üzerindeki etkileri ve çeşitli diğer faktörler muhasebenin işlevselliğinin artmasındaki diğer önemli gelişmelerdir. Çok uluslu işletmelerin finansal tablo ve raporlamalarında ortak bir dil geliştirmesi ve sunumlarında birliktelik sağlaması amacıyla Uluslararası Muhasebe Standartları Komitesi (IASB) tarafından çalışmalar başlatılmış ve ortak bir standart seti hazırlanması için Uluslararası Muhasebe Standartları Kurulu (IASB), Uluslararası Muhasebe Standartlarını (UMS) ve Uluslararası Finansal Raporlama Standartlarını (UFRS) yayınlamıştır. Türkiye'de küreselleşmeyle birlikte dünyada yaşanan gelişmeleri yakalayabilmek, uluslararası finansal piyasaların bilgi ihtiyaçlarına cevap verebilmek ve Avrupa Birliği'ne uyum sürecinde AB standartlarını yakalayabilmek için finansal raporlamada standartlaşmaya giderek UMS-UFRS kapsamında Türkiye Muhasebe Standartları (TMS) ve Türkiye Finansal Raporlama Standartlarını (TFRS) yayınlamıştır.

KGK, bağımsız denetime tabi işletmelerin 2013 yılından itibaren TFRS uygulamasını öngörmüş ancak, bu uygulama sadece Kamu Yararını İlgilendiren Kuruluşlar (KAYİK) ile sınırlandırılmıştır. Bağımsız denetime tabi olup tam set TFRS uygulamayan işletmelerin muhasebe süreçlerini revize etme amacıyla ilk olarak Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmeler İçin Türkiye Finansal Raporlama Standartları (KOBİ TFRS) uygulamaya geçirilmek istenmiştir. Ancak AB Komisyonu tarafından 2013 yılında yayınlanan 2013/34 Sayılı AB Muhasebe Yönergesi ile birlikte KOBİ TFRS standart seti uygulamadan kaldırılmıştır. İzleyen süreçte yerel finansal raporlama standardı oluşturulması amacıyla KGK, 2013/34 Sayılı AB Muhasebe Yönergesi ile tam uyumlu İngiltere ve İrlanda'da 2015 yılında yürürlüğe giren FRS 102'yi (Yerel Finansal Raporlama Seti) baz alarak Türkiye'de, bağımsız denetime tabi olup tam set TMS uygulamayan şirketlere yönelik Yerel Finansal Raporlama Çerçevesi'ni (YFRÇ) oluşturmuştur. Yerel Finansal Raporlama Çerçevesi çalışmaları 29.07.2017 tarihinde tamamlanmış ve 30138 (Mükerrer) sayılı resmi gazetede, Büyük ve Orta Boy İşletmeler İçin Finansal Raporlama Standardı (BOBİ FRS) Hakkında Sıra No: 56 Tebliği ile 01.01.2018 tarihi ve sonrasında başlayan hesap dönemlerinde uygulanmak üzere yürürlüğe konulmuştur. BOBİ FRS, bağımsız denetime tabi olup TMS/TFRS uygulamayan büyük ve orta ölçekli işletmelerin genel kurullarına sundukları finansal tablolar açısından MSUGT ve İlave Hususların yanısıra Türkiye'de uygulanacak olan geçerli finansal raporlama çerçevesi haline gelmiştir. Küçük ve Mikro İşletmeler İçin Finansal Raporlama Standardı (KÜMİ FRS) Kamu Gözetimi Muhasebe ve Denetim Standartları Kurumu tarafından bir taslak metin halinde yayımlanarak görüşe sunulmuştur.

Muhasebe standartlarının Türkiye'deki gelişim sürecine bakıldığında genellikle devletin veya yasal statüye sahip kurum ve kuruluşların etkin bir şekilde yer aldığı görülmektedir. Başta ve tek yetkili kurum olmak üzere Kamu Gözetimi, Muhasebe ve Denetim Standartları Kurumu (KGK) ile Sermaye Piyasası Kurumu (SPK) ve Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu (BDDK) gibi üst kurulların çalışmalarıyla birlikte 6102 Sayılı Türk Ticaret Kanunu'nda yapılan önemli değişiklikler muhasebe standartlarının birçok işletme tarafından uygulanabilmesinin yolunu açmıştır. Muhasebe standartlarının gelişim sürecinin tarihsel, kurumsal ve bölgesel perspektiften ele alındığı bu çalışma çeşitli sınırlılıklara sahiptir. Öncelikle bu çalışmada kıta Avrupası üzerinden standartların gelişim sürecine daha çok vurgu yapılmıştır. Gelecek çalışmalarda IASB'e ek olarak FASB'in çalışmaları ve IASB ile FASB arasındaki yakınsama uygulamaları

üzerine araştırmalar yapılabilir. Buna ek olarak, özellikle yerel standartların muhasebe uygulayıcıları tarafından nasıl algılandığı konularında da çalışmalar yapılarak bu alana katkı sağlanabilir.

Kaynakça

- Ağca, A. ve Aktaş, R. (2007). Uluslararası muhasebe/finansal raporlama (IAS/IFRS) standartları İMKB’de yer alan firmaların finansal tablolarını nasıl etkiledi?. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (18), 1-17.
- Akdoğan, N. (2010). KOBİ finansal raporlama standardına genel bakış ve tam set IAS/IFRS’lerden farklılığı. *Muhasebe ve Denetime Bakış*, 1-26.
- Akgün, A. İ. (2013). Uluslararası finansal raporlama standartlarının finansal analize etkisi: İMKB’ye yönelik bir araştırma. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 14(1), 10-26.
- Aksoy, T. (2005). Finansal muhasebe ve raporlama standartlarında uyumlaştırma ve UMS-UFRS bazında küresel muhasebe standartları setine yönelik eğilimi. *Mali Çözüm*, (71), 182-199.
- Aktürk, A. (2014). Muhasebe meslek mensuplarının muhasebe standartlarına uyumu sürecinde eğitim faktörü üzerine Antalya ilinde bir araştırma. *Mali Çözüm Dergisi*, 63-84.
- Alataş, A. ve Kılıç, İ. (2018). Özet tablolar ile BOBİ FRS ve TMS/TFRS arasındaki farkların karşılaştırılması. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, (64), 453-478.
- Ataman. B. ve Gökçen, G. (2017). *Büyük ve orta boy işletmeler için finansal raporlama standardı (BOBİ FRS) uygulamaları*. İstanbul: Beta Basım.
- Ayboğa, H. (2003). Globalleşme sürecinde ülkemizde muhasebe mesleği ve meslek mensuplarının eğitimi. *Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 18(1), 40-55.
- Aydın, S. Ö. (2018). *Akreditiflerin TMS ve BOBİ FRS kapsamında muhasebeleştirilmesi*. Gaziantep Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gaziantep. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/> (Tez No. 533616).
- Başpınar, A. (2005). Türkiye’de ve Dünya’da muhasebe standartlarının oluşumuna genel bir bakış. *Maliye Dergisi*, (148), 42-57.
- Bostancı, S. (2002). Küreselleşen muhasebede standartlaşma ve Türkiye muhasebe standartları kurulu. *Mali Çözüm*, 59(2), 1-8.
- Büyüktopçu, H. İ. (2009). *Uluslararası finansal raporlama standartlarının finansal tablo düzenlemelerine etkileri ve örnek bir uygulama*. Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/> (Tez No. 236028).
- Cebeci, Y. ve Cavlak, H. (2017). Türk Ticaret Kanunu’nda finansal raporlama. *Route Educational and Social Science Journal*, 4(6), 158-169.
- Çelik, E. (2012). *Türkiye finansal raporlama standartları (TFRS)’nin varlıkların değerlendirilmesi hususunda getirdiği yenilikler: Serbest muhasebeci mali müşavirlerin bilgi düzeylerinin tespitine yönelik bir araştırma*. Çukurova Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Adana. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/> (Tez No. 375086).
- Çelik, S. (2013). *Muhasebe meslek mensuplarının Türkiye muhasebe ve finansal raporlama standartlarına bakış açılarının değerlendirilmesine ilişkin ampirik bir çalışma: Niğde örneği*. Niğde Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Niğde. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/> (Tez No. 349193).
- Değirmenci, İ. (2012). Yeni TTK ve muhasebe düzeninde karşılaşılabilecek sorunlar ve çözüm önerileri. *ASMMMO 8. Muhasebe Uygulamaları Ve Vergi Mevzuatı Sempozyumu*.
- Demir, V. (2007). KOBİ’ler için UFRS’nin son taslağı ve değerlendirmeler. *Mali Çözüm Dergisi*, (80), 43-58.
- Demir, V. ve Bahadır, O. (2014). Yeni Avrupa Birliği yönergesi (2013/34 EU) kapsamında bireysel finansal tablolar. *Mali Çözüm İSMMMO*, 13-33.
- Demir, V. ve Gür, E. (2016). Avrupa Birliği muhasebe yönergesi (2013/34) Ve UFRS, US GAAP, Alman GAAP karşılaştırması kapsamında Türkiye’deki muhasebe uygulamaları. *Muhasebe ve Denetime Bakış*, (49), 69-88.

- Elitaş, C., Karakoç, M. ve Özdemir, S. (2011). Muhasebe meslek mensupları perspektifinden Türkiye muhasebe standartları. *WORLD of IFRS*, 1-14.
- Ercan, C. ve Büyükoğlu, B. (2017). KOBİ Türkiye finansal raporlama standartlarının işletmeler tarafından algılanma düzeyinin belirlenmesine yönelik bir araştırma: Gaziantep örneği. *Journal of Social And Humanities Sciences Research (JSHSR)*, 4(15), 2069-2076.
- Gökçen, G., Öztürk, E. ve Güleç, Ö. F. (2018). BOBİ FRS ve TFRS'nin finansal raporlara etkileri açısından karşılaştırılması. *Finans Ekonomi ve Sosyal Araştırmalar Dergisi (FESA)*, 3(2), 437-457.
- Güleç, Ö. F. (2018). Maddi ve maddi olmayan duran varlıkların BOBİ FRS ve TFRS açısından değerlendirilmesi. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 10(4), 901-921.
- Gürel, A. B. (2015). *Türkiye muhasebe standartları kapsamında TMS 18 hasılat standardı ve TMS 21 kur değişimlerinin etkisi standardının incelenmesi: Etimaden İşletmeleri Genel Müdürlüğü Emet Bor İşletmesi uygulaması*. Türk Hava Kurumu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/> (Tez No. 383715).
- Güvemli, O. (2007). *Mali tabloların evrimi*. İstanbul: Avcıol Basım Yayın.
- Güvemli, O. ve Aslan, Ü. (2009). Muhasebe ve finansman öğretim üyeleri kendi branşlarının tarihi ile meşgul olmalı mı?. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, (41), 30-41.
- Güvemli, O. Ve Güvemli, B. (2016). *Mali tabloların dinamik tahlili*. İstanbul: İSMMMO Yayınları.
- Hacıhasanoğlu, T., Karaca, N. ve Demirci, Ş. D. (2012). KOBİ'ler için TFRS'nin getirdiği yenilikler ve uygulanabilirliği üzerine Ankara ilinde bir araştırma. *WORLD of IFRS*, (4), 1-12.
- Hatipoğlu, O. (2009). *Türkiye'de uluslararası muhasebe standartları'nın gelişimi, gerekliliği ve uygulanabilirliği üzerine bir araştırma*. Karadeniz Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Trabzon. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/> (Tez No. 249864).
- Hatunoğlu, Z., Uçaktürk, M. ve Kılı, M. (2013). Türkiye Finansal Raporlama Standartları'nın bilinirlik düzeyi üzerine Kahramanmaraş'ta bir alan çalışması. *Niğde Üniversitesi İİBF Dergisi*, 6(1), 51-62.
- İbiş, C. (2011). TÜRMOB ve TMUD'un uluslararası meslek örgütleri ile olan ilişkileri. *IX. Türkiye Muhasebe Denetimi Sempozyumu, III. Uluslararası Türkiye Muhasebe Denetimi Sempozyumu*, 113-128.
- İbiş, C. ve Özkan S. (2006). Uluslararası Finansal Raporlama Standartları'na (UFRS) genel bakış. *Mali Çözüm Dergisi*, (74), 25-43.
- Karakaya, M. (2010). KOBİ'lerin küresel ekonomik iklimde uyumunda uluslararası finansal raporlama standartları. *Muhasebe ve Vergi Uygulamaları Dergisi*, 3(2), 1-25.
- Kaya, C. T. ve Türegün, N. (2017). Dünyada KOBİ finansal raporlama uygulamaları ve Türkiye için çıkarımlar: Yerel Finansal raporlama çerçevesi'ne Bakış. *Muhasebe ve Denetim Bakış*, (50), 97-114.
- Kılınç, Y. (2016). Yatırım amaçlı gayrimenkullerin Türkiye muhasebe ve Finansal Raporlama Standartları (TMS/TFRS) İle Yerel Finansal Raporlama Çerçevesi Taslağı açısından karşılaştırmalı incelenmesi ve muhasebeleştirilmesi. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 9(43), 1935-1946.
- Memiş, M. Ü. ve Güner, M. F. (2011). Avrupa Birliği Müktesebatına uyum sürecinde muhasebe ve denetim alanında yapılan düzenlemeler. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 20(2), 149-164.
- Özbarlas, B. (2009). *Uluslararası Finansal Raporlama Standartlarının ilk kez uygulanması ve bu uygulamanın işletmeler üzerindeki etkileri*. Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/> (Tez No. 235416).
- Özbirecikli M. ve Pastacıgil, A. (2009). Türkiye'de muhasebe eğitiminin gelişim süreci: IFAC standartları ile mukayeseli bir inceleme. *Muhasebe ve Finansman Öğretim Üyeleri Bilim ve Araştırma Derneği Dergisi (MUFAD)*, 82-97.
- Özbirecikli M., Şen, İ. K. ve Tüm, K. (2017). *Uygulamaya dönük örnekli açıklamalarla BOBİ FRS*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Özkan, M. ve Terzi, S. (2010). Avrupa Birliği'nde finansal raporlama: İngiltere, Fransa ve Almanya Örnekleri. *Mali Çözüm*, 21-44.

- Parlakkaya, R. (t.y.). Muhasebede uluslararası uyum ve Avrupa Birliği sürecinde Türkiye’de muhasebe uyumlaştırma çalışmaları. *Selçuk Üniversitesi İ.İ.B.F. Sosyal Ve Ekonomik Araştırma Dergisi*, 119-139.
- Pekdemir, R. (2007). “UFRS” furyası mı? Rantiye kapısı mı?. *Mali Çözüm İSMMMO*, (79), 107-120.
- Resmî Gazete. (2017). *Büyük ve orta boy işletmeler için Finansal Raporlama Standardı hakkında tebliğ*. 29 Temmuz 2017 Sıra No. 56, Sayı. 30138 (Mükerrer).
- Sevilengül, O. (2011). *Genel muhasebe*. Ankara: Gazi Kitabevi.
- Şahin, E. (2010). *Uluslararası muhasebe standartları çerçevesinde oluşturulan TMS-16, TMS-36, TMS-38 muhasebe standartlarının tekdüzen muhasebe sistemi ile karşılaştırılması ve Çorum’da bir sanayi işletmesi örneği*. Hitit Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Çorum. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/> (Tez No. 273234).
- Şenol, A. (2011). *KOBİ’lerde UFRS ve Basel II düzenlemelerinin farkındalığının araştırılması: Doğu Marmara örneği*. Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/> (Tez No. 296136).
- Şensoy, H. B. (2008). *Uluslararası Finansal Raporlama Standartlarının ortaya çıkışı ve gelişimi ile muhasebe standartlarının Türkiye’deki durumu*. Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/> (Tez No. 218533).
- Terzi, S. ve Şen, İ. K. (2013). Uluslararası Finansal Raporlama Standartlarına geçişin özkaynak üzerine etkileri: Borsa İstanbul örneği. *Muhasebe Bilim Dünyası Dergisi*, 15(4), 1-19.
- Uçma, T. (2011). Muhasebe okulları ve uluslararası muhasebe literatürünün gelişimine katkıları: Tarihsel perspektiften. *Muhasebe ve Denetime Bakış*, 117-136.
- Uluslan, H., Eren, E. ve Köylü, Ç. (2012). 6102 Sayılı Yeni Türk Ticaret Kanunu (TTK)’nın muhasebe ve denetim uygulamalarına getirdiği yenilikler üzerine bir araştırma. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, 11-34.
- Utku, B. D. ve Gürsoy, K. (2011). KOBİ’ler İçin Türkiye Finansal Raporlama Standartlarının (KOBİ TFRS) tam set TFRS ile karşılaştırılarak değerlendirilmesi. *Mali Çözüm Dergisi*, 19-42.
- Uysal, Ö. Ö. (2006). Uluslararası muhasebe standartlarının oluşum süreci: IASC ve önde gelen ulusal ve uluslararası örgütler. *Muhasebe ve Denetime Bakış*, 87-108.
- Uysal, T. (2017). *Türkiye muhasebe ve finansal raporlama standartları konusunda üniversite öğrencilerinin bilgi ve algı düzeylerinin ölçülmesi: Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi örneği*. Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bilecik. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/> (Tez No. 451992).
- <http://www.kobi.org.tr/index.php/tanimi/abde>, Erişim tarihi: 24.02.2019.
- <http://www.kobi.org.tr/index.php/tanimi/layout>, Erişim tarihi: 24.02.2019.
- <https://www.pwc.com.tr/tr/services/ufrs/pdf/aralik-taslak-yerel-finansal-raporlama-cercevesi.pdf>, Erişim tarihi: 25.09.2019.
- <http://www.kgk.gov.tr>

DEVELOPMENT PROCESS OF FINANCIAL AND LOCAL REPORTING STANDARDS IN TURKEY AND THE WORLD

Ömer Faruk GÜLEÇ, Şener ERGİ

Extended Abstract

Introduction

Significant improvements have been experienced in the standardization of accounting practices due to the globalization and changes in the technology. The International Accounting Standards Board (IASB) was established within the International Accounting Standards Committee (IASC) and the International Accounting Standards (IAS-IAS) and International Financial Reporting Standards (IFRS-IFRS) were issued. The main purpose of the accounting standards is to help to build comparable, understandable, reliable and relevant financial reporting behavior that creates common language in accounting world. However, the legal and economic differences of countries and the differences in the level of development of accounting systems constitute vital obstacles in the harmonization and convergence of accounting standards.

Turkey has published the Turkish Financial Reporting Standards (TFRS) which is the Turkish translation of IFRS to respond to the information needs of international financial markets and to achieve EU standards within the European Union harmonization process. When the development process of accounting standards in our country is examined, the government or institutions and organizations with legal status play an active role. These are; Public Oversight, Accounting and Auditing Standards Authority, Capital Markets Board, Banking Regulation and Supervision Agency and the Turkish Commercial Code No. 6102.

This study examines the historical development process of accounting standards and the effects of institutions and organizations involved in the establishment of standards systematically. This study outlines especially International Financial Reporting Standards (IFRS) and TFRS for SMEs, Local Financial Reporting Framework (YFRC), Financial Reporting Standard for Large and Medium Sized Enterprises (BOBI FRS) and Financial Reporting Standard for Small and Micro Sized Enterprises (KUMI FRS).

Methodology

International and local financial reporting standards have been evaluated by reviewing the most cited literature, drafts, institutional regulations and EU directions.

Results

Examining of the historical background of accounting standards reveals that preparing a comparable financial reports is essential to increase the trade, investment and economic relations between the countries. There has to be more improvements in the field of accounting standards about convergence and harmonization.

Conclusion and Discussion

EU Institutions and EU directives play major role in setting the accounting standards and these Institutions are:

- International Accounting Standards Committee (IASC)
- International Federation of Accountants (IFAC)
- International Accounting Standards Board (IASB)
- European Federation of Accountants (FEE)

In addition, many countries such as US, UK, EU countries and other countries have made important contributions to the application of standards. The institutions for accounting standards in Turkey:

- The Banks Association of Turkey
- Turkish Standardization Institute
- Insurance Supervision Board

- Capital Markets Board
- Banking Regulation and Supervision Agency
- The Ministry of Finance
- Public Oversight Accounting and Auditing Standards Authority

The main purpose of this study is to provide a holistic approach by considering the historical development process of international and local accounting standards through institutions, directives and standard texts. While TFRS has been implemented for a long time, BOBI FRS and KUMI FRS are new standard sets and accounting literature especially should focus on the local standards to achieve the reporting unity among the small and medium sized enterprises.

KİTAP İNCELEMELERİ
BOOK REVIEWS

AHMET NAFİZ ÜNALMIŞ VE MEHMET NURİ PARMAKSIZ (ED.). (2019). TÜRK BİRLİĞİNİN MÜMKÜN YOLLARI. ANKARA: AKÇAĞ YAYINLARI.

Kitap İncelemesi

Kadir Ertaç ÇELİK

Arş. Gör., Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi

kadir.celik@hbv.edu.tr | ORCID: 0000-0002-7856-9411

Ahmet Nafiz Ünalmiş ve Mehmet Nuri Parmaksız'ın editörlüğünde Akçağ Yayınları tarafından (2019 yılında) yayımlanan "Türk Birliğinin Mümkün Yolları" adlı çalışmanın seçilmesinin en temel nedenlerinin başında, 1990'lı yılların başında başta uluslararası ilişkiler olmak üzere çeşitli alanlarda üzerinde oldukça tartışılan bir kavram olan "Türk Birliğinin" kitabın inceleme konusu olması gelmektedir. Çalışmayı değerli kılan ve seçilmesine neden olan bir diğer husus ise son dönemlerde gerek karar alıcılar gerekse akademisyenlerin gündeminde üst sıralarda yer almayan ya da daha açık ve doğru ifadeyle 1990'ların başındaki popüleritesini yitiren "Türk Birliği" olgusuna sosyal bilimlerin çeşitli disiplinleri perspektifinde bakmasıdır. Ayrıca kitapta sadece teorik bir perspektif veya taraflı bir ideolojik yaklaşımdan ziyade akademik hassasiyetler çerçevesinde hem teorik hem de pratik boyutu olan ve ayrıca teknik meseleleri inceleyen makaleler de yer almaktadır.

Sosyal bilimlerin genelinde yaygın olarak görülen kavramlara yönelik ortak bir tanım yapılamaması veya kavramlar üzerinde konsensüse varılamaması durumunun geçerli olduğu "Türk Dünyası" kavramından hareketle "Türk Birliği" üzerinde akademik bir tartışma yürütülen çalışmada, uluslararası ilişkilerden ilahiyata kadar sosyal bilimlerin çeşitli disiplinlerinde akademik faaliyetler yürüten 11 akademisyenin çalışması yer almaktadır. Bahse konu makaleler ve yazarlar sırasıyla şu şekildedir;

1. Türk Dünyası'nın Birlik Arayışı: Bir Üst Kimlik Olarak "Büyük Bozkır": Prof. Dr. Mehmet Seyfettin Erol ve Dr. Dinmuhammed Ametbek.
2. Türk Dünyasında Alfabe Problemi ve Kazakistan'da Latin Alfabesine Geçiş Süreci: Prof. Dr. Bilgehan Atsız Gökdağ.
3. "Dilde, Fikirde, İşte Birlik" in Mümkün Yolları: Prof. Dr. Nurullah Çetin.
4. Türk Birliği: Ütopik Teori veya Siyasal Gerçeklik: Doç. Dr. Faiq Alakbarli.
5. Türk Dünyası Eğitim Birliği: İmkân ve Sınırları: Prof. Dr. İsmail Doğan.
6. Türk Dünyasında Ortak Dil Yaratma Süreçleri: Prof. Dr. Ahmet Buran.
7. Türk Devletlerinin Birliği Yolunda Enerji Kaynaklarının Önemi: Dr. Tayfun Atmaca.
8. Türk Devletleri Arasında Bilim Endüstri ve Teknolojik İşbirliği: Prof. Dr. Mehmet Tekin.
9. Türk Cumhuriyetlerinde Tarım ve İşbirliği İmkânları: Dr. İsmail Bozkurt.
10. Türk Birliği'ne: Köksal Özenç.
11. Türk Dünyasının Birlikteliğini Sağlamada Dini Değerlerin Yeri: Prof. Dr. Mevlüt Uyanık.

Kitapta yer alan makaleler üzerinden metodolojik açıdan bir değerlendirme yapılması halinde Türk Dünyası'nın birlik olarak inşası sürecinde en temel motivasyon veya unsurun kimlik olgusu olduğundan hareketle ilk makalede "kimlik" üzerinden bir tartışma yürütüldüğü, devamındaysa kimlik inşa sürecinin en temel bileşeni olan dil ve alfabe sorunun ele alındığı bir makalenin metodolojik hassasiyet gözetilerek sistematik bir şekilde çalışmaya dahil edildiği görülmektedir. Üçüncü makalenin yine dil birliğine dair bir analizi içermesi metodolojik açıdan uygun ve makbul olan bir tercihtir. Dördüncü makalede Türk Birliği olgusunun ütopyacı bir teorik yaklaşım mı yoksa siyasal bir gerçeklik mi olduğu tartışılmıştır. Beşinci makale ve devamında ise eğitimden enerjiye, bilim, endüstri ve teknolojiye kadar uzanan geniş yelpazede spesifik olarak birlik inşası ya da entegrasyon sürecine dair akademik perspektifler çizilmeye çalışılmıştır. Dolayısıyla sadece dördüncü sırada yer alan ve teorik bir tartışmanın yürütüldüğü makalenin çalışmanın başında ve bütün çalışmanın genel bir değerlendirmesi gibi olan onuncu makalenin ise en son sırada olmasının daha uygun olabileceğine dair kanaatle birlikte, gerek kitabın genelinde gerekse her bir makalenin kendi içerisinde metodolojik bağlamda başarılı bir çalışma olarak ortaya konulduğu iddia edilebilir.

Şekil şartları açısından bakıldığında ise gerek atıf usulleri gerekse yazım kurallarına azami ölçüde riayet edildiği görülmektedir. Şekil şartları ve metodolojik anlamda okuyucunun beklentisine cevap verebilecek olan çalışmanın makalelerinin de tek tek ele alınması zaruretinden hareketle aşağıda her bir makaleye dair tespitlerde bulunulmaya çalışılacaktır.

11 makaleden oluşan eserin ilk makalesi olan ve Prof. Dr. Mehmet Seyfettin Erol ile Dr. Dinmuhammed Ametbek tarafından kaleme alınan Türk Dünyası'nın Birlik Arayışı: Bir Üst Kimlik Olarak "Büyük Bozkır" adlı çalışmada ilk olarak "Türk" kavramı üzerinde etimolojik ve tarihsel bir okuma yapmak suretiyle kavramdan ne anlaşılması gerektiği ortaya konulmuştur. Bu bağlamda Türk Dünyası olarak adlandırılan coğrafyanın önemli bir bölümünü teşkil eden sahanın uzun yıllar Sovyetler Birliği'nin yönetimi altında kalmasından ve bölgenin toplumsal ve siyasal yapısını etkilemesinden dolayı bir ayrıma gidilmiştir. Sovyet öncesi ve Sovyet sonrası şeklinde dönemsel olarak ikiye ayrılan Türk kimliği inşası ve evrim sürecinde Türkiye'nin istisnailiği ile üst kimlik olarak değerlendirilen Büyük Bozkır kimliği üzerinden bir tartışma yürütülmüştür. Ayrıca Büyük Bozkır'ın merkezi olarak ele alınan Kazakistan ve bahse konu devletin kurucu devlet başkanı Nursultan Nazarbayev'in gerek Türk devleti gerekse Türk kimliği inşasındaki rolü de ayrıntılı olarak incelenmiştir. Oldukça akıcı bir dilin kullanıldığı makalenin teorik altyapısı ise konstrüktivist yaklaşım çerçevesinde ele alınmıştır.

Prof. Dr. Bilgehan Atsız Gökdağ'ın "Türk Dünyasında Alfabe Problemi ve Kazakistan'da Latin Alfabesine Geçiş Süreci" başlıklı makalesinde ise bir önceki makaleye benzer şekilde alfabe sorununun temelinde Çarlık Rusya ve Sovyetler Birliği'nin bölgeye yönelik politikalarının yer aldığı önermesi ileri sürülmüştür. Gökdağ, çalışmasında ilk olarak Türk Dünyası'nda kullanılan alfabeleri belirttikten sonra Kazakistan'ın Latin Alfabesine geçiş sürecini Çarlık Rusya'sı döneminden günümüze kadar detaylı bir biçimde ele almıştır. Bu makalede de Nursultan Nazarbayev'in liderlik özellikleri ve karar alma sürecindeki rolü ve etkisine vurgu yapılmıştır.

Türk Dünyasındaki milli uyanışın öncülerinden ve sembol isimlerinden olan Kırımlı Gaspıralı İsmail Bey'in "dilde, fikirde, işte birlik" düsturunun başlık olarak yer aldığı kitabın üçüncü makalesinde Prof. Dr. Nurullah Çetin tarafından bütün Türklerin birliğinin mümkünatı üzerine bir tartışma yapılmıştır. Entegrasyon sorunu temelinde yürütülen tartışmada "Turan" anlayışının veya "Türk Birliği"nin üç temel kavram üzerinden şekillendirilmesi gerektiğine vurgu yapılmıştır. Bu minvalde olması gereken siyasi, bilimsel, eğitim, sanat, sanat, spor ve toplumsal çalışmalara ilişkin önermeler ileri sürülmüştür. Türk Birliğinin semboller, değerler ve kurumlar şeklinde üçlü bir sacayağı üzerinden tesis edilebileceği iddia edilmiştir.

Azerbaycan Milli İlimler Akademisi Felsefe Enstitüsü Bilim Üyesi Doç. Dr. Faiq Alakbarli tarafından yazılan "Türk Birliği: Ütopik Teori veya Siyasal Gerçeklik" başlıklı makalede ise teorik bir tartışma yürütülmüştür. Bu bağlamda bahse konu olgunun ütopyacı veya idealist bir yaklaşımdan ziyade siyasal gerçeklik ya da realizme örtüştüğü ileri sürülmüştür. Uluslararası ilişkiler disiplinin hâkim paradigmalarının başında yer alan realist yaklaşımın parametreleri üzerinden kimi çevrelerce Türk Birliğinin alternatifi olarak sunulan Avrasya Birliği ile Türk Birliği olgularına ilişkin detaylı analizlerde bulunulmuştur. Sonuç itibarıyla realist temelleri Türk Birliği yaklaşımının pratikte karşılık bulma ihtimalinin oldukça kuvvetli olduğu kanaatine varılmıştır.

Prof. Dr. İsmail Doğan tarafından kaleme alınan "Türk Dünyası Eğitim Birliği: İmkân ve Sınırları" başlıklı makalede öncelikle Avrupa Birliği'nin ideolojik temelleri ele alınmıştır. Böylelikle ortak kimlik üzerinden topluluk veya sistem inşasına ilişkin teorik bir çerçeve çizildikten sonra küreselleşme olgusunun uygarlıklar üzerindeki etkisi göz önüne alınarak uluslararası sistemin tarihsel kodlarına geri döndüğü iddiası ortaya atılmıştır. Bahse konu iddia ortaya atılırken tarihsel anlamda İpek Yolu coğrafyasındaki toplumsal ve siyasal dinamiklerin hareketliliğine vurgu yapılmış olup Sanayi Devrimi ile başlayan Batı merkezli dünyanın sorgulandığı varsayımı ileri sürülmüştür. Bu konjonktürde Türk Dünyası bağlamında ise en önemli problematik olarak eğitim birliğinin ele alındığı çalışmada eğitim birliği programları incelenmiş bir vizyon ortaya konulmaya çalışılmıştır.

Kitapta altıncı sırada yer alan "Türk Dünyasının Ortak Dil Yaratma Süreçleri" adlı makalede Prof. Dr. Ahmet Buran, dilde birliğin entegrasyon süreçlerindeki rolünü ve ortak dilin oluşum sürecini ele almıştır. Ortak Türk yazı dilinin kullanıldığı dönemleri belirttikten sonra yazar, Türk yazı dilinde birliğin bozulma nedenlerini detaylı olarak ele almış ve "Türk Dünyasında ortak dil gerekli midir?" sorusuna yanıt aramaya çalışmıştır. Bu çerçevede "Türk Esperantosunu" olarak kavramsallaştırdığı 1887 yılında Polonyalı Ludwik Lejzer Zamenhof'un yapay dil çalışması sonucu ürettiği ve "Esperanto" adını verdiği dil üzerinden değerlendirilerek yapay "Ortak Türkçe"nin yaşama şansının olmadığını iddia etmiştir. Yapay dil yaratma seçeneğinin yerine doğal seçilme ile

bir lehçenin ortak dil olabileceği tezini savunan yazar ortak alfabe, ortak iletişim dili ve ortak yazım diline ilişkin önermelerde bulunmuştur.

Dr. Tayfun Atmaca tarafından yazılan “Türk Devletlerinin Birliği Yolunda Enerji Kaynaklarının Önemi” başlıklı çalışmada ise ekonomik ve sosyal kalkınmanın önemli girdilerinden ve uluslararası ilişkilerde devletlerin dış politikalarını etkileyici ya da belirleyici önemli parametrelerden birisi olan enerji kaynaklarının Türk Birliği inşasındaki konumu incelenmiştir. Enerji jeopolitiği üzerinden bir okumanın yapıldığı makalede bahse konu coğrafyanın Avrasya içerisindeki pozisyonuna ilişkin saptamalar yapıldıktan sonra özellikle enerji kaynakları bakımından zengin olan Hazar Bölgesi devletlerinin petrol ve doğalgaz sahaları, bunların kapasiteleri ve iletim hatları ayrıntılı bir şekilde incelenmiştir. Enerji jeopolitiğinin, uluslararası ilişkileri etkileme kapasitesi üzerinden yapılan değerlemede Türk Devletlerinin bütünleşme girişimleri ve Türk Birliğinin önündeki engeller ortaya konulmuş olup bu minvalde Türk Birliğine yönelik öneriler getirilmiştir.

Prof. Dr. Mehmet Tekin tarafından kaleme alınan “Türk Devletleri Arasında Bilim Endüstri ve Teknolojik İşbirliği” başlıklı makale ile Dr. İsmail Bozkurt’un çalışması “Türk Cumhuriyetlerinde Tarım ve İşbirliği İmkânları” adlı makaledeyse Türk Birliğinin inşası kapsamında işbirliği süreçleri işletilmesine yönelik olarak seçilen alanlara dair detaylı ve teknik incelemeler yapılmıştır.

Türk Birliğinin kurulması bağlamında pratik karşılığı olacak kurumsal önermelerin yer aldığı “Türk Birliği’ne” adlı makalede yazar Köksal Özenç, gerek teorik gerekse pratik boyutta akademik değerlendirmeler ve önermelerde bulunmuştur. Yazar, Avrupa Birliği ve Şangay İşbirliği Örgütü gibi uluslararası ve uluslararası arası örgütlerin kurumsal yapılarını ve pratiklerini incelemek suretiyle Türk Birliğinin tesis halinde hukuki ve kurumsal yapıya ilişkin detaylı olarak öneriler sunmuştur.

Çalışmanın son makalesi olan ve Hitit Üniversitesi İlahiyat Fakültesi öğretim üyesi olan Prof. Dr. Mevlüt Uyanık’ın “Türk Dünyasının Birlikteliğini Sağlamada Dini Değerlerin Yeri” başlıklı çalışmada din ve millet kavramları üzerinden teo-politik bir tartışma yürütülmüştür. Bu bağlamda Samuel P. Huntington’un “Medeniyetler Çatışması” tezini de ele alan yazar, kimlik oluşum sürecinin en önemli olgularından olan aidiyet duygusunun temelinde dinin yer aldığı iddia etmiştir. Bununla birlikte dinin her milletin ya da medeniyetin kendi değerleriyle harmoni bir şekilde şekillendiğini belirten Uyanık, Arap, Fars ve Türk Müslümanlıkları şeklinde bir kavramlaştırmayla meseleyi derinlemesine incelemiştir. Bu inceleme neticesinde ise yazar, Türk Dünyasının birlikteliğinin ve Türk Medeniyetinin dirilişinin kültürel ve dini yapısının Hanefi-Maturidi-Yesevi öğretisinin güncellenmesi ve yorumlanması ile mümkün olduğu iddiasını savunmaktadır.

FINA ANTON HURTADA VE GIOVANNI ERCOLANI (ED.). (2017). ANTROPOLOJİ VE GÜVENLİK ÇALIŞMALARI. (ÇEV. AŞKIN İNCİ SÖKMEN), İSTANBUL: ULUSLARARASI İLİŞKİLER KÜTÜPHANESİ.

Kitap İncelemesi

Emre OZAN

Dr. Öğr. Üyesi, Kırklareli Üniversitesi, Uluslararası İlişkiler Bölümü

emreozan@yahoo.com | ORCID: 0000-0002-0808-8444

Güvenlik Çalışmaları, geleneksel olarak devletin askeri yönüyle ilgilenen bir disiplin olmuştur. Devlet, realist görüş doğrultusunda, kendi topraklarını, nüfusunu ve siyasi kurumlarını askeri güçle savunma misyonuna sahip bir varlık olarak kabul edilmiştir. Soğuk Savaş döneminin bir ürünü olan bu disiplin, dönemin temel güvenlik sorunu nükleer silahlardan kaynaklandığı için nükleer caydırıcılık konusuna odaklanmıştır. Bir başka ifadeyle, devlet merkezli bir yaklaşım benimsenmiş ve güvenliğin askeri olmayan boyutları ihmal edilmiştir. Soğuk Savaş'ta yaşanan yumuşamanın yanı sıra, 1970'li yıllarda ekonomik, toplumsal, çevresel güvenlik sorunlarının öne çıkması, Güvenlik Çalışmalarının gündemini değiştirmiştir. 1980'li yıllara gelindiğinde güvenlik gündeminin genişlemesi, Güvenlik Çalışmaları içerisinde başlıca tartışma konusu haline gelmiştir (Ullman, 1983; Buzan, 2007).

Soğuk Savaş'ın sona ermesiyle birlikte, geleneksel güvenlik yaklaşımlarına yönelik eleştiriler, askeri olmayan güvenlik sorunlarını devletlerin güvenlik gündemine dahil etme amacıyla sınırlı kalmamıştır. Bunun yerine geleneksel yaklaşımların temel varsayımları sorgulanmaya başlanmıştır. Her şeyden önce, sadece devlete odaklanmanın gerekli olup olmadığı tartışılmıştır. Çünkü Soğuk Savaş sonrasında artan insani krizler, devlet güvende olduğunda insanların da güvende olacağı mitini yıkmıştır. Devlet hem güvenlik sağlayan bir aktör hem de güvensizlik kaynağı olarak Janus yüzlü doğası ile Güvenlik Çalışmalarının tartışma konularından biri haline gelmiştir (Smith 1999, s. 74).

Güvenlik Çalışmalarındaki bu yeni yaklaşımlar güvenlik gündemini derinleştirmiştir. Derinleşme, iki açıdan ele alınabilir (Bilgin, 2010). Birincisi, devletin sorgulanmaya başlaması güvenliğin siyasi doğasını ortaya koymuştur. Böylece nelerin güvenlik meselesi olup nelerin olmadığını belirleyen siyasi yapılar ve süreçler irdelenmeye başlanmıştır. İkincisi, Güvenlik Çalışmalarındaki devlet merkezliliğin eleştirisiyle birlikte, güvenliğe ilişkin akademik bilgiyle siyasi gündem arasındaki ilişki de tartışmaya açılmıştır. Çünkü geleneksel güvenlik yaklaşımları, devleti entelektüel açıdan güçlendiren etkiler doğurmuştur.

Yeni güvenlik yaklaşımlarının biçimlenmesinde önemli gelişmelerden biri 1994 yılında toplanan bir konferans olmuştur. *Çatışmayla İlgili Stratejiler: Güvenlik Çalışmalarına Eleştirel Yaklaşımlar* başlıklı konferansta gerçekleşen tartışmalar 1997 yılında kitaplaştırılmıştır. Keith Krause ve Michael C. Williams'ın (1997) editörlüğünü üstlendiği *Eleştirel Güvenlik Çalışmaları: Kavramlar ve Örnek Olaylar* başlıklı kitap "Eleştirel Güvenlik Çalışmaları" etiketini ortaya çıkarmıştır. Dünyanın pek çok yerinden araştırmacının, Güvenlik Çalışmaları disiplininin yönü konusundaki tartışmalara bu etiket çerçevesinde yanıt araması hedeflenmiştir. Bununla birlikte, kesin bir kuramsal etiket belirlemek ve bu etiketin içeriğini kesin olarak doldurmak yerine disipline yönelik bir eğilim ortaya çıkarılmak istenmiştir (Krause & Williams, 1997, s. X-XI). Bir başka deyişle, Güvenlik Çalışmalarına eleştirel ve yeni bakış açıları getiren tüm araştırmacılar, bu etiket etrafında tartışmaya davet edilmiştir.

Değerlendirmeye konu olan *Antropoloji ve Güvenlik Çalışmaları* başlıklı kitap bu davete katılan bir grup araştırmacının ürünüdür. Bu derleme, 2012'de Londra'da düzenlenen panelde sunulan bildirileri bir araya getirmektedir. Panelin amacı, antropoloji disiplininin Güvenlik Çalışmaları alanına sağladığı analiz araçlarını araştırmak olmuştur (s. 33). Güvensizliklerin son derece kapsamlı ve karmaşık olduğu bir dünyada, eleştirel güvenlik çalışmalarının programına uygun şekilde, bir özgürleştirme politikasına katkıda bulunmak hedeflenmiştir. Bu doğrultuda, Krause ve Williams'ın eleştirel yaklaşımı benimseyen araştırmacılara ortak bir gündem oluşturmak için ortaya koydukları üç argüman benimsenmiştir.

Birincisi, güvenliğin atıf nesnesi sorgulanmalıdır. Devletler ne kadar önemli olsalar da insanların güvenliğini sağlamakta yeterli değildir ve kimi zaman insanlara karşı bir tehdide dönüşmektedirler. Soğuk Savaşın sona ermesi ve küreselleşmenin hızlanmasıyla birlikte devletin meşruluğu ve gücü erozyona uğramıştır. Antropolojinin, Güvenlik Çalışmalarıyla yollarının kesişmesini sağlayan en önemli gelişme budur. Devletin zayıfladığı bu ortamda güvenlik, sadece devletin sınırlarının dışında yer alan somut tehditlere ilişkin değildir. Daha ziyade, gündelik yaşamın bir parçası haline gelen şiddete ve önceden tahmin edilmesi zor risklere ilişkindir. Dolayısıyla bireylerin ve toplumların biz ve öteki tanımlarını, karşılaştıkları güvensizlikleri, kimliğe ve kültüre ilişkin eğilimlerini anlamada antropoloji değerli katkılarda bulunabilir.

İkincisi, güvenliğin atıf nesnesi çeşitlendiğinde, güvenliği tehdit eden şeyleri askeri meselelerle sınırlamak mümkün olmayacaktır. Tehditleri askeri açıdan ele almak ve askeri çözümler üretmek çoğu durumda anlamsız ya da yetersizdir. Güvenlik askeri tehditlere karşı hazırlanmaktan ibaret değildir. Düşman hakkındaki bilgimizi, onun askeri kapasitesi ve fiziki yetenekleri ile sınırlamak güvenlik sorunlarını çözmeye yardımcı olmamaktadır. Örneğin, Sovyetler Birliği'nin askeri kapasitesi hakkındaki onca bilgiye ve bu kapasiteye nasıl karşı konulacağına dair akademik çalışmalara rağmen güvenlik çalışanları ve Amerikan güvenlik bürokrasisi "Sovyet komünist düşmanı" gerçekten tanyor muydu (s. 23)? Güvenliğe antropolojik yaklaşım, özellikle devlet düzeyinin altında kalan atıf nesnelere korkularını ve güvensizliklerini keşfetmede ve kendimiz ile öteki hakkında kapsamlı bilgiyi üretmek için analiz edilmesi gereken sosyal ve kültürel yapıları açığa çıkarmada faydalı bir yöntem sunmaktadır.

Üçüncüsü, Güvenlik Çalışmalarının objektiflik iddiası sorgulanmalı ve yeni yöntemler kullanılmalıdır. Güvenlik Çalışmaları post-pozitivist bir çalışma gündemine sahip olmalıdır. Çünkü toplumsal gerçeklik bizim dışımızda orada duran ve nesnel olarak açıklayabileceğimiz bir olgu değildir. Özneler arası ilişkiler yoluyla fikirler, normlar ve değerler tarafından inşa edilmiştir. Bu açıdan güvenliğe ilişkin kuramlar da masum değildir, bir kuram her zaman birileri ve bazı amaçlar içindir. Güvenlik kuramları, bir bakıma kendileri için bir yapı oluştururlar. Tam da bu noktada Güvenlik Çalışmaları ile antropolojinin işbirliği yapabileceği alanlar ortaya çıkmaktadır.

Antropoloji, yaygın görüşe göre, sömürgeciliğin gelişimine paralel olarak ortaya çıkmıştır. Sömürgeci güçlerin, Batı medeniyeti ile hiç karşılaşmamış ya da bu medeniyetten nasibini almamış "öteki" halkları yönetebilmesi için ihtiyaç duyduğu kültürel ve toplumsal bilgiyi antropoloji sağlamıştır. Sömürge sonrası dönemdeyse, antropoloji, kendisi için yeni bir araştırma gündemi yaratmaya başlamıştır. Günümüzde, yeni-sömürgeciliğin kavramsallaştırılması bağlamında Güvenlik Çalışmaları ile antropoloji ortak bir pozisyonda buluşmuşlardır (s. 29). Biz ve ötekinin nasıl inşa edildiğini ortaya koymak, başka bir deyişle, güvende olması gerekenler ile tehdit olarak görülenlerin toplumsal, kültürel, dilsel gerçekliğini keşfetmek için antropolojik bilginin sunacağı çok fazla imkân bulunmaktadır.

Antropolojiyle Güvenlik Çalışmalarının kesiştiği noktalar bu şekildedir. Bunların dışında, antropoloji pratik anlamda, günümüz dünyasında karşılaştığımız güvenlik sorunlarının çözümüne de katkı sağlayabilir. *Antropoloji ve Güvenlik Çalışmaları* başlıklı bu derlemeye yazdığı önsözde Luis Alvarez Munarriz, kapsamlı bir güvenlik modelinin kurulmasında, antropoloji biliminin önemli katkılarda bulunabileceğini ileri sürmektedir. Öncelikle insan yaşamının kendi başına değerli olduğunda ısrar edilmesi gerekir. Eleştirel güvenlik çalışmaları güvenliğin insani boyutunu ön plana çıkardığı gibi antropoloji de güvenliğe insan vizyonunun kazandırılmasına katkıda bulunabilir.

Eleştirel yaklaşım, insanların karşılaştığı her türden güvensizliği Güvenlik Çalışmalarının gündemine dahil etme çabasıdır (Booth, 1991). Lakin, küreselleşen dünyada artan güvensizlikler otoritenin güçlenmesine ve güvenlik-özgürlük dengesinin güvenlik lehine bozulmasına yol açmaktadır. Yukarıda değinilen, devletlerin küreselleşmeyle birlikte zayıflamaları süreci, yerini devletin yeniden güçlenmesi sürecine bırakmaktadır. Modern toplumlarda yükselen güvenlik mitinin açıklanmasında ve aşılmasında antropolojik bilginin katkıları değerlidir. Yeni güvenlik modelinin insani ve toplumsal boyutunun yanı sıra sembolik boyutu da önem taşımaktadır. Kültürel kimliklerimiz herkesin saygı göstermesi gereken bir değerdir. Ancak bu kültürel kimliklerin giderek daha fazla karşı karşıya geldiği ve çatıştığı bir toplumsal güvensizlik ikilemi tüm dünyada yaygındır (Wæver, 2008). Bu toplumsal güvenlik sorunlarının çözümünde sosyal ve kültürel faktörlere ilişkin antropolojik bilgi yararlı olabilir.

Derlemede yer alan altı makalede, antropolojik bilginin ve yöntemin Güvenlik Çalışmalarında nasıl kullanılabileceği, birtakım örnek olaylar üzerinden ele alınmıştır. Birinci makalede Giovanni Ercolani,

(*Eleştirel Güvenlik Çalışmaları ve Antropolojiyi Küresel Bağlamda Düşünmek: Bir Antropolojik Alan Olarak NATO Sivil-Askeri İşbirliği Doktrini*) NATO operasyonlarındaki asker-sivil işbirliği meselesini incelemektedir. NATO bünyesinde yürütülen barış operasyonları yalnızca askeri açıdan yürütülen operasyonlar değildir. NATO'nun ev sahibi ülkede hükümet kurumları, hükümet-dışı kurumlar, uluslararası örgütler ile birlikte çalışması gerekmektedir. Bunun yanı sıra NATO personelinin yerel kültür hakkındaki farkındalığının ve iletişim becerisinin yüksek olması gerekmektedir. Bu beceri, yürütülen barış operasyonuna yerel halkın etkin rızasının sağlanmasına yardımcı olabilir. Bu bakımdan, pozitif barışın inşasında küresel bir vizyonun yanı sıra antropolojik bir bakış açısına da ihtiyaç duyulmaktadır.

Chris Farrands, *Görsel Etnografiler, Çatışma ve Güvenlik* başlıklı makalesinde görsel materyallerin güvenlik algulamamızın oluşumunda oynadığı rollere bakmaktadır. Post-yapısalcı yaklaşımlar resmi söylemlerin dışında edebiyat ve buna benzer çeşitli söylem biçimlerini analiz etmektedir. Farrands, içerik analizinin sınırlarının genişletilmesiyle ilgilenmekte ve bu noktada fotoğraflara bakmaktadır. Fotoğraflar güvenliğe ilişkin meselelerde güvenilir bir bilgi kaynağı olabilir mi sorusu, makalenin çıkış noktasıdır. Fotoğrafları çarpıtmanın bu kadar kolay olduğu bir teknolojik yapıda elbette güvenilirlik önemli bir sorun yaratmaktadır. Ancak mesele bununla sınırlı değildir. Örneğin, fotoğrafçının savaş alanında çektiği fotoğraflardan hangisinin yayımlanıp hangisinin yayımlanmayacağı hangi süreçlerde belirlenmektedir. Bir fotoğraf, bir şeyleri gösterdiği gibi başka bazı şeyleri göstermemeyi de tercih edebilmektedir. Diğer yandan, görselliğin kamusal iletişimde bu denli yaygın kullanıldığı bir dünyada şiddete ilişkin fotoğraflar hissisleşme etkisi yaratabilmektedir. Acı çeken insanların yer aldığı fotoğraflara duygusal tepki verilmesi esastır. Bu tepkinin verilmemesi insanlık dışı olacaktır. Ancak fotoğrafların duyguya dayanan bir anlayış oluşturması, o fotoğraflara eleştirel bakışın önüne geçmekte ve onlara kusur bulmayı imkânsız hale getirmektedir (s. 120). Elbette, şiddeti yansıtan fotoğraflara duygusal bir tepki verilmesi doğaldır. Bununla birlikte, fotoğrafların da eleştirel içerik analizine tabi tutulması gereken birer metin oldukları unutulmamalıdır ve duygusal tepkilerimiz bunun önüne geçmemelidir.

Harvey Langholtz, *Barışı Koruma Operasyonlarının Psikolojisi: Siyasi Realizm ve Eleştirel Güvenlik Teorisinin Buluşacağı Bir Alan* başlıklı makalesinde savaşların yirminci yüzyıldaki serüvenini kısaca anlattıktan sonra günümüz barış operasyonlarına değinmektedir. Barışın korunması artık ordular arasındaki bir askeri mesele değildir. Bir çatışma sona erdikten sonra ateşkesin korunması, savaşan tarafların silahsızlandırılması, altyapının yeniden inşa edilmesi, siyasal sistemin tesis edilmesi, toplumsal alanda güven inşası vb. görevler askerlerin yerine getirebileceği görevler değildir. Dolayısıyla barış operasyonları siyaset bilimi, sosyoloji, psikoloji ve antropoloji gibi çeşitli bilim insanlarının çalışma alanına girmektedir. Bu çatışmaları anlamaya ve yenilerinin tekrar edilmesini önlemeye yönelik fikirlerin geliştirilmesi için bu bilim insanlarının katkıları gerekmektedir.

Danielle Moretti-Langholtz, *Devrim Dünya Çapında Devam Ediyor! Küresel Güvensizlik Çağında Özgürleştirme Politikaları* başlıklı makalesinde Wall Street'i işgal Et eylemlerini ele almaktadır. Yaptığı antropolojik gözlem, 2008 küresel finans krizi sonrasında pek çok ülkede görülen toplumsal hareketlerin temel özelliklerini ortaya koyması bakımından önem taşımaktadır. Bu hareketlerin lidersiz yapısı ve hiyerarşik olmayan örgütlenme biçimi, sosyal medyaya dayalı propaganda yöntemleri dikkat çeken özelliklerdir. Bunun yanı sıra, eylemcilerin bir kamusal alanı işgal ederek buralarda kamplar kurmaları ve bu alanlarda dayanışma ve paylaşmanın hâkim olduğu bir yaşam biçimini tecrübe etmeleri antropolojik gözlem için fırsatlar yaratmaktadır. Eylemciler alternatif bir kamusal alan yaratma, katılımcı demokrasinin dinamik bir örneğini sergileme ve bunlara benzer başka yöntemlerle sembolik kazanımlar elde etme peşindedirler.

Desiree Pangerc, *İnsan Ticareti ile Mücadelede Antropolojik Yöntemler: Suç Şebekelerinin Analizi ve Kurban Odaklı Yaklaşım* başlıklı makalesinde insan ticareti meselesini Bosna-Hersek örneğinde antropolojik bir yaklaşımla ele almaktadır. Bu yaklaşım, konuya ilişkin istatistikler verilerle gerçeklik arasındaki farklılaşmayı ortaya koyabilmek açısından fayda sağlamaktadır. Resmi verilere dayanan analizin sınırlılıkları ve kurbanlara odaklanan nitel bir analizin gerekliliği ortaya konulmaktadır.

Marco Ramazzotti, *Antropoloji ve Çatışmalar: Günümüz Dünyasının Savaşlarında ve Barışı Koruma Faaliyetlerinde Neden Antropolojik Bakış Açısı Gereklidir?* başlıklı makalesinde savaşa dair değişen düşünceleri ele almakta ve günümüz ordularının karşılaştığı yeni sorunları açıklamaya çalışmaktadır. Birbirine benzeyen düzenli orduların savaşları, savaşla ilgili ortak bir hukuk yaratır. Bu ordular birbirlerine karşı savaşlar da benzer davranış kalıplarını benimserler. Ancak günümüz orduları kültür ve davranışlara sahip

olmayan alanlarda operasyon gerçekleştirirler. Dolayısıyla askerlerin savaşı nasıl anlamaları gerektiği ve operasyon yürüttükleri alanda yerel halkla nasıl ilişki kuracakları gibi konular önem kazanmaktadır. Bu konular çeşitlendirilebilir. Günümüz ordularının bilmeye ihtiyaç duyduğu pek çok konuda antropoloji önemli bir rol oynamaktadır.

Derlemede yer alan her bir makale Güvenlik Çalışmaları ile antropoloji arasında kurulabilecek işbirliğinin çeşitli örneklerini sunmaktadır. Belirli bir yaklaşımın ya da metodolojinin benimsenip uygulanmasından ziyade farklı konulara farklı bakış açıları ve yöntemler getirilmektedir. Araştırmacılara, başvurabilecekleri somut kalıplar ve programlar sunmak yerine hem Güvenlik Çalışmaları hem de antropoloji biliminin sınırlarını genişletmek hedeflenmektedir. Dolayısıyla, burada yer alan makaleleri bir vaka incelemesi olarak görmek yerine disiplin içi bir tartışmaya getirilen alternatif bakış açıları olarak görmek gerekir. Bu bakış açıları Güvenlik Çalışmaları disiplininin Soğuk Savaş sonrası genişleyen ve derinleşen gündemine anlamlı bir katkı sağlamaktadır.

Bu derlemenin Türkçeye kazandırılması ise Türkiye'deki Güvenlik Çalışmaları açısından anlamlıdır. Son yıllarda, Güvenlik Çalışmaları disiplini Türkiye'de hızlı bir gelişim içerisinde. Buna koşut olarak hem Uluslararası İlişkiler hem de Güvenlik Çalışmaları alanındaki temel metinlerin Türkçe çevirileri hızla artmaktadır. Bu çeviriler Türkçe literatüre hiç kuşkusuz önemli katkılar sunmaktadır. Bununla birlikte, çeviri ve redaksiyon sorunları, kimi zaman okuma keyfini kaçırarak düzeye erişebilmektedir. Kitabın bu anlamda ciddi sorunları olduğu, okurun gözünden kaçmayacaktır. Bu sorunlar, metni okumayı zorlaştırırsa da bu derlemenin Türkçeye kazandırılmış olmasının değerini azaltmamaktadır.

Kaynakça

Bilgin, P. (2010). Güvenlik çalışmalarında yeni açılımlar: Yeni güvenlik çalışmaları. *SAREM Stratejik Araştırmalar Dergisi*, 8(14), 69-96.

Booth, K. (1991). Security and emancipation. *Review of International Studies*, 17(4), 313-326.

Buzan, B. (2007). *People, states & fear: an agenda for international security studies in the post-Cold War era, (Second Edition)*. Colchester: ECPR Press.

Krause, K. & Williams, M. C. (1997). *Critical security studies: Concepts and cases*. Minneapolis: University of Minnesota Press.

Smith, S. (1999). The increasing insecurity of security studies: conceptualizing security in the last twenty year. *Contemporary Security Policy*, 20(3), 72-101.

Ullman, R. H. (1983). Redefining security. *International Security*, 8(1), 129-153.

Wæver, O. (2008). The changing agenda of societal security. In Brauch H.G. et. al. (Eds.) *Globalization and environmental challenges. Hexagon Series on Human and Environmental Security and Peace, vol 3*. Berlin: Springer, 581-593.



KIRKLARELİ ÜNİVERSİTESİ
İKTİSADİ ve İDARİ
BİLİMLER FAKÜLTESİ
DERGİSİ

KIRKLARELİ UNIVERSITY
JOURNAL of the FACULTY of
ECONOMICS and ADMINISTRATIVE
SCIENCES

ISSN: 2146-3417 - E-ISSN: 2587-2052

Yıl / Year: 2019

Cilt / Volume: 8

Sayı / Number: 2

KIRKLARELİ ÜNİVERSİTESİ

İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi

ISSN: 2146-3417 / E-ISSN: 2587-2052



**KIRKLARELİ
UNIVERSITY**
**Journal of the Faculty
of Economics and
Administrative Sciences**

Yıl / Year: 2019

Cilt / Volume: 8

Sayı / Number: 2