



Sayı/Number 48

Ocak/January 2022

ISSN 1308-2922 E-ISSN 2147-6985

**P A M U K K A L E Ü N İ V E R S İ T E S İ  
S O S Y A L B İ L İ M L E R E N S T İ T Ü S Ü D E R G İ S İ**

**P A M U K K A L E U N İ V E R S İ T Y  
J O U R N A L O F S O C I A L S C I E N C E S I N S T I T U T E**



ISSN 1308-2922 E-ISSN 2147-6985

# PAMUKKALE ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ DERGİSİ

## PAMUKKALE UNIVERSITY JOURNAL OF SOCIAL SCIENCES INSTITUTE

Sayı/ Number 48

Ocak/January 2022

### Sahibi ve Yazı İşleri Müdürü

Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Adına  
Prof. Dr. Nurten SARICA

### Baş Editör

Prof. Dr. Naci KARKIN

Uluslararası hakemli bilimsel bir dergi olan PAUSBED ilk olarak 2008 yılında yayımlanmıştır. 2017 yılından itibaren E-dergi olarak yayımlanmaktadır. PAUSBED 2021 yılından itibaren yılda altı kez (Ocak, Mart, Mayıs, Temmuz, Eylül ve Kasım) yayımlanacaktır. Dergide yayımlanan çalışmalardan, kaynak gösterilmek şartıyla alıntı yapılabilir. Çalışmaların tüm sorumluluğu yazarına/yazarlarına aittir.

### İngilizce Redaktör

Öğr. Gör. Ayşe YAVUZ

### Sekreteryaya/Dizgi

Cansu EKİNCİ

### DİZİNLENME

ULAKBİM TR DİZİN

EBSCO HOST

ASOS Index

Araştırmacı Bilimsel Yayın İndeks

Türk Eğitim İndeks

SOBIAD, İSAM

### Yazışma Adresi

Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Kınıklı Yerleşkesi 20070

Kınıklı – DENİZLİ / TÜRKİYE

Tel. + 90 (258) 296 21 82 Fax. +90 (258) 296 39 66

[pausbed.pau.edu.tr](http://pausbed.pau.edu.tr)



## DANIŞMA KURULU/ADVISORY BOARD

Prof. Dr. Arif BİLGİN	Sakarya Üniversitesi, Türkiye Sakarya University, Turkey
Prof. Dr. Aylin ÖZMAN	Türk Eğitim Derneği Üniversitesi, Türkiye Turkish Education Association University, Turkey
Prof. Dr. Cihan ÇOBANOĞLU	Güney Florida Üniversitesi Sarasota-Manatee, ABD University of South Florida Sarasota-Manatee, USA
Prof. Dr. Doğan GÜRSOY	Washington Devlet Üniversitesi, ABD Washington State University, USA
Prof. Dr. Faye HAMMILL	Strathclyde Üniversitesi, İskoçya University of Strathclyde, Scotland
Prof. Dr. Francesco D'ANDRA	Salento üniversitesi, İtalya Univesity of Salento, Italy
Prof. Dr. Geri SMYTH	Strathclyde Üniversitesi, İskoçya University of Strathclyde, Scotland
Prof. Dr. Géza DÁVID	Eötvös Loránd Üniversitesi (Elte), Macaristan Eötvös Loránd University (Elte), Hungary
Prof. Dr. Kadir PEKTAŞ	İstanbul Medeniyet Üniversitesi, Türkiye Istanbul Medeniyet University, Turkey
Prof. Dr. Mehmet Ali ÜNAL	Pamukkale Üniversitesi, Türkiye Pamukkale Univesity, Turkey
Prof. Dr. Mithat ÜNER	Atılım Üniversitesi, Türkiye Atılım University, Turkey
Prof. Dr. Nevin GÜNGÖR ERGAN	Hacettepe Üniversitesi, Türkiye Hacettepe University, Turkey
Prof. Dr. Orlin SABEV	Bulgar Bilimler Akademisi, Bulgaristan Bulgarian Academy of Science, Bulgaria
Prof. Dr. Sinan OLKUN	Ankara Üniversitesi, Türkiye Ankara University, Turkey
Prof. Dr. Vincent LUIZZI	Teksa Devlet Üniversitesi, ABD Texas State University, USA
Prof. Dr. Yıldıray ÖZBEK	Akdeniz Üniversitesi, Türkiye Akdeniz University, Turkey
Prof. Dr. Tefvik DALGIÇ	Teksa at Dallas Üniversitesi, ABD University of Texas at Dallas, USA
Prof. Dr. Tuđrul İNAL	Hacettepe Üniversitesi, Türkiye Hacettepe University, Turkey
Prof. Dr. Zbigniew BIALAS	Katowice Silesia Üniversitesi, Polonya University of Silesia in Katowice, Poland
Prof. Dr. Yunus BALCI	Pamukkale Üniversitesi, Türkiye Pamukkale Univesity, Turkey

## YAYIN KURULU/EDITORIAL BOARD

Prof. Dr. Naci KARKIN	Pamukkale Üniversitesi, Denizli
Prof. Dr. Ahmet DUMAN	Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Muğla
Prof. Dr. Asuman ALTAY	Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir
Prof. Dr. Cem KILIÇ	TOBB Ekonomi ve Teknoloji Üniversitesi, Ankara
Prof. Dr. Bener GÜNGÖR	Atatürk Üniversitesi, Erzurum
Prof. Dr. Bülent GÜLOĞLU	İstanbul Teknik Üniversitesi, İstanbul
Prof. Dr. Fatih Sultan Mehmet ÖZTÜRK	Pamukkale Üniversitesi, Denizli
Prof. Dr. Handan KUMAŞ	Pamukkale Üniversitesi, Denizli
Prof. Dr. Hüseyin Gazi TOPDEMİR	Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Muğla
Prof. Dr. Mehmet YAVUZ	Karadeniz Teknik Üniversitesi, Trabzon
Prof. Dr. Metin EKİCİ	Ege Üniversitesi, İzmir
Prof. Dr. Selim KARAHASANOĞLU	İstanbul Medeniyet Üniversitesi, İstanbul
Prof. Dr. Suat KOLUKIRIK	Akdeniz Üniversitesi, Antalya
Prof. Dr. Tamer AKSOY	İbn Haldun Üniversitesi, İstanbul
Doç. Dr. Ahmet YILMAZ	Cumhuriyet Üniversitesi, Sivas
Doç. Dr. Dilek ÇETİNDAS	Pamukkale Üniversitesi, Denizli
Doç. Dr. Elif BOZYİĞİT	Pamukkale Üniversitesi, Denizli
Doç. Dr. Feyyaz KARACA	Pamukkale Üniversitesi, Denizli
Doç. Dr. Gökçen Kurtuluş ÖZTAŞKIN	Pamukkale Üniversitesi, Denizli
Doç. Dr. A. Nazif ÇATIK	Ege Üniversitesi, İzmir
Doç. Dr. Hakan Mehmet KİRİŞ	Süleyman Demirel Üniversitesi, Isparta
Doç. Dr. Sezen KARABULUT	Pamukkale Üniversitesi, Denizli
Doç. Dr. Sinem KANGALLI UYAR	Pamukkale Üniversitesi, Denizli
Doç. Dr. Yeliz MOHAN BURSALI	Pamukkale Üniversitesi, Denizli
Dr. Öğr. Üyesi Aysel BAYTOK	Pamukkale Üniversitesi, Denizli
Dr. Öğr. Üyesi Baysar TANIYAN	Pamukkale Üniversitesi, Denizli
Dr. Öğr. Üyesi F. Zeynep BİLGE	Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi, İstanbul
Dr. Öğr. Üyesi Fatma KABA	Pamukkale Üniversitesi, Denizli
Dr. Öğr. Üyesi Mustafa GÜLTEKİN	Pamukkale Üniversitesi, Denizli
Dr. Öğr. Üyesi Mustafa Ozan YILDIRIM	Pamukkale Üniversitesi, Denizli
Dr. Öğr. Üyesi Mustafa İNCEKARA	Pamukkale Üniversitesi, Denizli
Dr. Öğr. Üyesi Serap ALKAYA	Pamukkale Üniversitesi, Denizli
Dr. Öğr. Üyesi Umut TEPEKULE	Pamukkale Üniversitesi, Denizli

## ALAN EDITÖRLERİ/SECTION EDITORS

Prof. Dr. Naci KARKIN  
Prof. Dr. Handan KUMAŞ  
Prof. Dr. Fatih Sultan Mehmet ÖZTÜRK  
Doç. Dr. Dilek ÇETİNDAS  
Doç. Dr. Elif BOZYİĞİT  
Doç. Dr. Feyyaz KARACA  
Doç. Dr. Gökçen Kurtuluş ÖZTAŞKIN  
Doç. Dr. Sezen KARABULUT  
Doç. Dr. Sinem KANGALLI UYAR  
Doç. Dr. Yeliz MOHAN BURSALI  
Dr. Öğr. Üyesi Aysel BAYTOK  
Dr. Öğr. Üyesi Baysar TANIYAN  
Dr. Öğr. Üyesi Ece AKYOL  
Dr. Öğr. Üyesi Fatma KABA  
Dr. Öğr. Üyesi Mustafa GÜLTEKİN  
Dr. Öğr. Üyesi Mustafa Ozan YILDIRIM  
Dr. Öğr. Üyesi Mustafa İNCEKARA  
Dr. Öğr. Üyesi Serap ALKAYA  
Dr. Öğr. Üyesi Umut TEPEKULE

## HAKEM KURULU/ARBITRATION COMMITTEE

Prof. Dr. Afsun Ezel ESATOĞLU	Ankara Üniversitesi
Prof. Dr. Ahmet DİKEN	Necmettin Erbakan Üniversitesi
Prof. Dr. Ayşegül Asuman AKDOĞAN	Erciyes Üniversitesi
Prof. Dr. Banu MUSTAN DÖNMEZ	Ankara Müzik ve Güzel Sanatlar Üniversitesi
Prof. Dr. Burcu Selin YILMAZ	Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Cemal ZEHİR	Yıldız Teknik Üniversitesi
Prof. Dr. Emre TOROS	Hacettepe Üniversitesi
Prof. Dr. Hamza ATEŞ	İstanbul Medeniyet Üniversitesi
Prof. Dr. İsmet PARLAK	Pamukkale Üniversitesi
Prof. Dr. Mahmut AKBOLAT	Sakarya Üniversitesi
Prof. Dr. Mehmet Ali ÜNAL	Pamukkale Üniversitesi
Prof. Dr. Mehmet Emre GÜLER	İzmir Katip Çelebi Üniversitesi
Prof. Dr. Mehmet ERYILMAZ	Uludağ Üniversitesi
Prof. Dr. Ramazan ŞENGÜL	Kocaeli Üniversitesi
Prof. Dr. Rüştü YAYAR	Gaziosmanpaşa Üniversitesi
Prof. Dr. Sima NART	Sakarya Üniversitesi
Prof. Dr. Şeniz ANBARLI BOZATAY	Balıkesir Üniversitesi
Doç. Dr. Ahmet Tuncay ERDEM	Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi
Doç. Dr. Erhan ÖRSELLİ	Necmettin Erbakan Üniversitesi
Doç. Dr. Fatma YÜKSEL ÇAKIR	Aydın Adnan Menderes Üniversitesi
Doç. Dr. Harun KIRILMAZ	Sakarya Üniversitesi
Doç. Dr. İbrahim YALÇIN	Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi
Doç. Dr. İlknur ÖZTÜRK	Çağ Üniversitesi

## HAKEM KURULU/ARBITRATION COMMITTEE

Doç. Dr. Mehmet SAĞIR	Selçuk Üniversitesi
Doç. Dr. Mürsel BAYRAM	Ankara Sosyal Bilimler Üniversitesi
Doç. Dr. Nilüfer ALKAN GÜNEY	Uludağ Üniversitesi
Doç. Dr. Oya ERU	Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi
Doç. Dr. Selma KALYONCUOĞLU BABA	Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi
Doç. Dr. Şeyma ERSOY ÇAK	İstanbul Medipol Üniversitesi
Doç. Dr. Turan AÇIK	Aksaray Üniversitesi
Doç. Dr. Umut BEKCAN	Pamukkale Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Ahmet ŞİT	Malatya Turgut Özal Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Ayşem SEZER ŞANLI	Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Barış AĞIR	Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Çağlar EZİKOĞLU	Çankırı Karatekin Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Gülşah GÖÇMEN	Aksaray Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Hasan CİNNİOĞLU	İskenderun Teknik Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Hatice SARI GÖK	Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Kadriye Çiğdem YILMAZ	Sivas Cumhuriyet Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Kerem YAVAŞÇA	Ahi Evran Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Mehmet Halit AKIN	Erciyes Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Mithat TURHAN	Mersin Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Mustafa ÇOBAN	Akdeniz Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Nazan ŞAK	Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Nazmiye Ülkü PEKKAN	Tarsus Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Osman Zeki GÖKÇE	İstanbul Medipol Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Semih ARICI	Pamukkale Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Yeşim DİNDAROĞLU	Karadeniz Teknik Üniversitesi
Dr. Emine DENİZ	Chicago Üniversitesi
Öğr. Gör. Doğançan ÇAVMAK	Tarsus Üniversitesi
Öğr. Gör. Gökçe SERT	Orta Doğu Teknik Üniversitesi
Uzman Zehra KOÇDAŞ	Megasan İnsan Kaynakları ve Kalite Müdürü

## İÇİNDEKİLER /CONTENTS

### Araştırma Makaleleri-Research Articles

Ahmet NOHUTÇU, Aydın AKPINAR.....	1
<b>Türkiye’de Yerel Yönetimler Akıllı Şehirler için Ne Kadar Hazır?: Politika Belgeleri Üzerinden Bir İnceleme</b> <i>How Prepared are Local Governments for Smart Cities in Turkey?: A Review of Policy Documents</i>	
Ayşem SEZER ŞANLI.....	23
<b>Bir Yurttaş Protestosu Olarak Sürekli Aydınlik için Bir Dakika Karanlık Eylemleri</b> <i>One Minute Darkness for Constant Light Actions as a Citizens Protest</i>	
Ayşenur DAL.....	47
<b>Sansürlü Aynaya Bakış: Kısıtlı Bilgi Ortamlarında Algılanan Demokrasi Arzı</b> <i>Looking at the Censored Mirror: Perceived Supply of Democracy in Restricted Information Environments</i>	
Ekin Kadir SELÇUK, Bayram KOCA.....	61
<b>Solun Aydınına Bakış: Türkiye’de 1960’lı Yıllarda Sol Çevrelerde Asker-Sivil Aydın Zümre Tartışması</b> <i>The Perception of the Left on The Intellectual: The Discussion of Military-Civilian Group of Intellectuals in Leftist Circles in the 1960’s</i>	
Belgin BAĞIRLAR.....	79
<b>Cultural Materialist Reading of <i>Dealing With Clair</i></b> <i>Dealing With Clair’in Kültürel Materyalist Okuması</i>	
Çağdaş PEKTAŞ, Sinem AYDIN.....	89
<b>Sanal Kaytarma Konusunda Hazırlanan Lisansüstü Tezlerin Bibliyometrik Profili</b> <i>Bibliometric Profile of Postgraduate Theses on Cyberloafing</i>	
Elif BİLGİNOĞLU, Uğur YOZGAT.....	109
<b>Trilogy: Passive Leadership, Job Satisfaction and Intention to Leave</b> <i>Üçleme: Pasif Liderlik, İş Tatmini ve İşten Ayrılma Niyeti</i>	
Elife OZER, Ünal AY.....	123
<b>The Effects of Technology Management Capability and Strategy Typology on Firm Performance: A Review in the Manufacturing Sector</b> <i>Teknoloji Yönetimi Yeteneği ve Strateji Tipinin Firma Performansına Etkisi: İmalat Sektöründe Bir İnceleme</i>	
Emine KAMBUR.....	139
<b>Yapay Zeka Çağında İnsan Kaynakları Yönetimi Konusunda Yazılmış Türkçe Makaleler Üzerine Bir Araştırma</b> <i>A Research on Turkish Articles in the Field of Human Resources Management in the Age of Artificial Intelligence</i>	
Eşref TEMEL.....	153
<b>Devlet Adamı Olarak Valide Sultanlar (XVI.-XIX. Yüzyıllar Arası)</b> <i>Valide Sultans as Statemans (The Period of 16th-19th Century)</i>	



## İÇİNDEKİLER /CONTENTS

### Araştırma Makaleleri-Research Articles

Faruk ÇAKMAK.....	171
<b>Yapısal Sermayenin İşletme Performansına Etkisinde Örgütsel Çevikliğin Aracılık Rolü</b> <i>The Mediating Role of Organizational Agility in the Effect of Structural Capital on Business Performance</i>	
Fatma YEŞİLKUŞ, Onur Başar ÖZBOZKURT, Haluk KORKMAZYÜREK.....	185
<b>Psikolojik Sermayenin İşe Angaje Olma Üzerindeki Etkisinde Pozitif Ses Çıkartma Davranışının Aracılık Rolü</b> <i>Positive Voice Behavior as a Mediator within The Impact of Psychological Capital on Work Engagement</i>	
Fedayi YAĞAR.....	203
<b>Türkiye’de Evde Bakım Hizmetlerine İlişkin Hasta Beklentilerinin Doküman Analizi Yöntemi ile İncelenmesi</b> <i>Examination of Patient Expectations regarding Home Care Services in Turkey by Document Analysis Method</i>	
Kübra ÖNDER.....	215
<b>Hanehalklarının Birinci ve İkinci El Otomobil Alımını Etkileyen Faktörlerin Sıralı Logit Modeli ile Analizi</b> <i>The Factors that Effect New and Second Hand Car Purchase of Households in Turkey: Ordered Logit Model</i>	
Mustafa DAĞDEVİREN.....	229
<b>Müziksel Öğelerin Kültürel Kimlik Oluşturmadaki Rolünün Etnomüzikolojik Yansımaları</b> <i>Ethnomusicological Reflections of the Role of Musical Elements in Creating Cultural Identity</i>	
Neslihan KAN SÖNMEZ.....	241
<b>Otel İşletmelerinde Yöneticilerin Duygusal Zeka Düzeyleri ile Yönetim Tarzları Arasındaki İlişki</b> <i>The Relationship Between Hotel Managers’ Emotional Intelligence Levels and Their Management Styles in Hotel Enterprises</i>	
Özgün ÜNAL.....	257
<b>Hasta Hekim İletişiminin Hasta Memnuniyetine Etkisinde Hastaların Kurumsal İtibar Algısının Aracı Rolü</b> <i>The Mediator Role of Patients’ Perception of Corporate Reputation in the Effect of Patient-Physician Communication on Patient Satisfaction</i>	
Pelin KUT BELENLİ.....	267
<b>Moral Insanity in Robert Browning’s “Soliloquy of The Spanish Cloister”</b> <i>Robert Browning’in “Soliloquy of The Spanish Cloister” Adlı Eserinde Ahlaki Delilik</i>	
Canberk BULUT, Pınar SAVAŞ YAVUZÇEHRE.....	281
<b>Osmanlı İmparatorluğu’nda Sosyokültürel Yapısı ile Mahalle</b> <i>The Neighborhood in the Ottoman Empire with Its Sociocultural Structure</i>	
Selçuk Efe KÜÇÜKKAMBAK, Ece ARMAĞAN.....	303
<b>Turistik Destinasyonlarda Pazar Bölümlendirme: Fethiye’yi Ziyaret Eden Yerli ve Yabancı Turistler Üzerinde Bir Analiz</b> <i>Market Segmentation in Touristic Destinations: An Analysis on Domestic and Foreign Tourists Visiting Fethiye</i>	
Simge ŞALVARCI.....	325
<b>Yönetici Bakış Açısı ile Otel İşletmelerinde Pazar Odaklılık</b> <i>Market Orientation in Hotel Business from Manager’s Perspective</i>	

## İÇİNDEKİLER /CONTENTS

### Araştırma Makaleleri-Research Articles

Uğur UĞUR, Tuğba KILIÇER.....	341
<b>Tüketicilerin Kurumsal Sosyal Sorumluluk Uygulamalarına Yönelik Algıları: Şüphencilik Ve Marka Bağlılığı Üzerine Bir Profil Araştırması</b>	
<i>Consumers' Perceptions about Corporate Social Responsibility Practices: A Profile Research on Skepticism and Brand Loyalty</i>	
Zekeriyya AKDAĞ.....	365
<b>Çin Karakteristiğiyle Dünya Düzeni: Geçmişten Günümüze Haraççı Sistem</b>	
<i>World Order with Chinese Characteristics: The Tribute System from Past to Present</i>	
Derviş BOZTOSUN, Zühal KINIŞ, Özgür DEMİRTAŞ.....	383
<b>Yalın Liderliğin İş-Aile Çatışmasına Etkisinde Algılanan Örgütsel Desteğin Aracı Rolü: Kayseri' de Bir Kamu Hastanesi Örneği</b>	
<i>The Mediating Role of Perceived Organizational Support on the Relationship Between Lean Leadership and Work-Family Conflict: A Public Hospital Example</i>	
Mehmet AKYOL, Emrullah METE .....	393
<b>Çevresel İnovasyon, Ekonomik Büyüme ve Doğrudan Yabancı Yatırımların Yenilenebilir Enerji Tüketimi Üzerine Etkisi</b>	
<i>The Effect of Environmental Innovation, Economic Growth and Foreign Direct Investments on Renewable Energy Consumption</i>	





Article Info/Makale Bilgisi

✓Received/Geliş:23.05.2021 ✓Accepted/Kabul:13.08.2021

DOI:10.30794/pausbed.941342

Araştırma Makalesi/ Research Article

Nohutçu, A. ve Akpınar, A. (2022). "Türkiye’de Yerel Yönetimler Akıllı Şehirler İçin Ne Kadar Hazır?: Politika Belgeleri Üzerinden Bir İnceleme", *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı 48, Denizli, ss. 1-21.

## TÜRKİYE’DE YEREL YÖNETİMLER AKILLI ŞEHİRLER İÇİN NE KADAR HAZIR?: POLİTİKA BELGELERİ ÜZERİNDEN BİR İNCELEME

Ahmet NOHUTÇU\* , Aydın AKPINAR\*\*

### Öz

Bu çalışmanın amacı, Türkiye’de akıllı şehir algısını ve vizyonunu hem merkezi yönetimin hem de yerel yönetimlerin kurum içi örgütlenmeleri ve politika belgeleri üzerinden analiz etmektir. Çalışmada 30 büyükşehir belediyesinin kurum içi örgütlenmeleri ve güncel stratejik planları yanı sıra akıllı şehirleşme politikalarında, örgütlenmede koordinasyon ve politika belgelerinde referans oluşturan Cumhurbaşkanlığı’na bağlı kurum ve üst politika belgeleri incelenmiştir. Sosyal bilimlerin nitel araştırma yöntemlerinden içerik analizinin uygulandığı bu çalışmada yerel yönetimlerin stratejik planları akıllı ekonomi, akıllı ulaşım, akıllı çevre, akıllı insanlar, akıllı yaşam ve akıllı yönetim boyutları ile karşılaştırma bir şekilde değerlendirilmiştir. Bir nitel veri analizi yazılımı olan NVivo programı üzerinden oluşturulan ‘kelime ağaçları’ ile yerel yönetimlerin planlarında akıllı, teknoloji(k) ve dijital kelimelerinin hangi bağlamda ve frekansta kullandıkları analiz edilmiştir. Çalışmada yapılan analizler ve elde edilen bulgularla yerel yönetimlerin akıllı şehir stratejilerinin belirlenmesinde üst politika belgelerinin etkili olduğu ve buna bağlı olarak akıllı hareketlilik alanında neredeyse tüm yerel yönetimlerin bir stratejisi olduğu belirlenmiştir. Akıllı ekonomi ve akıllı yönetim alanları ise yerel yönetimler planlarında en az ele alınan konular olmuştur.

**Anahtar Kelimeler:** Akıllı Şehirler, Yerel Yönetimler, Stratejik Plan, Dijital Dönüşüm, Akıllı Belediyecilik.

## HOW PREPARED ARE LOCAL GOVERNMENTS FOR SMART CITIES IN TURKEY?: A REVIEW OF POLICY DOCUMENTS

### Abstract

This study aims to analyze the smart city perception and vision in Turkey through the in-house organizations and policy documents of both central and local governments. In the study, in-house organizations and current strategic plans of 30 metropolitan municipalities were examined, as well as the institutions and upper policy documents affiliated to the Presidency, which constitute a reference in coordination and policy documents in the organization in smart city policies. In the study, the strategic plans of local governments are evaluated in a way that compares with the dimensions of the smart economy, smart transportation, smart environment, smart people, smart life, and smart governance in which content analysis, one of the qualitative research methods of social sciences, was applied. With the 'word trees' created through the NVivo program, a qualitative data analysis software, the context, and frequency of use of the words smart, technology, and digital in the plans of local governments were analyzed. With the analyzes made and the findings obtained in the study, it has been determined that the upper policy documents are effective in determining the smart city strategies of local governments, and accordingly, almost all local governments have a strategy in the field of smart mobility. The areas of smart economy and smart management were the least discussed in local government plans.

**Keywords:** Smart Cities, Local Governments, Strategic Plan, Digital Transformation, Smart Municipality.

\*Prof. Dr., İstanbul Medeniyet Üniversitesi, Siyasal Bilgiler Fakültesi, Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Bölümü, İSTANBUL.

e-posta: ahmet.nohutcu@medeniyet.edu.tr, (<https://orcid.org/0000-0002-1813-1223>)

\*\*Arş. Gör. Marmara Üniversitesi, Siyasal Bilgiler Fakültesi, Yerel Yönetimler Bölümü, İSTANBUL.

e-posta: aydin.akpinar@marmara.edu.tr, (<https://orcid.org/0000-0002-7392-6205>)

## **GİRİŞ**

Şehirler<sup>1</sup>, insanlık tarihinin ilk zamanlarında yalnızca ikamet edilen, tarımsal üretim yapılan ve ibadet edilen mekanlar iken üretim, iletişim ve ulaşım teknolojilerindeki gelişmelere bağlı olarak farklı nitelikler kazanmaya başlamıştır. Bu nitelikler tarih sahnesinde zamanla endüstriyel şehir, dünya şehri, küresel şehir gibi genel ifadelerden ekolojik şehir, yeşil şehir, güvenli şehir, yavaş şehir gibi daha spesifik niteliklerle ön plana çıkmaya başlamıştır. Bu niteliklerden bir tanesi de özellikle bilişim teknolojilerindeki gelişmelerin şehirdeki ekonomi, hareketlilik, sürdürülebilirlik ve yönetim gibi boyutları etkilemesiyle ortaya çıkan ‘akıllı şehir’ kavramıdır.

Günümüzde dünya nüfusunun yaklaşık yarısına ev sahipliği yapan şehirler; nüfus, alt ve üst yapı, hizmet yoğunluğu gibi boyutlarıyla büyümekte, sınırları içindeki ve dışındaki bağlantıları ve bağımlılıkları artmakta ve ekonomik, çevresel ve yönetim boyutlarında sahip olduğu sorunlar derinleşmektedir. 2050 yılında dünya nüfusunun 2/3’ünün şehirlerde yaşayacağı öngörüsü (United Nations, 2018) ve küresel Gayri Safi Yurt İçi Hasıla’nın (GSYİH) %80’inin şehirlerde üretilmesi (The World Bank, 2019), mevcut ilişkilerin sürdürülebilirliği ve sorunların çözümü için teknolojik gelişmelerin şehirlere entegre edilmesini neredeyse kaçınılmaz kılmaktadır. Sürdürülebilir niteliğini kaybeden her şehir, iklim değişikliği, hava kirliliği ve kent yoksulluğu gibi küresel sorunların daha fazla büyümesine sebep olabilirken teknolojik imkanların şehirlere entegre edilmesi günümüzde iyi yönetimin vazgeçilmez ilkeleri olan etkinlik ve verimlilik kavramlarına katkı sunarak şehirleri daha sürdürülebilir bir hale getirmektedir.

Şehirler, yönetimde bilgi ve iletişim teknolojilerine yer vermeye başladıkça akademik boyutta da incelenmeye değer bulmuştur. Teknolojinin yönetime ilk dahil oluşu bilgisayarın icadı ve yönetsel -özellikle mali- işlerde kullanılmasıyla gerçekleşmiştir (Schelin, 2003). Hatta teknolojinin kamuda kullanımının ilk örneklerinden birinin, Kent Bilgi Sistemleri projesi üzerinden yerel yönetimlerde ve kent ölçeğinde kullanılması çalışma açısından ve akıllı şehir konsepti açısından oldukça önemlidir (Danziger ve ark., 1982). Bilgisayar ve internetin günlük hayatta ve yönetsel kademede daha fazla kullanılmaya başladığı döneme denk gelen Yeni Kamu Yönetimi anlayışı, yerel yönetimlerin daha fazla önem kazanmasına buna bağlı olarak da teknolojinin ekonomiden ulaşım, çevreden yönetime daha fazla dahil olmasına fırsat penceresi yaratmıştır. Bu yaklaşım insanı merkeze alarak, iyi yönetimin vazgeçilmez kriterleri olan etkinlik, verimlilik ve ekonomiklik ilkelerini şeffaf, hesap verebilir ve sürdürülebilir bir yapıda hizmet sunumu ve politika geliştirilmesine zemin hazırlamıştır. Her ne kadar akıllı şehir uygulamaları daha çok fen bilimleri tarafından ele alınsa da son yıllarda sosyal bir yapı olan şehrin akıllı boyutuyla sosyal bilimler alanında da çalışmalar yapılmaktadır. Bu çalışmalar büyük ölçüde akıllı şehir kavramı, akıllı şehir bileşenleri ve iyi uygulama örnekleri üzerinedir. Farklı yaklaşımlara bağlı olarak akıllı şehri, akıllı yapan kriterler çeşitlilik göstermektedir.

Bu çalışmada Türkiye’nin akıllı şehir algısına ve vizyonuna merkezi yönetimin örgütlenmesi ve belirlemiş olduğu strateji ve eylem planlarının yanı sıra yerel yönetimlerin organizasyon yapısı ve yerel yönetimlerin en önemli politika belgeleri olan stratejik planlarına odaklanarak Türkiye’de yerel yönetimler akıllı şehir konseptine ne ölçüde hazır olduğunu ortaya konulmaya çalışılacaktır. 30 büyükşehir belediyesinin örneklem olarak belirlendiği bu çalışmada sosyal bilimler perspektifinden nitel bir analiz yaparak literatüre özgün bir katkı yapılması hedeflenmektedir. Bu bağlamda Türkiye şehirlerinin ne ölçüde akıllı şehir konseptine hazır olduğu organizasyon ve politika olmak üzere iki boyutta incelenmiş olacaktır. Nitel araştırma yöntemlerinden içerik analizi yöntemi ve veri toplama yönteminin kullanıldığı çalışmada akıllı şehirlere dair birincil (akıllı şehirlerin ulusal politikadaki yerini, lafzını ve kapsamını anlayabilmek adına ulusal kararlar, planlar ve politika belgeleri) ve ikincil (Türkiye’deki büyükşehir belediyelerinin stratejik planları ve web sayfaları) kaynaklar incelenmiştir. Bu belgeler bir nitel veri analizi yazılımı olan NVivo programı üzerinden yapılan kelime ağaçları akıllı, dijital ve teknoloji(k) kelimelerinin hangi bağlamda ve frekansta kullanıldıklarını ortaya koymuştur.

Çalışmanın kavramsal çerçevesinde akıllı şehir yaklaşımı ve bileşenleri ele alınmıştır. Devam eden kısmında çalışmanın özgün yanı, literatüre katkısı ve kısıtlılıklar ortaya konulmuştur. Ardından incelenen belgeler ve organizasyonlar üzerinden Türkiye’de yerel yönetimlerin ‘akıllı şehir’ kavramını nasıl algıladıkları, hangi bağlamda

<sup>1</sup> Çalışma boyunca temel politika belgeleri ile uyumlu olması açısından ‘şehir’ kelimesi tercih edilecektir. Orijinal kaynaklarda bulunan ‘kent’ kelimesi değişiklik yapılmadan kullanılacaktır. Okuyucunun kavram karmaşası yaşamaması için bu hatırlatmanın yapılmasına ihtiyaç duyulmuştur.

ve temalarda kullandıkları anlaşılmaya çalışılmıştır. Elde edilen bulgularla Türkiye'nin akıllı şehir konseptine ne ölçüde hazır olduğuna cevap verilmeye çalışılmıştır.

## **1. AKILLI ŞEHİR YAKLAŞIMI VE BİLEŞENLERİ**

Şehir, günümüzde gök kubbe altında insana dair neredeyse her eylemin gerçekleştiği mekân haline gelmiştir. Şehirler ilk zamanlarda temel ihtiyaçların karşıladığı bir toplanma alanı iken, zamanla kelime anlamında taşıdığı gibi medeni(leştiren), uygar(laştıran), siyasi(leştiren) mekanlar olarak varlığını devam ettirmektedir (Keleş, 2014:10). İnsanı bu yönleriyle dönüştüren şehirler artan fonksiyonlarına bağlı olarak kendi içerisinde de bir dönüşüm sürecine girmiştir. Sürdürülebilir kent, ekolojik kent, metropoliten kent, küresel kent gibi farklı konseptlerde dönüşen kentlerin yaşadığı dönüşümlerden biri de bilişim ve iletişim teknolojilerinin şehirlere etkisi ile gelişen akıllı şehir yaklaşımı üzerinden olmuştur. Akıllı şehirler daha ekonomik, daha ekolojik, daha ulaşılabilir, daha dijital ve daha güvenli şehirler, yani daha sürdürülebilir şehirler oluşturma misyonuna sahip olmasıyla oldukça önemli bir yere sahiptir.

Literatürde akıllı şehir kavramsallaştırması üzerinde farklı perspektifler hâkim olmuştur. Akıllı şehir kavramı literatürde teknolojik kent, dijital kent, bilgi kent, yaratıcı kent, öğrenen kent gibi farklı kavramsallaştırmalarla da yer almaktadır (Nam ve Pardo, 2011). Akıllı şehir kavramsallaştırmasının diğer kavramlara göre literatürde daha sık yer bulmasının sebebi kullanıcı perspektifli ve dostu olması (Klein ve Kaefer, 2008), kendini yenileyebilmesi kapasite sahip olması (Marsa-Maestre ve ark., 2008), stratejik plan ve politikalara daha entegre edilebilir olmasıdır (Center on Governance, 2003).

Akıllı şehir kavramı üzerine uzlaşılmış bir tanım literatürde hâkim değildir. Çünkü akıllı şehir yaklaşımı yalnızca bir konsept değil, şehir için bir bilgi altyapısı ve uygulama sistemidir (McFedries, 2014). Bu yüzden farklı disiplinlerden ve perspektiflerden beslenmektedir. Nam ve Pardo (2011: 284) akıllı şehirleri tanımlama sorununu ele aldığı çalışmada farklı perspektiften yapılan tanımları bir araya getirerek bir değerlendirme ortaya koymaktadır. Çalışmada akıllı şehir kavramının kentsel krizlerin çözümüne karşı bir girişim olması (Washburn ve ark., 2010), şehrin kendi kendini izleyebilen ve çözüm üretebilen bir teknolojinin entegre edilmesi (Hall, 2000), şehirde soyut veya somut varlık gösteren her şeyin birbiri arasında bağlantı kurması (Harrison ve ark., 2010), şehir mekânında mimari ve kişisel yaratıcılıklara imkân vermesi (Rios, 2008) ve katılım ve uyumda fırsatlar yaratması şeklinde tanımlamalara sahip olabildiği ortaya koyuluyor. Paylaşılan tanımlardan da gözlemlendiği üzere akıllı şehirler her alanın uzmanlığı merkeze alınarak farklı şekilde yorumlanmaktadır. Nam ve Pardo'nun (2011: 288) belirttiği gibi teknolojik ve sosyal faktörleri bir araya getiren sosyo-teknik bir bakış açısı akıllı şehiri tam olarak anlamlandırmamıza imkân sağlayabilir. Sosyo-teknik bakış açısı uzun yıllar boyunca sürdürülebilirlik kavramı ile karşılaşmaya çalışılsa da şehrin ürettiği sorunların küresel etkisini arttırması ve çözümünün yerelden ele alınması daha detaylı politika belgeleri ve eylem planlarının üretilmesine neden olmuştur. Bu eylem planlarından bir tanesi de 2019 yılında Çevre ve Şehircilik Bakanlığı tarafından yayınlanan 2020-2023 Ulusal Akıllı Şehirler Stratejisi ve Eylem Planıdır.

2023 Ulusal Akıllı Şehirler Stratejisi ve Eylem Planı'nda (2019:20) akıllı şehir; "paydaşlar arası işbirliği ile hayata geçirilen, yeni teknolojileri ve yenilikçi yaklaşımları kullanan, veri ve uzmanlığa dayalı olarak gerekçelendirilen ve gelecekteki problem ve ihtiyaçları öngörerek hayata değer katan çözümleri üreten daha yaşanabilir ve sürdürülebilir şehirler" olarak tanımlanarak akıllı şehir yaklaşımı sürdürülebilirlik ve yaşanabilirlik ile ilişkilendirilmiştir. Ulusal Akıllı Şehirler Stratejisi ve Eylem Planı'nda akıllı şehir yönetimine dair 5 bileşen paylaşılmıştır: Bunlar; yönetim, strateji yönetimi, politika yönetimi, bütüncül hizmet yönetimi ve iş yönetimidir. Bu beş bileşenin yanı sıra belgede 16 uygulamaya yer verilmiştir. Bunlar; akıllı çevre, akıllı güvenlik, akıllı insan, akıllı yapılar, akıllı ekonomi, akıllı mekân yönetimi, akıllı sağlık, akıllı yönetim, bilgi teknolojileri, akıllı ulaşım, akıllı enerji, iletişim teknolojileri, bilgi güvenliği, akıllı altyapı, afet ve acil durum yönetimi, coğrafi bilgi sistemleridir. Belge, ulusal ölçekli bir eylem planı ortaya koyması itibarıyla uygulama alanı geniş tutulduğu anlaşılmaktadır. Akıllı şehirlere dair boyut/bileşen/küme/gösterge sayısı uluslararası literatürde daha kısıtlı bir şekilde ele alınmaktadır.

Örneğin hem tanım hem de boyutları itibarıyla Avrupa Parlamentosu akıllı şehir yaklaşımı incelendiğinde yerel yönetimlere özel bir vurgu yapıldığı ve 2023 Ulusal Akıllı Şehirler Stratejisi ve Eylem Planı'na göre daha sınırlı boyutlarda açıklandığı gözlemlenmektedir. Avrupa Parlamentosu akıllı şehiri "çok paydaşlı, belediye bazlı bir

ortaklık temelinde bilgi ve iletişim teknoloji tabanlı çözümler aracılığıyla kamu meselelerini ele almak isteyen bir şehir” olarak tanımlanmaktadır (European Parliament, 2014: 9). Avrupa parlamentosunun akıllı şehir yaklaşımını açıkladığı boyutlar ise şu şekildedir; akıllı ekonomi, akıllı ulaşım, akıllı çevre, akıllı insanlar, akıllı yaşam ve akıllı yönetim. Bu boyutlar Avrupa’daki birçok akademik çalışmada yer bulurken boyutları arttıran ve azaltan farklı çalışmalar da mevcuttur.

Bakıcı ve ark. (2012) akıllı şehrin boyutların Barcelona üzerinden akıllı yönetim, akıllı ekonomi, akıllı yaşam ve akıllı insan başlıkları altında değerlendirmektedir. Giffinger ve ark. (2007), Albino ve ark. (2015) ve Zubizarreta ve ark. (2016) yukarıda değinilen ve Avrupa Parlamentosu tarafından paylaşılan boyutları aynı şekilde kullanırken Chourabi ve ark. (2012) akıllı şehir yaklaşımını 8 boyutta açıklamaktadır: yönetim ve organizasyon, teknoloji, yönetim, politika, insan ve toplum, ekonomi, altyapı ve doğal çevre. Kasznar ve ark. (2021) ise kurum, teknoloji ve toplum boyutları altında 10 tema ile açıklamaktadır. Bu temalar; enerji, güvenlik, ulaşım, akıllı şehir ağı mimarisi, sağlık, yapı, arazi kullanımı, hidroloji, hükümet ve nüfus şeklindedir. Akıllı şehir üzerine yapılan çalışmalar perspektifine ve inceleme alanlarına göre değişiklik gösterdiği gözlemlenmektedir.

## **2. ARAŞTIRMANIN AMACI, KAPSAMI, ÖZGÜN YANI VE KISITLILIKLARI**

Türkiye’de akıllı şehirlere dair literatür incelendiğinde konunun ağırlıklı fen bilimleri tarafından ele alındığı gözlemlenmektedir. Erdoğan (2020: 926), Türkiye’deki akıllı şehirler üzerine yazılan lisansüstü tezleri analiz eden çalışmada tezlerin %65’inin fen bilimleri alanında yazıldığını göstermektedir. Sosyal bilimler alanındaki çalışmalar ise akıllı şehir tanımı, boyutları ve kavramsal dönüşümü (bknz. Kılınc, 2019; Çetin ve Çiftçi, 2019; Örselli ve Akbay, 2019) uygulama örnekleri ve/veya şehirlerin akıllı şehir vizyonları (İstanbul örneği için bknz. Baraçlı, 2017; Ankara örneği için bknz. Varol Özden, 2017; Malatya örneği için bknz. Aksoğan ve Çalış, 2018; Konya örneği için bknz. Mangır, 2016; Bilici ve Babahanoğlu, 2019; Erzurum örneği için bknz. Çodur ve Topdağı, 2018; Çanakkale Örneği için bknz. Gül ve Atak Çobanoğlu, 2017; Kayseri Örneği için bknz. Kara, 2018; Balıkesir örneği için bknz. Budak ve Sezgin, 2021; Kocaeli örneği için bknz. Şengül ve Yüksel Altıntaş, 2020) etrafında şekillenmektedir.

Akıllı şehirlere dair uluslararası literatür incelendiğinde ise tanım ve boyutlarına yönelik tartışmalar 2000’li yılların başında nitel yönde belirli bir olgunluğa eriştiği ve son yıllarda multidisipliner yaklaşımlarla performans değerlendirmesini mümkün kılan modelleme çalışmaları ile nitel yönde gelişme kaydettiği gözlemlenmektedir. Örneğin, Giffinger ve ark. (2007) akıllı şehirleri akıllı ekonomi, akıllı ulaşım, akıllı çevre, akıllı insanlar, akıllı yaşam ve akıllı yönetim boyutları üzerinden 70 orta ölçekli Avrupa kentinin sıralamasını gerçekleştirmiştir. Sıralama yapılırken nicel araştırma yöntemlerine başvurulmuş ve Avrupa İstatistik Ofisi (EUROSTAT) verilerinden faydalanılmıştır. Yazarlar, çalışma ile Avrupa’nın orta ölçekli kentlerinin akıllı şehir karakteri üzerine karşılaştırmalı ve başka ölçekte uygulanabilir bir analiz ortaya koyduğunu belirtmektedir. Çalışmada Türkiye’den herhangi bir şehir bulunmamaktadır. İndeks niteliğindeki diğer bir çalışma ise Singapur Teknoloji ve Tasarım Üniversitesi (SUTD) ve İsviçre merkezli Yönetim Geliştirme Enstitüsü (The Institute for Management Development-IMD) iş birliği ile gerçekleştirilen ve özellikle dünya şehirlerini kapsamına alan Akıllı Şehir İndeksi çalışmasıdır. Çalışma ilk olarak 2019 yılında yayınlanmış ve 102 şehre yer verilmiştir. 2020 yılında yayınlanan ikinci raporda ise 109 şehir değerlendirilmiştir. Bu indeks nicel araştırma yöntemlerinden biri olan anket yöntemine başvurulmuş ve oluşturulmuştur. Katılımcılara sağlık ve güvenlik, ulaşılabilirlik, faaliyetler, fırsatlar ve yönetim başlıkları altında şehirlerinin durumunu değerlendirmeye yönelik sorular yöneltilmiştir. Bu çalışmaya Türkiye’den yalnızca Ankara dahil edilmiş, 2019 yılında 74. sırada 2020 yılında ise 57. sırada yer almıştır (IMD, 2020; 2021). Bir başka akıllı şehirleşme performansını değerlendirmek üzere yapılan modelleme çalışması Lombardi ve arkadaşlarına (2012) aittir. Lombardi ve ark. yukarıda değinilen çalışmalar gibi bir indeks veya sıralama ortaya koymazken akıllı yönetim, akıllı ekonomi, akıllı insan, akıllı çevre ve akıllı yaşam boyutları üzerinden şehirleri girişimci, öncü, yaşanabilir ve bağlantılı olarak değerlendirmeyi mümkün kılan pilot bir modelleme geliştirmiştir.

Akıllı şehirlere dair uluslararası literatür incelendiğinde tanım, boyut ve iyi uygulama örneklerinin ötesinde şehirlerin akıllılık ‘smartness’ performansını ölçen ve akıllı şehrin boyutlarını bir gösterge haline getiren modelleme çalışmalarının yer bulmaya başladığı gözlemlenmektedir. Türkiye’deki literatür incelendiğinde iyi uygulama örneklerinin pek çok çalışmaya konu olması itibarıyla uygulamanın akademik yazını beslediği görülmektedir. Sosyal bilimler boyutu ile akıllı şehirlere dair nicel araştırma yöntemlerinin kullanıldığı analizlere ihtiyaç vardır.



Ancak nicel bir analizin önünde veri temini ve veri üretimi önemli engeller bulunmaktadır. Özellikle veri türünün kentsel nitelikte olması durumu daha da zorlaştırmaktadır.

Mevcut durumda Türkiye’de akıllı şehirlere dair erişilebilir ve analiz edilebilir belgeler eylem planları, stratejik planlar ve bu planların uygulanabilirliğini sağlamak adına gidilen örgütlenmelerdir. Daha önce de değinildiği üzere akıllı şehir yaklaşımı bütünsellikten uzak, sosyal veya fen bilimler boyutu ihmal edilen ve ilgili paydaşlarını sürece dahil etmeyen bir yaklaşım olamaz. Bu bağlamda etkin bir akıllı şehir yaklaşımının benimsenmesi, bu konuda en yetkili kurumlar alan yerel yönetimlerin inisiyatifine, vizyonuna, politikaları ve uygulamalarına bağlıdır. Akıllı şehir girişimleri, bağlam ve proje bazında farklılıklar gösterebilir ama nihayetinde akıllı şehir girişimlerinin çoğu yönetme yetkisi olan kurumlar tarafından yönlendirilir (Chourabi ve ark., 2012). Bu noktada, kurumların ve yöneticilerin vizyonu oldukça önemlidir. Bu vizyon da stratejilere ve planlara yansımaları sebebiyle bir analize tabi tutulması Türkiye’de yerel yönetimlerin akıllı şehir yaklaşımına ışık tutabilir.

Bu çalışmanın amacı, Türkiye’de akıllı şehir algısını ve vizyonunu hem merkezi yönetimin hem de yerel yönetimlerin kurum içi örgütlenmeleri ve politika belgeleri üzerinden analiz etmektir. Çalışmada akıllı şehirleşme politikalarında örgütlenmede koordinasyon ve politika belgelerinde referans oluşturan Cumhurbaşkanlığı’na bağlı kurum ve üst politika belgelerin yanı sıra 30 büyükşehir belediyesinin kurum içi örgütlenmeleri ve güncel stratejik planları incelenmiştir. Türkiye’nin akıllı şehir yaklaşımını kamu politikaları belgeleri üzerinden değerlendiren (bkz. Demiral, 2018) ve akıllı şehirlere dair indeksleme çalışmaları (bkz. Silik ve Özdemir Akgül, 2021) bulunsa da Türkiye özelinde her ikisini de bir araya getiren ve yerel yönetimleri bütüncül bir şekilde inceleyen bir çalışma bulunmamaktadır. Bu eksiği gidermesi itibarıyla literatüre özgün bir katkı sunması hedeflenen bu çalışmada akıllı şehirleşmenin performansını değerlendirmeye ilişkin ileri seviyedeki analizler için altlık oluşturması öngörülmektedir.

Çalışma kapsamını merkezi yönetim ve yerel yönetimlerin akıllı şehirlere dair oluşturduğu yapılanmalar ve ürettiği strateji belgeleridir. Bu kapsamda ilgili merkezi yönetim kuruluşların ve 30 büyükşehir belediyesinin yayınladığı stratejik planlar benzer anlamlardaki kelimelerin belli kategorilerle değerlendirilmesini sağlayan (Hsieh ve Shannon, 2005) içerik analizi yöntemiyle değerlendirilmiştir. Bu değerlendirme nitel analiz yapan yazılım programı olan NVivo programı ile gerçekleştirilmiştir. Belgelerde yer alan akıllı, dijital, teknoloji(k) kelimelerinin hangi bağlamda kullanıldığı tespit edilmeye çalışılmıştır. Bu tespit ulusal ve yerel belgelerin hem kendi içinde hem de birbiri arasındaki uyumun görülmesini sağlamıştır. Çalışmada örneklem olarak büyükşehir belediyelerinin seçilmesinin nedeni büyükşehir belediyelerinin yetki ve sorumlulukları, insan kaynağı ve bütçesi itibarıyla diğer il ve ilçe belediyelerine göre akıllı şehircilik alanında daha değerlendirilebilir olmasıdır.

Çalışmada, stratejik planları NVivo programı tarafından değerlendirilemeyen 3 büyükşehir belediyesi ve 2020-2024 Stratejik Planına ulaşamayan 2 büyükşehir belediyesi kapsam dışında tutulmuştur. Böylece çalışma kapsamını, bakanlıkların ilgili belgeleri ve 25 büyükşehir belediyesinin idari yapılanması ve stratejik planları oluşturmuştur (Bknz. Tablo 1).

**Tablo 1. Çalışma kapsamına dahil olan ve olmayan büyükşehir belediyeleri**

BÜYÜKŞEHİR BELEDİYESİ	KAPSAM DURUMU	BELGE
Adana Büyükşehir Belediyesi	<i>Evet</i>	Değerlendirilebilir formatta 2020-2024 Stratejik Planı
Ankara Büyükşehir Belediyesi	<i>Evet</i>	Değerlendirilebilir formatta 2020-2024 Stratejik Planı
Antalya Büyükşehir Belediyesi	<i>Evet</i>	Değerlendirilebilir formatta 2020-2024 Stratejik Planı
Aydın Büyükşehir Belediyesi	<i>Hayır</i>	<i>Değerlendirilemez formatta 2020-2024 Stratejik Planı</i>
Balıkesir Büyükşehir Belediyesi	<i>Evet</i>	Değerlendirilebilir formatta 2020-2024 Stratejik Planı
Bursa Büyükşehir Belediyesi	<i>Evet</i>	Değerlendirilebilir formatta 2020-2024 Stratejik Planı
Denizli Büyükşehir Belediyesi	<i>Evet</i>	Değerlendirilebilir formatta 2020-2024 Stratejik Planı
Diyarbakır Büyükşehir Belediyesi	<i>Hayır</i>	<i>2020-2024 Stratejik Planı yayınlanmamış.</i>
Erzurum Büyükşehir Belediyesi	<i>Evet</i>	Değerlendirilebilir formatta 2020-2024 Stratejik Planı
Eskişehir Büyükşehir Belediyesi	<i>Evet</i>	Değerlendirilebilir formatta 2020-2024 Stratejik Planı



Gaziantep Büyükşehir Belediyesi	<i>Evet</i>	Değerlendirilebilir formatta 2020-2024 Stratejik Planı
Hatay Büyükşehir Belediyesi	<i>Evet</i>	Değerlendirilebilir formatta 2020-2024 Stratejik Planı
İstanbul Büyükşehir Belediyesi	<i>Evet</i>	Değerlendirilebilir formatta 2020-2024 Stratejik Planı
İzmir Büyükşehir Belediyesi	<i>Evet</i>	Değerlendirilebilir formatta 2020-2024 Stratejik Planı
Kahramanmaraş Büyükşehir Belediyesi	<i>Evet</i>	Değerlendirilebilir formatta 2020-2024 Stratejik Planı
Kayseri Büyükşehir Belediyesi	<i>Evet</i>	Değerlendirilebilir formatta 2020-2024 Stratejik Planı
Kocaeli Büyükşehir Belediyesi	<i>Evet</i>	Değerlendirilebilir formatta 2020-2024 Stratejik Planı
Konya Büyükşehir Belediyesi	<i>Evet</i>	Değerlendirilebilir formatta 2020-2024 Stratejik Planı
Malatya Büyükşehir Belediyesi	<i>Hayır</i>	<i>2020-2024 Stratejik Planı yayınlanmamış.</i>
Manisa Büyükşehir Belediyesi	<i>Hayır</i>	<i>Değerlendirilemez formatta 2020-2024 Stratejik Planı</i>
Mardin Büyükşehir Belediyesi	<i>Evet</i>	Değerlendirilebilir formatta 2020-2024 Stratejik Planı
Mersin Büyükşehir Belediyesi	<i>Evet</i>	Değerlendirilebilir formatta 2020-2024 Stratejik Planı
Muğla Büyükşehir Belediyesi	<i>Evet</i>	Değerlendirilebilir formatta 2020-2024 Stratejik Planı
Ordu Büyükşehir Belediyesi	<i>Evet</i>	Değerlendirilebilir formatta 2020-2024 Stratejik Planı
Sakarya Büyükşehir Belediyesi	<i>Evet</i>	Değerlendirilebilir formatta 2020-2024 Stratejik Planı
Samsun Büyükşehir Belediyesi	<i>Evet</i>	Değerlendirilebilir formatta 2020-2024 Stratejik Planı
Şanlıurfa Büyükşehir Belediyesi	<i>Hayır</i>	<i>Değerlendirilemez formatta 2020-2024 Stratejik Planı</i>
Tekirdağ Büyükşehir Belediyesi	<i>Evet</i>	Değerlendirilebilir formatta 2020-2024 Stratejik Planı
Trabzon Büyükşehir Belediyesi	<i>Evet</i>	Değerlendirilebilir formatta 2020-2024 Stratejik Planı
Van Büyükşehir Belediyesi	<i>Evet</i>	Değerlendirilebilir formatta 2020-2024 Stratejik Planı

Çalışma kapsamında birtakım kısıtlılıklar bulunmaktadır. Bunlardan biri kelime bazlı frekans analiz olması sebebiyle akıllı şehirlere dair stratejilerin, uygulamaların veya politikaların Tablo 4’de belirtilen kelimeler dışında dolaylı bir şekilde aktarılması durumunda analize dahil olamamasıdır. Bu durum belirlenen kelimelerin yüksek frekansta temsil edilmesi ve politika belgelerinin kapsam olması sebebiyle çalışmanın sonucu etkileyecek çıktılar yaratmamaktadır. Diğer bir husus ise hem ulusal ölçekte hem de yerel ölçekte yönetsel kademedeki alınan kararların ve uygulamaların, planlara ve kamuoyuna yansımamasıdır. Bu husus, özünde şeffaflık ve hesap verilebilirlik ilkeleri ile ters düştüğü için yarattığı sonuçlar itibarıyla kayda değer olduğu belirtilebilir.

### **3. YASAL VE KURUMSAL ÇERÇEVE: TEMEL POLİTİKA BELGELERİ**

Kamu hizmetlerinin hem etkin ve verimli bir şekilde hem de halka en yakın birim tarafından yürütülmesinin gerekliliği Türkiye Cumhuriyeti Anayasası’nın merkezi yönetim ve yerel yönetimleri düzenleyen 126. ve 127. maddesinde yer alan “Kamu hizmetlerinin görülmesinde verim ve uyum sağlamak...” ve “...mahalli müşterek ihtiyaçlarını karşılamak üzere...” ibarelerinde belirtilmektedir. Yine 5393 sayılı Belediye Kanunu’nun Belediyenin Yetkileri ve İmtiyazları’nı düzenleyen 15. maddesinde “Belde sakinlerinin mahallî müşterek nitelikteki ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla her türlü faaliyet ve girişimde bulunmak” ibaresinin yanı sıra aynı maddede sıralanan bentler ve 48. maddesindeki “...ihtiyaca göre diğer birimler oluşturulabilir. Bu birimlerin kurulması, kaldırılması veya birleştirilmesi belediye meclisinin kararıyla olur.” ibaresi şehre akıllı niteliği kazandıracak her türlü politikaya ve yapılanmaya zemin oluşturduğunu göstermektedir. Bağlayıcılığı olan bu belgelerin yanı sıra ulusal çapta kamu hizmetinin ülke/bölge ihtiyaçlarına göre etkin ve koordineli bir şekilde yürütülmesini amaçlayan temel politika belgeleri ve örgütlenmelerin akıllı şehirlere dair düzenlemeleri bu bölümde ortaya konulmaya çalışılacaktır.

#### **3.1. Strateji ve Bütçe Geliştirme Başkanlığı**

Strateji ve Geliştirme Başkanlığı, ulusal ölçekte plan ve program hazırlama konusunda en yetkili birimlerden biridir. Özellikle 5018 sayılı Kamu Malî Yönetimi ve Kontrol Kanunu ve Cumhurbaşkanlığı kararnameleri ile uyumlu stratejiler geliştirmektedir. Her yıl Cumhurbaşkanlığı Yıllık Program Hedefleri, 2 yılda bir Orta Vadeli Program ve 4 yılda bir Kalkınma Planı Strateji ve Geliştirme Başkanlığı tarafından hazırlanmakta ve Cumhurbaşkanlığı onayı ile yayınlanmaktadır.

### **3.1.1. Cumhurbaşkanlığı Yıllık Programları**

Hazine ve Maliye Bakanlığı ile birlikte hazırlanan ve her yıl yayınlanan belgede özellikle kalkınma odaklı iktisadi konularda yıllık gerçekleştirilmesi planlanan hedefler bulunmaktadır. En son 2020 yılı için yayınlanan yıllık programda akıllı şehirlere dair birçok hedef bulunmaktadır. Bu hedefler özetle şu şekilde sıralanabilir;

a) Akıllı fabrikalar, ulaşım, enerji, tarım, sağlık, çevre, afet yönetimi gibi konularda uygulamaların geliştirilmesi ve yerli standartların oluşturulması sağlanacaktır.

b) Otomotiv sanayiinin rekabet gücünün korunarak geliştirilmesi amacıyla; küresel gelişmeler, yeni teknolojiler ve değişen müşteri beklentileri çerçevesinde çevre teknolojileri, bağlantılı ve otonom araçlar, akıllı hareketlik gibi kritik teknolojilerin geliştirilmesine önem verilecektir.

c) Elektrikte teknik ve teknik olmayan kayıp oranı azaltılacaktır. Bu çerçevede, teknik olmayan kaybı azaltmaya yönelik olarak bilinçlendirme, teşvik ve yaptırım uygulamaları oluşturulacak, akıllı sayaç ve uzaktan okuma gibi sistemlerin kullanımı yaygınlaştırılacak ve denetimler artırılacaktır.

d) Enerji KİT'lerinde kullanılması amacıyla Milli Akıllı Şebeke Yönetim Sistemi (Milli SCADA) geliştirilmesine yönelik çalışmalar yapılacaktır.

e) Karayolu ağında enerji ve zaman tasarrufunu, trafik güvenliğini, karayolu kapasitesinin etkin kullanımını sağlayan Akıllı Ulaşım Sistemleri (AUS) ile ilgili mimari yerel yönetimleri de kapsayacak şekilde tamamlanarak uygulamaya konulacaktır.

f) Yerel yönetimlerin akıllı şehir stratejilerini ve izleyecekleri yol haritalarını hazırlamaları teşvik edilecek, akıllı şehir projelerinin ulusal katmanda önceliklendirilen alanlar ve kabiliyetler dikkate alınarak seçilmesi ve hayata geçirilmesi sağlanacak, akıllı şehir uygulamalarına yönelik yerli üretimin geliştirilmesi desteklenecektir.

Cumhurbaşkanlığı Yıllık Program Hedefleri (2020) incelendiğinde akıllı sistemlerin bürokrasi, üretim, ulaşım, siber güvenlik ve denetim konularında kullanımı hedeflenmiştir. Bunun yanı sıra akıllı sistemlerin yerli ve milli olma niteliği, tüm kamuda dijital dönüşüm ve yerel yönetimler için akıllı sistemlerin teşvik edilmesi gerekliliği üzerinde durulmuştur.

### **3.1.2. Orta Vadeli Programlar**

Her iki yılda bir yayınlanan Orta Vadeli Program, en son 2018-2020 yılı için yayınlanmıştır. Bu belgede akıllı şehirlere dair yalnızca "Bilgi ve iletişim teknolojileri destekli akıllı uygulamalara (akıllı ulaşım sistemleri, binalar, kent ve enerji altyapıları vb.) geçiş hızlandırılacaktır." ibaresi yer almaktadır. 2020-2022 yılları için Yeni Ekonomi Programı başlıklı Orta Vadeli Programda;

a) Ulusal Akıllı Şehirler Stratejisi ve Eylem Planı doğrultusunda, ülkemizdeki akıllı şehir ekosisteminin sağlıklı, kapsamlı ve sürdürülebilir biçimde oluşturulması ile bu alanda yerli ve milli teknolojilerin geliştirilmesi için gerekli rekabet ortamı, teknoloji altyapısı ve etkin veri güvenliği sağlanacaktır.

b) İhracatçıların küresel ticari verileri yakından takip edebilmelerini, devlet destekleri, potansiyel ürün ve pazarlar ile alıcı ülke uygulamaları hakkında bilgi edinmelerini sağlayacak, kapsamlı ve güncel verileri içeren «Akıllı İhracat Platformu» kurulacaktır.

hedefleri yer almaktadır. Yine bu belgelerde yerli ve milli vurgusu, teşvik ve dijital dönüşüm hususları ön plana çıkmaktadır.

### **3.1.3. Kalkınma Planları**

2018 yılına kadar Kalkınma Bakanlığı tarafından hazırlanıp TBMM tarafından onaylanarak yürürlüğe giren Kalkınma Planları, 2019 yılında ilk defa Strateji ve Bütçe Başkanlığı tarafından hazırlanmış, Cumhurbaşkanlığı onayı ile yürürlüğe girmiştir. 2019-2023 dönemini kapsayan, 11. Kalkınma Planı'nın akıllı şehirlere dair hedefleri özetle şu şekilde sıralanabilir;

- a) Dünyadaki akıllı kentlerde, kentte yaşayanların yaşam kalitesini artırmak ve yerel ekonomiyi büyütmek için akıllı büyüme planları, toplu taşıma için akıllı kart sistemleri, entegre ücretlendirme sistemleri gibi akıllı hareketlilik programları ve bilgi ve iletişim teknolojileri (BİT) kontrollü enerji ve altyapı sistemleri iyileştirilmeye çalışılmaktadır.
- b) Öncelikli sektörler başta olmak üzere sanayinin dijital dönüşüm sürecinde ihtiyaç duyulan akıllı ürün ve sistemlerin geliştirilmesi ve kullanımı sağlanacaktır.
- c) Akıllı fabrikalar, ulaşım, enerji, tarım, sağlık, çevre, afet yönetimi gibi konularda uygulamaların geliştirilmesi ve yerli standartların oluşturulması sağlanacaktır.
- d) Otomotiv sanayinin rekabet gücünün korunarak geliştirilmesi amacıyla; küresel gelişmeler, yeni teknolojiler ve değişen müşteri beklentileri çerçevesinde çevre teknolojileri, bağlantılı ve otonom araçlar, akıllı hareketlik gibi kritik teknolojilerin geliştirilmesine önem verilecektir.
- e) Akıllı tarım teknolojileri başta olmak üzere yenilikçi ve çevreci üretim teknikleri geliştirilecek ve desteklenecektir.
- f) Akıllı şebeke uygulamaları yaygınlaştırılacaktır.
- g) Elektrikte teknik ve teknik olmayan kayıp oranı azaltılacaktır. Bu çerçevede, teknik olmayan kaybı azaltmaya yönelik olarak bilinçlendirme, teşvik ve yaptırım uygulamaları oluşturulacak, akıllı sayaç ve uzaktan okuma gibi sistemlerin kullanımı yaygınlaştırılacak ve denetimler artırılacaktır.
- h) Enerji KİT'lerinde kullanılması amacıyla Milli Akıllı Şebeke Yönetim Sistemi (Milli SCADA) geliştirilmesine yönelik çalışmalar yapılacaktır.
- i) Karayolu ağında enerji ve zaman tasarrufunu, trafik güvenliğini, karayolu kapasitesinin etkin kullanımını sağlayan Akıllı Ulaşım Sistemleri (AUS) ile ilgili mimari yerel yönetimleri de kapsayacak şekilde tamamlanarak uygulamaya konulacaktır.
- j) Yerel yönetimlerin akıllı şehir stratejilerini ve izleyecekleri yol haritalarını hazırlamaları teşvik edilecek, akıllı şehir projelerinin ulusal katmanda önceliklendirilen alanlar ve kabiliyetler dikkate alınarak seçilmesi ve hayata geçirilmesi sağlanacak, akıllı şehir uygulamalarına yönelik yerli üretimin geliştirilmesi desteklenecektir.
- k) Yerel yönetimlere akıllı şehir stratejilerini ve izleyecekleri yol haritalarını hazırlamalarına yönelik Ulusal Akıllı Şehir Stratejisi ve Eylem Planı esas alınarak rehberlik sağlanacaktır.
- l) Akıllı şehir projeleri, Büyükşehir belediyeleri ve 51 il belediyesi öncelikli olmak üzere akıllı şehir olgunluk değerlendirmesi ve kaynak tahsis kısıtları göz önünde bulundurularak önceliklendirilecektir.
- m) Akıllı şehir uygulamalarında yerli teknoloji uygulamalarının desteklenmesinin yöntemleri analiz edilecek, ihale süreçlerinde esas alınacak yerli üretim oranı başta olmak üzere kriterler belirlenecektir.
- n) Akıllı şehir ekosistemi analiz edilerek girişimciler, sistem geliştiriciler, teknoloji sağlayıcılar gibi sektörün tüm paydaşları oluşturulacak dijital platformda buluşturulacaktır.

11. Kalkınma planı incelendiğinde "akıllı fabrikalar, ulaşım, enerji, tarım, sağlık, çevre, afet yönetimi gibi konularda uygulamaların geliştirilmesi ve yerli standartların oluşturulması sağlanacaktır" ibaresi kalkınma planındaki akıllı kentlere dair planları özetlemektedir. Bunun yanı sıra izleme ve denetleme mekanizmalarının akıllı niteliğe kavuşturulmasının yanı sıra yerel yönetimleri daha akıllı hale getirme konusunda teşviki, üzerinde durulan diğer bir konudur.

### **3.2. Çevre ve Şehircilik Bakanlığı**

Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemi ile birlikte İçişleri Bakanlığı'nın yetki ve sorumluluğunda olan şehirlere dair birçok yetki ve sorumluluk Çevre ve Şehircilik Bakanlığı'na devredilmiştir. Sahip olduğu yetki ve sorumluluklarla Bakanlık, akıllı şehirlere dair oldukça geniş bir strateji ve eylem planı hazırlamıştır.

### **3.2.1. Ulusal Akıllı Kentler Stratejisi ve Eylem Planı (2019-2022)**

2020-2023 Ulusal Akıllı Şehirler Stratejisi ve Eylem Planı, Türkiye'nin akıllı şehirlere dair vizyonunu ve yol haritasını ortaya koyan en kapsamlı belgedir. Belgeyi önem kılan hususlardan biri, Türkiye'nin ilk, dünyanın dördüncü Akıllı Şehir stratejisi ve eylem planı olmasıdır. Üst politika belgeleri ile uyumlu bir şekilde ve yerel yönetimlerin görüşlerine de yer verilerek hazırlanan belgede ulusal imkanlar ve ihtiyaçların yanı sıra uluslararası iyi örnekler ve yenilikler de yer almıştır. 2020-2023 Ulusal Akıllı Şehirler Stratejisi ve Eylem Planı, "Etkin ve Sürdürülebilir Akıllı Şehir Yönetimi" ve "Yetkin ve Üreten Akıllı Şehir Ekosistemi" stratejileri ve "Hayata Değer Katan Yaşanabilir ve Sürdürülebilir Şehirler" vizyonu ile hazırlanmıştır. Bu vizyon doğrultusunda 4 stratejik amaç 9 hedef ve 40 eylem belirlenmiştir. Belgenin stratejik amaç ve hedefleri şu şekildedir:

- 1) Etkin Akıllı Şehir Ekosistemi Oluşturulacaktır.
  - a. Akıllı şehir ekosistemi yönetim mekanizması oluşturulacaktır.
  - b. Şehirlere ilişkin bütüncül mali yönetim sağlanacaktır
- 2) Akıllı Şehir Dönüşüm Kapasitesi Artırılacaktır.
  - a. Teknoloji üreticileri, çözüm sağlayıcıları ve hizmet sağlayıcılarının akıllı şehir dönüşüm kapasitesi artırılacaktır.
  - b. Kent sakinlerinin akıllı şehir dönüşüm kapasitesi artırılacaktır.
- 3) Akıllı Şehir Dönüşümünde Kolaylaştırıcı ve Yönlendirici Ortam Oluşturulacaktır.
  - a. Akıllı şehir mimarisi oluşturulacaktır.
  - b. Akıllı şehir teknoloji üreticileri, çözüm sağlayıcıları ve hizmet sağlayıcıları arasında işbirliği ve etkileşim ortamı oluşturulacaktır.
- 4) Şehircilik Hizmetlerinde Akıllı Şehir Dönüşümü Sağlanacaktır.
  - a. Akıllı şehir çözümlerine yönelik paydaşların katılımı artırılacaktır.
  - b. Akıllı şehir çözümleri kullanılan şehircilik hizmetlerinin kullanımı yaygınlaştırılacaktır.
  - c. Akıllı şehir bileşenlerinin hizmet bütünlüğünde olgunluğu artırılacaktır.

Belge incelendiğinde literatürde akıllı şehir yaklaşımına dair tüm kriterlerin mevcut olduğu görülmektedir. Diğer üst politika belgelerinin bazılarında değinildiği gibi olduğu gibi yönlendirici, değerlendirici, teşvik edici ve entegrasyonu sağlayıcı tavrın benimsendiği bu belgede de gözlemlenmektedir. Bunların yanı sıra mimari, dönüşüm ve bilgi güvenliği de belgede düzenlenen konular arasındadır.

### **3.2.2. Türkiye İklim Değişikliği Stratejisi (2010-2023)**

Çevre ve Şehircilik Bakanlığı tarafından Türkiye'nin iklim değişikliği konusunda küresel mücadeleye katkı, uluslararası taraflarla iş birliği ve sürdürülebilir kalkınma anlayışı içerisinde 2010-2023 yıllarını kapsayan Türkiye İklim Değişikliği Stratejisi yayınlamıştır. Bu belgede akıllı uygulamalara dair yalnızca "akıllı ulaşım sistemi uygulamaları geliştirilecektir" hedefi yer almaktadır.

### **3.3. Ulaştırma ve Altyapı Bakanlığı**

Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemi'ne geçiş öncesinde Ulaştırma Bakanlığı uhdesi altında ulusal ölçekte akıllı sistemlerin kullanılması, Bakanlığın hazırladığı strateji belgelerine yansımıştır. Özellikle Ulusal Genişbant Stratejisi ve Eylem Planı, Türkiye'de akıllı kentlerin altyapısını oluşturan ilk ve kapsamlı stratejiler ortaya koyan belgelerden biridir.

### **3.3.1. Akıllı Ulaşım Sistemleri Strateji Belgesi (2014-2023)**

Ulaştırma ve Altyapı Bakanlığı tarafından yayınlanan belgede 2023 yılına kadar “tüm ulaşım hizmetlerinin bilgi ve iletişim teknolojileriyle yönetilmesi ve yönlendirilmesi” hedeflenmiştir. Bu hedef kapsamında “bütün ulaşım türlerinde bilgi ve iletişim teknolojilerini gereğince kullanarak entegre, güvenli, etkin, verimli, yeniliğe açık, insana saygılı, çevre dostu, sürdürülebilir ve akıllı bir ulaşım ağına erişmek” amaçlanmıştır. Bu amaçlar şu şekildedir;

- a) Akıllı Ulaşım Sistemi'nin (AUS) ülke genelinde planlama ve entegrasyonu için idari ve teknik mevzuatın ulusal ve uluslararası ihtiyaçlara göre geliştirilmesi,
- b) Küresel düzeyde rekabetçi bir AUS sektörünün oluşturulması,
- c) AUS uygulamalarının ülke çapında yaygınlaştırılarak trafik güvenliğinin ve mobilitenin artırılması,
- d) Hareket kısıtlılığı olanların ulaşım araçlarına ve hizmetlerine erişiminin AUS ile kolaylaştırılması,
- e) Karayolu ulaştırması kaynaklı yakıt tüketimi ve emisyonlarının azaltılması.

Belge, ulusal düzeyde bir koordinasyon, altyapı geliştirme, teşvik ve AR-GE yönüyle ön plana çıkmaktadır. Yerli uygulamaların ve ürünlerin kullanımını vurgulayan belgede enerji verimliliği ve çevre kaygısı da göze çarpmaktadır. Oldukça geniş kapsamlı bir belge olmasına rağmen sürücüsüz toplu ulaşım uygulamalarına dair herhangi bir öngöründe bulunulmamıştır.

### **3.3.2. Ulusal Genişbant Stratejisi ve Eylem Planı (2017-2020)**

Türkiye’de mümkün olduğunca geniş ölçüde ve yüksek hızla interneti herkes için erişebilir kılmayı “her yerden herkese genişbant” sloganı ile hedefleyen belgede 3 stratejik amaç ve 25 stratejik hedef belirlenmiştir. Bu 25 stratejik hedefin ikisi doğrudan akıllı kentlerle ilgilidir: Akıllı Kentler Programının Geliştirilmesi ve Akıllı Ulaşım Sistemlerinin Geliştirilmesi.

Bu iki stratejik hedef doğrultusunda akıllı kentlere dönüşüm için gerekli tedbirler alınması ve bütünlük çalışma prensipleri ile gerek duyulan yönetim ve finansman modellerinin hayata geçirilmesine yönelik politikalar belirlenmiştir. Metropol bölgelerinde ve kentsel dönüşüm kapsamındaki bölgelerde akıllı kent uygulamalarına öncelik verilmesi ve akıllı kent ve bina uygulamalarının teşvik edilmesi belgedeki diğer hususlardır. Bu noktada eylem adımları şu şekildedir:

1. Akıllı Kentler Programının kapsamı dikkate alınarak “Yürütme Kurulu” oluşturulması.
2. AB ülkelerinin çalışmalarını takip etmek, en iyi akıllı kent uygulama ve hizmetleri ile birlikte teşvik edici mevzuat incelenmesi.
3. Akıllı kentlere dönüşüm için hedefler ve stratejiler tespit edilecek, bütünlük çalışma prensipleri ile gerek duyulan yönetim modellerinin hayata geçirilmesine yönelik stratejiler belirlenmesi.
4. Oluşturulacak strateji aşağıdaki bileşenleri içerecektir:
  - a) Akıllı kent çözümleri ve hangi bölgelerde/şehirlerde hangi çözümleri odaklanılacağı belirlenmesi,
  - b) Afet ve acil durumlara hızlı ve etkin tepki veren, afet dayanıklılığı sağlayan akıllı kent uygulamalarının geliştirilmesi,
  - c) Uygulamalar bazında temel hedeflerin belirlenmesi, (Örnek: Akıllı kavşakların hangi şehirlerde ve şehirlerde hangi bölgelerde yaygınlaştırılacağı)
  - d) Paydaş katılımının sağlanması, (Örnek: Yaşayan laboratuvarlar)
  - e) Kentlerin marka değerinin güçlendirilmesi ve yatırımcılar ve işverenler için cazibesinin artırılması amacıyla belirli ölçütler karşılayan kentlerin tanımlanması,

f) Akıllı kent seviyesini belirlemek ve uygulamaların izlenebilmesini sağlamak için akıllı kent endeksi oluşturulması,

g) Finansman modelinin belirlenmesi ve sağlanacak fonlardan yararlanmak için gerekli olan başvuru sürecinin tanımlanması ve başvuruların değerlendirme ölçütlerinin ve sağlanacak fon miktarlarının belirlenmesi,

h) Finansman desteği alan kentlerde, akıllı kent endeksinde yer alan performans göstergelerine dayalı olarak izleme ve değerlendirme yapılması, (Örnek: Fonların ilerleme durumuna göre sağlanması)

5. Akıllı kent altyapılarının oluşturulması amacıyla, metropol ve kentsel dönüşüm kapsamındaki bölgeler başta olmak üzere; yeni inşa edilecek binalarda akıllı bina uygulamalarını teşvik edici mekanizmalar ve öncelik verecek düzenlemeler geliştirilecektir.

6. İLBANK A.Ş. tarafından yerel yönetimlere sağlanan kaynakların akıllı kent uygulamalarında nasıl kullanılacağına dair usul ve esaslar tespit edilecektir. Bu kapsamda yerel yönetimler bir program dahilinde desteklenecektir.

7. “Coğrafi Bilgi Sistemi” ve “Kent Bilgi Sistemi” çözümlerine yerel yönetimlerde yaygınlaşmasına yönelik destek verilecektir.

8. Akıllı bina konsepti kapsamında uygulanan bina otomasyonu, uzaktan ölçülebilir akıllı sayaç, enerji verimliliği yüksek ısıtma ve aydınlatma sistemleri vb. ürünlere yönelik standartlar belirlenecektir. Standartlara uygun ürünlerin geliştirilmesi için TÜBİTAK tarafından verilen Ar-Ge destekleri artırılarak devam ettirilecektir.

Belge incelendiğinde akıllı şehirlere dair altyapı oluşturma ve strateji belirleme, ihtiyaç odaklı, denetleyen ve teşvik edici bir nitelikte olduğu belirtilebilir.

### **3.4. Diğer Kurumlar**

Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemine geçiş öncesinde yayınlanan akıllı kentlere dair bir takım strateji belgeleri bulunmaktadır. Bu belgelerden birincisi Bölgesel Gelişme Ulusal Stratejisi’dir. Belgede akıllı büyümeye dair atıflar mevcuttur. İkincisi, Enerji Verimliliği Strateji Belgesidir (2010–2023). Belgede akıllı sayaç ve şebekelere dair stratejik hedef ve planların yanı sıra ulaşımda enerji verimliliğinin artırılması ve ağ verimliliğinin sağlanması için bilgi ve iletişim teknolojilerinin kullanıldığı akıllı trafik yönetimi uygulamaları ve akıllı ulaştırma sistemlerinin yaygınlaştırılması da hedeflenmektedir. Belgede bu stratejilere dair kaynak oluşturulması, sistem teknik altyapısı güçlendirilmesi ve gerekli Ar-Ge çalışmaları yapılması öngörülmüştür. Bir başka belge de Türkiye Ulaşım ve İletişim Stratejisi Hedef 2023’dür. Bu belgede akıllı sinyalizasyon, akıllı posta, akıllı şebeke uygulamalarına değinilmektedir.

Bu belgelerin yanı sıra kalkınma ajanslarının belirli dönemlere dair bölgesel hedefleri de bulunmaktadır. Bu belgelerde spesifik strateji, hedef veya politika önerisi bulunmazken, politikalar genelinde akıllı ve sürdürülebilirlik vurgusu yapılmaktadır.

## **4. ORGANİZASYON: ULUSAL VE YEREL ÖRGÜTLENMELER**

Şehirlerin yönetiminde en sorumlu birimler yerel yönetimler olsa da ulusal ölçekte belirlenen stratejilerden bağımsız planlama yapmak ve politika üretmek akıllı şehir yaklaşımının paydaşlarla birlikte ve koordinasyon içerisinde hareket etme ilkelerine ters düşebilir. Bu bağlamda Cumhurbaşkanlığı da ulusal ölçekte akıllı şehircilik alanında koordinasyonu temin eden ve ulusal ölçekli stratejiler hazırlama görevine haiz oluşumlara gitmiştir. Bu başlık altında Cumhurbaşkanlığı ve Büyükşehir Belediyesi bünyesindeki akıllı şehircilikle ilgili örgütlenmeler incelenmektedir.

### **4.1. Cumhurbaşkanlığı**

Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemi ile birlikte akıllı şehirler için iki önemli oluşum meydana gelmiştir. Bunlardan biri Yerel Yönetimler Politika Kurulu diğeri ise Dijital Dönüşüm Ofisi’dir. Bu iki oluşumun görev ve yetkileri incelendiğinde ulusal ölçekte dijital dönüşümde koordinasyonu sağlamak ve “akıllı şehircilikle ilgili

araştırmalar yaparak strateji önerilerinde bulunmak” şeklinde düzenlenen görev yetkiler dikkat çekicidir (Cumhurbaşkanlığı Teşkilatı Hakkında Cumhurbaşkanlığı Kararnamesi, 2018).

#### 4.2. Büyükşehir Belediyelerinin İç Örgütlenmesi

Avrupa Yerel Yönetimler Özerklik Şartı 6. maddesinin 1. fıkrası<sup>2</sup> ve 5393 sayılı Belediye Kanunu’nun 48. maddesi<sup>3</sup> gereğince belediyeler, daha genel yasalarla çelişmediği sürece, kendi iç örgütlenmesine serbestçe karar verebilmektedir.

Araştırma kapsamındaki büyükşehir belediyelerinin idari yapılanması incelendiğinde belediyelerin akıllı uygulamalarının büyük ölçüde Bilgi İşlem Daire Başkanlığı ve bu başkanlığa bağlı şube müdürlükleri tarafından yürütüldüğü gözlemlenmektedir. Bilgi İşlem Dairesi Başkanlığı’ndan farklı olarak ayrı bir örgütlenme altında şehri dair akıllı uygulamaların yürütüldüğü örnekler de mevcuttur. Bu örneklerin önce geleni Bursa Büyükşehir Belediyesi’dir. Bursa Büyükşehir Belediyesi’nde ‘Akıllı Şehircilik ve İnovasyon’ adında bir daire başkanlığı bulunmaktadır. Bu başkanlık altında Akıllı Şehircilik, ARGE, Bilim ve Teknoloji, Coğrafi Bilgi Sistemleri Şube Müdürlükleri bulunmaktadır. Farklı örgütlenmelere diğer bir örnek olarak İstanbul Büyükşehir Belediyesi (İBB) örnek verilebilir. İBB, ‘İstanbul Bilişim ve Akıllı Kent Teknolojileri Anonim Şirketi’ adında bir iştirak şirketine sahipken, Bilgi İşlem Daire Başkanlığı altında Akıllı Şehir Şube Müdürlüğü bulunmaktadır. Başka bir örnek olarak Gaziantep Büyükşehir Belediyesi (GBB), önemli bir örgütlenmeye sahiptir. ‘Ekonomik Gelişim AR-GE ve İnovasyon Dairesi Başkanlığı’ altında ‘Yapay Zekâ Eğitim ve Araştırma Şube Müdürlüğü’ ve ‘AR-GE ve İnovasyon Şube Müdürlüğü’ bulunmaktadır. Bu örneklerin yanında Strateji Geliştirme Daire Başkanlığı (İzmir) ve İmar ve Şehircilik Daire Başkanlığı (Konya) altında akıllı şehir uygulamalarını yürüten belediyeler mevcuttur. Kocaeli Belediyesi’nde de ‘Akıllı Şehir Yönetimi Şube Müdürlüğü’ bulunmaktadır (Tablo 2).

**Tablo 2. 2020 yılı itibariyle büyükşehir belediyelerinin akıllı şehirlere dair iç örgütlenmeleri**

Büyükşehir Belediyesi	Daire Başkanlığı/Şirket	Şube Müdürlüğü/Anonim Şirketi
Adana Büyükşehir Belediyesi	Bilgi İşlem Daire Başkanlığı	Bilgi Teknolojileri ve Haberleşme Sistemleri Şube Müdürlüğü Kent Bilgi Sistemi Şube Müdürlüğü
Ankara Büyükşehir Belediyesi	Bilgi İşlem Dairesi Başkanlığı	Elektronik Sistemler ve Donanım Şube Müdürlüğü İletişim Şube Müdürlüğü Proje İhale ve İdari İşler Müdürlüğü Yazılım ve Yönetim Şube Müdürlüğü
Antalya Büyükşehir Belediyesi	Bilgi İşlem Dairesi Başkanlığı	Coğrafi Bilgi Sistemleri Şube Müdürlüğü Sistem ve Donanım Şube Müdürlüğü Yönetim Bilgi Sistemleri Şube Müdürlüğü
Balıkesir Büyükşehir Belediyesi	Bilgi İşlem Dairesi Başkanlığı	Yönetim Bilgi Sistemleri Şube Müdürlüğü Haberleşme Şube Müdürlüğü Bilgi Teknolojileri Şube Müdürlüğü
Bursa Büyükşehir Belediyesi	Akıllı Şehircilik ve İnovasyon Dairesi Başkanlığı	Akıllı Şehircilik Şube Müdürlüğü ARGE Şube Müdürlüğü Bilim ve Teknoloji Şube Müdürlüğü Coğrafi Bilgi Sistemleri Şube Müdürlüğü
	Bilgi İşlem Dairesi Başkanlığı	Bilgi İşlem Şube Müdürlüğü Elektronik ve Haberleşme Şube Müdürlüğü

2...yerel yönetimler kendi iç yönetsel örgütlenmelerini, bunların yerel gereksinimlerle uyumlu kılmak ve etkin yönetim sağlamak amacıyla kendileri kararlaştırabileceklerdir.

3 Beldenin nüfusu, fiziki ve coğrafi yapısı, ekonomik, sosyal ve kültürel özellikleri ile gelişme potansiyeli dikkate alınarak, norm kadro ilke ve standartlarına uygun olarak gerektiğinde sağlık, itfaiye, imar, insan kaynakları, hukuk işleri ve ihtiyaca göre diğer birimler oluşturulabilir. Bu birimlerin kurulması, kaldırılması veya birleştirilmesi belediye meclisinin kararıyla olur.



Denizli Büyükşehir Belediyesi	Bilgi İşlem Dairesi Başkanlığı	Bilgi Sistemleri Şube Müdürlüğü	
		Coğrafi Bilgi Sistemleri Şube Müdürlüğü	
Erzurum Büyükşehir Belediyesi	Bilgi İşlem Dairesi Başkanlığı	Bilgi İşlem Şube Müdürlüğü	
		Elektronik ve İletişim Şube Müdürlüğü	
Eskişehir Büyükşehir Belediyesi	Bilgi İşlem Dairesi Başkanlığı	Bilgi İşlem Şube Müdürlüğü	
		İstatistik Şube Müdürlüğü	
		Bilgi Ağları Şube Müdürlüğü	
Gaziantep Büyükşehir Belediyesi	Ekonomik Gelişim AR-GE ve İnovasyon Dairesi Başkanlığı	Yapay Zekâ Eğitim ve Araştırma Şube Müdürlüğü	
		AR-GE ve İnovasyon Şube Müdürlüğü	
	Bilgi İşlem Dairesi Başkanlığı	Kent Bilgi Sistemleri Şube Müdürlüğü	
Hatay Büyükşehir Belediyesi	Bilgi İşlem Dairesi Başkanlığı	Bilgi Teknolojileri Şube Müdürlüğü	
		Yönetim Bilgi Sistemleri Şube Müdürlüğü	
		Bilgi Teknolojileri ve Araştırma Geliştirme Şube Müdürlüğü	
İstanbul Büyükşehir Belediyesi	Bilgi İşlem Dairesi Başkanlığı	İdari ve Mali İşler Şube Müdürlüğü	
		Akıllı Şehir Şube Müdürlüğü	
		Bilgi İşlem Şube Müdürlüğü	
		Coğrafi Bilgi Sistemi Şube Müdürlüğü	
İzmir Büyükşehir Belediyesi	İştirak Şirketleri Genel Müdürlükleri	Elektronik Sistemler Şube Müdürlüğü	
		İstanbul Bilişim ve Akıllı Kent Teknolojileri Anonim Şirketi	
Kahramanmaraş Büyükşehir Belediyesi	Bilgi İşlem Dairesi Başkanlığı	Entegre Sistemler Şube Müdürlüğü	
		Yazılım Şube Müdürlüğü	
		Bilgi Ağları Şube Müdürlüğü	
		Bilgi İşlem Şube Müdürlüğü	
Kayseri Büyükşehir Belediyesi	Harita ve CBS Daire Başkanlığı	Coğrafi Bilgi Sistemleri Şube Müdürlüğü	
		Ar-Ge İnovasyon Şube Müdürlüğü	
Kocaeli Büyükşehir Belediyesi	Bilgi İşlem Dairesi Başkanlığı	Strateji Geliştirme Daire Başkanlığı	
		Bilgi İşlem Dairesi Başkanlığı	Bilgi Teknolojileri Şube Müdürlüğü
		Bilgi İşlem Dairesi Başkanlığı	Elektronik Sistemler Şube Müdürlüğü
Konya Büyükşehir Belediyesi	Bilgi İşlem Dairesi Başkanlığı	Bilgi İşlem Dairesi Başkanlığı	Coğrafi Bilgi Sistemleri Şube Müdürlüğü
		Bilgi İşlem Dairesi Başkanlığı	Elektronik Sistemler ve Haberleşme Şube Müdürlüğü
		Bilgi İşlem Dairesi Başkanlığı	Yazılım Şube Müdürlüğü
		Bilgi İşlem Dairesi Başkanlığı	Akıllı Şehirler ve Kent Bilgi Sistemleri Şube Müdürlüğü
Konya Büyükşehir Belediyesi	Bilgi İşlem Dairesi Başkanlığı	Bilgi İşlem Dairesi Başkanlığı	Bilgi Sistemleri Şube Müdürlüğü
		Bilgi İşlem Dairesi Başkanlığı	Bilişim Teknolojileri Şube Müdürlüğü
		Bilgi İşlem Dairesi Başkanlığı	Akıllı Şehir Yönetimi Şube Müdürlüğü
		Bilgi İşlem Dairesi Başkanlığı	Elektronik Ağlar ve Sistemler Şube Müdürlüğü
	İmar ve Şehircilik Dairesi Başkanlığı	Elkart Şube Müdürlüğü	
		Yazılım Şube Müdürlüğü	
		Kent Bilgi Sistemi Şube Müdürlüğü	



Mardin Büyükşehir Belediyesi	Bilgi İşlem Dairesi Başkanlığı	Bilgi İşlem Şube Müdürlüğü
		Donanım ve Destek Şube Müdürlüğü
		İstatistik ve Envanter Şube Müdürlüğü
		Sistem Yönetimi Şube Müdürlüğü
		Bilgi Edinme Şube Müdürlüğü
Mersin Büyükşehir Belediyesi	Bilgi İşlem Dairesi Başkanlığı	Bilişim Teknolojileri Şube Müdürlüğü
		Sistem ve Donanım Şube Müdürlüğü
		Yazılım ve Yönetim Şube Müdürlüğü
Muğla Büyükşehir Belediyesi	Bilgi İşlem Dairesi Başkanlığı	Bilgi Teknolojileri Şube Müdürlüğü
		Coğrafi Bilgi Sistemleri Şube Müdürlüğü
		Yönetim Bilgi Sistemleri Şube Müdürlüğü
Ordu Büyükşehir Belediyesi	Bilgi İşlem Dairesi Başkanlığı	Bilgi Teknolojileri Şube Müdürlüğü
		Coğrafi Bilgi Sistemleri ve Akıllı Şehirler Şube Müdürlüğü
Sakarya Büyükşehir Belediyesi	Bilgi İşlem Dairesi Başkanlığı	Bilişim Sistemleri ve Donanım Şube Müdürlüğü
		Coğrafi Bilgi Sistemleri ve Yazılım Şube Müdürlüğü
		Elektronik ve Haberleşme Sistemleri Şube Müdürlüğü
Samsun Büyükşehir Belediyesi	Bilgi İşlem Dairesi Başkanlığı	Bilgi İşlem Şube Müdürlüğü
		Elektronik Sistemleri Şube Müdürlüğü
Tekirdağ Büyükşehir Belediyesi	Bilgi İşlem Dairesi Başkanlığı	Bilgi Teknolojileri Şube Müdürlüğü
		Coğrafi Bilgi Sistemleri Şube Müdürlüğü
		Elektronik Sistemler Şube Müdürlüğü
		Yönetim Bilgi Sistemleri Şube Müdürlüğü
Trabzon Büyükşehir Belediyesi	Bilgi İşlem Dairesi Başkanlığı	Yazılım Şube Müdürlüğü
		Kent Bilgi Sistemi Şube Müdürlüğü
		Elektronik Sistemler ve Donanım Şube Müdürlüğü
Van Büyükşehir Belediyesi	Bilgi İşlem Dairesi Başkanlığı	-

Çalışma kapsamındaki büyükşehir belediyelerinin iç örgütlenmeleri incelendiğinde yalnızca 5 büyükşehir belediyesi akıllı şehir konseptine özgü örgütlenmeye gittiği görülmektedir. Her ne kadar diğer birimler uhdesinde akıllı şehir uygulamaları ve çalışmaları geliştirilebilse de akıllı kent konseptine uygun bir örgütlenme uzman personel teminine veya mevcut personelin bu konuda eğitilmesine fırsat tanıyabilir. Hepsinden önemlisi edinilen vizyonun ilk somut yansıması olarak değerlendirilebilir. Bir sonraki bölümde inceleneceği üzere akıllı şehirlere özgü örgütlenmeye giden büyükşehir belediyelerinin (Bursa, Gaziantep, İstanbul, İzmir, Konya ve Kocaeli), stratejik planlarında akıllı şehirlere dair somut ve gerçekleştirilebilir planlar yaptığı görülmektedir.

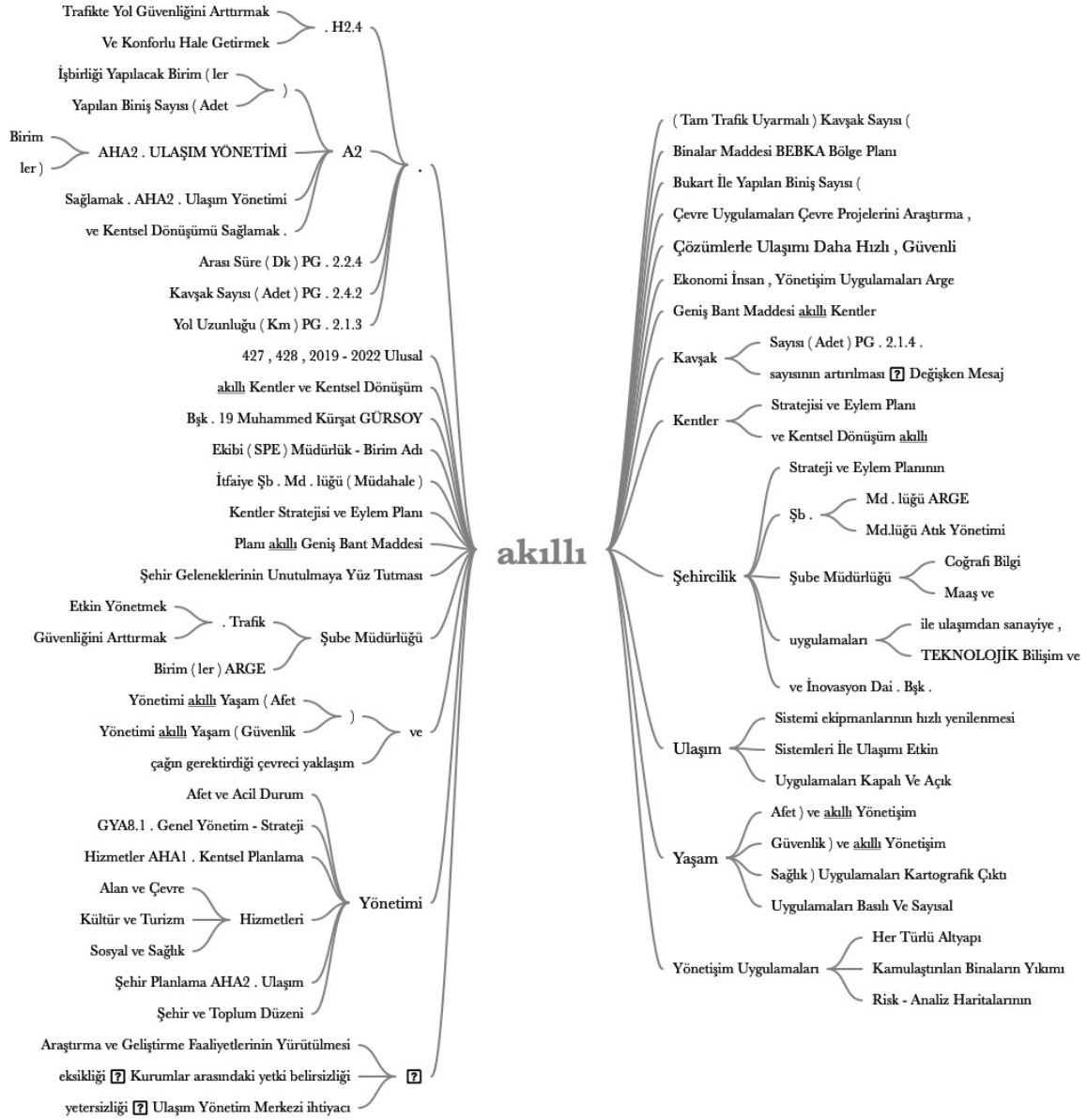
## **5. POLİTİKA: BÜYÜKŞEHİR BELEDİYELERİNİ 2020-2024 STRATEJİK PLANLARI**

Çalışma kapsamındaki büyükşehir belediyelerinin 2020-2024 yıllarını kapsayan stratejik planlarının tümü NVivo programına aktarılmıştır. Daha sonra belgelerde 'akıllı', 'dijital' ve 'teknoloji(k)' kelimelerine dair kelime ağaçları çıkarılarak bu kelimelerin hangi bağlamda kullanıldığı tespit edilmeye çalışılmıştır. Resim 1'de Bursa Büyükşehir Belediye'nin 2020-2024 Stratejik Planı belgesi üzerinden 'akıllı' kelimesi ile öncesinde ve sonrasında 5 kelime kapsamlı (context) kelime ağacı (Word tree) örneği sunulmaktadır. Her belge için ayrı ayrı hazırlanan kelime ağaçları sonucu yapılan analizden elde edilen tespitler Tablo 4'de sunulmuştur. Bu analiz yapılırken stratejik planların atıf verdiği temel politika belgelerine dair burgular değerlendirme dışı bırakılmıştır. Anamlı veriler tespit edilene kadar kelime kapsamı yükseltilmiştir.

Stratejik Planlar genel olarak değerlendirildiğinde akıllı şehir konseptine dair plan ve hedeflerin toplu ulaşım, trafik, park, bisiklet, iç örgütlenme, yazılım/veri üretimi, afet, katılım/yönetişim, tarım/sulama, çevre/hava, dijital dönüşüm, enerji tasarrufu, aydınlatma gibi alanlarda ön plana çıktığı gözlemlenmiştir. Akıllı şehir konseptine dair

hiçbir stratejik hedefi veya planı bulunmayan Mardin ve Mersin Büyükşehir Belediye haricinde her belediyenin toplu ulaşım veya ulaşım sistemi konusunda bir stratejik hedef veya plan belirlediği gözlemlenmiştir. Bu durumun iki sebebi olabilir. Birincisi temel politika belgelerinde uzun yıllardır akıllı ulaşım sistemlerinin teşvik edilmesi, diğeri ise halihazırda elektronik olarak yürütülen ulaşım sistemlerini dışarıdan tedarik yolu ile akıllı hale getirilmesidir. Sebebi her ne olursa olsun ulaşım, trafik, park ve bisiklet uygulamalarında büyükşehir belediyenin akıllı şehir konseptine dair somut adımlar attığı gözlemlenmektedir (Tablo 3).

**Resim 1. Bursa Büyükşehir Belediyesi 2020-2024 Stratejik Planı 'akıllı' kelimesi ile oluşturulan word tree (kelime ağacı)**



Yine çoğu büyükşehir belediyesinin hem kurumsal iletişimi arttıracak hem de bürokratik işlemlerin hızlanmasına katkı sunacak yazılımlar geliştirmeye ve veri üretimine katkı sağlayacak uygulamalara açık olduğu gözlemlenmektedir.

Afet, tarım, çevre ve enerji tasarrufu gibi konuların genelde büyükşehir belediyeleri tarafından çok fazla dikkate alınmadığı yine tespitlerden biridir. Kimi belediyeler akıllı şehirleri akıllı kavşak veya akıllı otobüs duraklarından

ibaret görmektedir. Adana, Denizli, Erzurum, Hatay, Kahramanmaraş, Mardin, Mersin, Tekirdağ, Trabzon ve Van Büyükşehir Belediyeleri bu kategoride yer alan belediyeler olarak değerlendirilebilir. Ancak akıllı şehirler, şehri ilgilendiren her alana konu olabilmektedir. Bu noktada da iki husus ön plana çıkmaktadır: şehre dair özgün ihtiyaçlar ve gerekli ihtiyaçlar. Özgün ihtiyaçlar, şehrin demografik yapısı, coğrafi şartları, doğal kaynakları vb. şartları itibarıyla farklılık gösterebilir. Buna yönelik akıllı uygulamalar şehrin güçlü yanlarının ön plana çıkarılmasını ve şehre dair tehditlerin bertaraf edilmesine katkı sunabilir. Diğer bir husus da gerekli ihtiyaçlardır. Bu ihtiyaçlar temel politika belgelerinden belirlenen ulusal planlarla uyumlu veya bölgede uygulanan geniş ölçekli planlara entegre uygulamalardır. Yukarıda belirtilen 10 büyükşehir belediyesi haricinde diğer belediyelerde bu iki hususun dikkate alındığı gözlemlenmektedir. Özellikle Bursa, Gaziantep, İstanbul ve Kocaeli Büyükşehir Belediyelerinin akıllı şehirlerin dair tüm bileşenlerine dair plan ve hedefler belirlemesi olumlu olarak değerlendirilebilir.

**Tablo 3. Çalışma kapsamındaki büyükşehir belediyelerinin 2020-2024 stratejik planlarındaki akıllı uygulamaların konu olduğu alanlar**

BÜYÜKŞEHİR BELEDİYESİ	Akıllı Uygulamaların Konu Olduğu Alanlar					
	Akıllı Hareketlilik	Akıllı Çevre	Akıllı İnsanlar	Akıllı Ekonomi	Akıllı Yaşam	Akıllı Yönetişim
Adana Büyükşehir Belediyesi	✓	X	X	X	X	X
Ankara Büyükşehir Belediyesi	✓	✓	✓	X	X	X
Antalya Büyükşehir Belediyesi	✓	✓	X	X	X	X
Balıkesir Büyükşehir Belediyesi	✓	✓	X	X	X	X
Bursa Büyükşehir Belediyesi	✓	✓	✓	X	✓	X
Denizli Büyükşehir Belediyesi	✓	X	X	X	X	X
Erzurum Büyükşehir Belediyesi	✓	X	X	X	X	X
Eskişehir Büyükşehir Belediyesi	✓	X	X	✓	X	X
Gaziantep Büyükşehir Belediyesi	✓	✓	X	X	X	X
Hatay Büyükşehir Belediyesi	✓	X	X	X	X	X
<b>İstanbul Büyükşehir Belediyesi</b>	✓	✓	✓	✓	✓	X
<b>İzmir Büyükşehir Belediyesi</b>	✓	X	X	X	X	X
Kahramanmaraş Büyükşehir Belediyesi	✓	X	X	X	X	X
Kayseri Büyükşehir Belediyesi	✓	✓	✓	X	✓	X
Kocaeli Büyükşehir Belediyesi	✓	✓	✓	X	✓	✓
Konya Büyükşehir Belediyesi	✓	X	✓	X	X	X
Mardin Büyükşehir Belediyesi	X	X	X	X	X	X
Mersin Büyükşehir Belediyesi	✓	X	X	X	X	X
Muğla Büyükşehir Belediyesi	✓	X	X	X	X	X
Ordu Büyükşehir Belediyesi	✓	X	X	X	X	X
Sakarya Büyükşehir Belediyesi	✓	X	✓	X	✓	✓
Samsun Büyükşehir Belediyesi	✓	✓	X	✓	X	X
Tekirdağ Büyükşehir Belediyesi	✓	X	X	X	X	X
Trabzon Büyükşehir Belediyesi	✓	X	X	X	X	X
Van Büyükşehir Belediyesi	✓	X	X	X	X	X
Toplam	24	9	7	3	5	2

Tablo 3'te sunulan bileşenler akıllı kentler literatüründe yaygın olarak kullanılan bileşenlerdir. Akıllı kentin tanımına ve bileşenlerine ilişkin açıklamaların yer aldığı başlıkta da belirtildiği gibi şehirlerin akıllı şehir stratejilerini nicel boyutta ele alan çalışmaların genellikle Tablo 3'te sunulan altı bileşen altında incelediği gözlemlenmiştir. Giffinger ve ark. (2007), Albino ve ark. (2015), Zubizarreta ve ark. (2016) ve Avrupa Parlamentosu (European Parliament, 2014: 9) akıllı ekonomi, akıllı ulaşım, akıllı çevre, akıllı insanlar, akıllı yaşam ve akıllı yönetim

bileşenleri ile akıllı şehir yaklaşımını ele alan önde gelen çalışmalardır. Bu bileşenler yine yukarıda belirtildiği gibi konunun ele alındığı perspektife bağlı olarak arttırılabilir veya azaltılabilir.

Tablo 4'te ise stratejik planlarda yer alan akıllı, dijital ve teknoloji(k) kelimelerine dair frekanslar (kaç defa kullanıldığı) yer almaktadır. Her ne kadar bağlamdan uzak kelimeler kullanılmışsa da (örneğin Adana Bilim ve Teknoloji Üniversitesi) çalışmanın sonucunu etkilemediği için bu kelimeler değerlendirme dışında tutulmamıştır. Tablo 4, çalışmanın kapsamında yer alan yerel yönetimlerin gelecek planlarında akıllı kent yönetimi ile ilişkilendirilebilecek politikalara ne ölçüde gündeme aldıklarını ortaya koyması itibarıyla önemli göstergelerdir.

**Tablo 4. Stratejik Planlarda akıllı, dijital ve teknoloji(k) kelimelerinin frekansları**

<b>BÜYÜKŞEHİR BELEDİYESİ</b>	<i>akıllı</i>	<i>dijital</i>	<i>teknoloji(k)</i>	Toplam
Adana Büyükşehir Belediyesi	5	8	35	48
Ankara Büyükşehir Belediyesi	30	15	70	115
Antalya Büyükşehir Belediyesi	20	7	25	52
Balıkesir Büyükşehir Belediyesi	21	14	45	80
Bursa Büyükşehir Belediyesi	37	4	9	50
Denizli Büyükşehir Belediyesi	8	4	19	31
Erzurum Büyükşehir Belediyesi	7	4	29	40
Eskişehir Büyükşehir Belediyesi	23	3	26	52
Gaziantep Büyükşehir Belediyesi	21	7	32	60
Hatay Büyükşehir Belediyesi	2	-	7	9
İstanbul Büyükşehir Belediyesi	58	16	52	126
İzmir Büyükşehir Belediyesi	21	15	31	67
Kahramanmaraş Büyükşehir Belediyesi	9	7	13	29
Kayseri Büyükşehir Belediyesi	39	3	31	73
Kocaeli Büyükşehir Belediyesi	34	6	25	65
Konya Büyükşehir Belediyesi	14	-	22	36
Mardin Büyükşehir Belediyesi	7	-	10	17
Mersin Büyükşehir Belediyesi	18	5	19	42
Muğla Büyükşehir Belediyesi	8	1	23	32
Ordu Büyükşehir Belediyesi	7	7	28	42
Sakarya Büyükşehir Belediyesi	52	6	19	77
Samsun Büyükşehir Belediyesi	14	4	12	30
Tekirdağ Büyükşehir Belediyesi	15	-	16	31
Trabzon Büyükşehir Belediyesi	11	2	12	25
Van Büyükşehir Belediyesi	4	-	10	14

Planlamanın en önemli iki boyutu amaçların ve araçların belirlenmesidir (Bettleheim, 1967:3). Akıllı şehirciliğe dair gerekli araçların temin edilmesinde, teknik kapasitesi itibarıyla, yerel yönetimlerin merkezi yönetimden sivil toplum kuruluşlarına, özel sektörden üniversitelere gibi çeşitli kurum ve kuruluşlarla iş birliğine ihtiyacı varken yerel yönetimler akıllı şehirciliğe dair en yetkili birim olarak stratejilerini oluştururken kendi hedef ve stratejilerini belirleyebilir. Bu durum halihazırda yerel yönetimler için 5393 sayılı Belediye Kanunu'nun 41. maddesinde yasal zorunluluk olarak düzenlenmiştir. Bu bağlamda frekansı belirlenen kelimeler yerel yönetimlerin akıllı şehir politikalarına ilişkin neleri yapmaya yetenekli olduğunu, çözmeye çalışmak istediği problemleri, hangi kritik soruları cevaplandırmak istediğini anlamamıza imkân tanır. Ayrıca geleceğe yönelik bir vizyon ve misyon ortaya koyması yönüyle şehirlerin geleceğini inşa ederken akıllı şehirlerle ilgili kavramların stratejik planlarda ne ölçüde yer bulduğu şehirlerin bu yaklaşımı ne ölçüde benimsediğinin ortaya konulmasında önemli bir göstergedir.

## **SONUÇ ve GENEL DEĞERLENDİRME**

Şehirler demografik, ekonomik ve ölçek olarak günden güne büyümeye devam ederken yaşanabilir ve sürdürülebilir niteliklerini korumak aynı derecede zorlaşmaktadır. Bir kamu politikası alternatifi olan bir şey yapmamak (Dye, 1987) seçeneği milyonlarca nüfusun yaşam alanını oluşturan şehirler için bu durumda iyi bir alternatif değildir. Şehirlerin sorunlarına en optimum çözümü üretmek ve sürdürülebilir kılmak için en iyi alternatiflerden biri şehirleri akıllı kılmak gibi gözükmektedir. Ancak bilgi iletişim teknolojilerinin şehirlere yer bulması, bir şehre akıllı şehir niteliğini kazandırmak için yeterli değildir (Caragliu ve ark., 2011: 67). Akıllı şehre dair tüm bileşenler bütüncül ve planlı bir şekilde ele alınması gereklidir.

Şehirleri akıllı kılmakta en önemli yetki ve sorumluluğa sahip yerel yönetimlerin temel politika belgeleri ve kurumsal örgütlenmeleri konuya ilişkin en önemli referans kaynaklarını oluşturmaktadır. Bu çalışma kapsamında yapılan incelemeler akıllı şehir konseptine merkezi yönetimin ve akıllı şehir uygulayıcılarının en önemli aktörü olan yerel yönetimlerin ne tür amaçlar belirlediğini ve seçenekler tasarladığını analiz edilmeye çalışılmıştır. Diğer bir boyutuyla çalışma akıllı şehirlerin sosyal boyutuyla ilgili somut bir analiz ortaya koymayı hedeflemiştir.

Yapılan analizler göstermektedir ki Türkiye’de akıllı şehirlere dair ulusal ölçekte teşvik edici, yönlendirici ve kapsamlı belgeler bulunmaktadır. Uzun vadeli kalkınma planları ve kısa vadeli yıllık programlarda akıllı şehirlere dair hedef ve politikalar belirlenmesi pozitif bir durumdur. Nitekim 2020-2023 Ulusal Akıllı Şehirler Stratejisi ve Eylem Planı’nın akıllı şehir dönüşümünde dünyada ulusal seviyede hazırlanan 4. stratejisi ve 3. eylem planı olması bunun bir göstergesidir (TUBİTAK BİLGEM, 2021). Bunun yanı sıra, şehircilikten ulaşım, iklim değişikliği ile mücadeleden ekonomik kalkınma programlarına kadar akıllı uygulamaların hayatta geçirilmesine dair planlar yerel yönetimlerin akıllı şehir anlayışını benimseyip hayata geçirmesine yardımcı olacak nitelikteki gelişmelerdir. Ulusal belgelerin diğer önemli bir boyutu ise akıllı uygulamaların üretimindeki yerli vurgusudur. Her şehrin kendine özgü ihtiyaçları vardır. Akıllı şehir konusunda iyi bir örnek olan şehrin ihtiyaçlarına yönelik uygulamaları başka şehirlerde kullanmak her zaman etkin ve verimli bir sonuç yaratmayabilir. Bu bağlamda Türkiye’nin kendi şehirlerinin ihtiyaçlarına yönelik kendi uygulamalarını üretmesi etkinlik, verimlilik ve ekonomiklik ilkeleri açısından faydalı olacaktır.

Hem ulusal ölçekte hem de yerel ölçekte organizasyonlara dair yapılan analizler sonucu yine bir yönlendirici oluşumun varlığından söz edilebilir: Yerel Yönetimler Politikaları Kurulu. Bu kurumun görevlerinden bir tanesi ‘akıllı şehircilikle ilgili araştırmalar yaparak strateji önerilerinde bulunmaktır. Büyükşehir belediyeleri incelendiğinde akıllı şehirlere dair daire başkanlığı, şirket ve şube başkanlıkları bulunduğu tespit edilmiştir. Ancak bu oran %20’dir. Yani araştırma kapsamındaki her 5 belediyeden biri akıllı şehirlere dair bir örgütlenmeye gitmiştir.

Çalışma kapsamındaki büyükşehir belediyelerinin stratejik planları incelendiğinde ise akıllı şehirlere dair hedef ve planların ulaşım, trafik, otopark, afet, tarım/sulama, katılım, veri seti oluşturma, iç örgütlenme, çevre/hava, aydınlatma gibi alanlara dair olduğu gözlemlenmektedir. Yukarıda belirtildiği gibi belediyelerin toplu ulaşım veya ulaşım sistemi konusunda bir stratejik hedef veya plan belirlediği gözlemlenmiştir. Bu durumun iki sebebi olabilir. Birincisi temel politika belgelerinin yönlendirici niteliğinin sonuç bulması diğeri ise uygulamaların dışarıdan ithal edilebiliyor olmasıdır. Genel olarak değerlendirildiğinde temel politika metinlerinin etki gösterdiği söylenebilir ancak bu etkinin sadece kavşaklar üzerinde olması üzerine düşünülmesi gereken bir konudur. Stratejik planlarda birçok alana dair hedef ve plan yapıldığı gözlemlenmiştir. Ancak akıllı yönetim boyutu yerel belgelerde eksik kaldığı söylenebilir. Yönetişim boyutuna dair açık bir şekilde plan belirleyen belediye sayısı oldukça kısıtlıdır. İnsanı daha fazla odağa alan hedef, plan ve politikalara ihtiyaç vardır.

Genel bir değerlendirme yapıldığında ulusal ölçekteki belgelerin akıllı şehirlere dair politikaları yerel yönetimlere bıraktığı ve teşvik edici bir rol üstlendiğini söylemek mümkündür. Ayrıca yerel yönetimlerin stratejik planlarını hazırlarken ciddi bir referans kaynağı olduğu da görülmektedir. Çalışma kapsamındaki yerel yönetimlerin akıllı hareketlilik alanındaki nispeten iyi performansı bu konudaki üst politika belgelerine bağlı olduğu görülmektedir. Bu bağlamda yerel yönetimlerin akıllı şehirlere dair örgütlenmeleri genişletmeli ve plan ve programlarında daha fazla yer vermelidir. Ulusal ölçekte ise yerel yönetimler uygulamalarını hayata geçirebilecek ölçüde maddi olarak desteklenmelidir.

## KAYNAKÇA

- 5393 sayılı Belediye Kanunu (2005). Resmî Gazete Sayı: 25874.
- Aksoğan, M. ve Çalış Duman, M. (2018). "Akıllı Şehir Uygulamaları: Malatya Örneği" Smart City. *1.Uluslararası Battalgazi Multi Disiplinler Çalışmalar Kongresi Tam Metin Kitabı Cilt 1*. Malatya, Türkiye, 7-9 Aralık 2018. İKSAD, 185.
- Albino, V., Dangelico, M. R., & Berardi, U. (2015). "Smart Cities: Definitions, Dimensions, Performance, and Initiatives". *Journal of Urban Technology*, 22(1), 3–21.
- Bakıcı, T., Almirall, E., ve Wareham, J. (2012). "A Smart City Initiative: The Case of Barcelona". *Journal of the Knowledge Economy*, 4(2), 135–148.
- Baraçlı, H., (2017), "İBB'nin Akıllı Şehir İstanbul Projesi Kapsamında Yürüttüğü Çalışma ve Uygulamalar", İTÜ Vakıf Dergisi, 77, 44-50.
- Bellamy, C., Taylor, J. (1998). "Introduction: Exploiting IT in Public Administration: Towards the Information Polity?" *Public Administration*, 72, 1-12.
- Bettleheim, C. (1967). *Studies in the Theory of Planning*. Bombay: Asia Publishing House.
- Bilici, Z. ve Babahanoğlu, V. (2019). "Akıllı Kent Uygulamaları ve Konya Örneği". *Akademik Yaklaşımlar Dergisi*, 9 (2), 124-139.
- Budak, S. ve Sezgin, S. (2021). "COVID-19 ile Mücadelede Akıllı Kent Uygulamalarının Önemi: Balıkesir Büyükşehir Belediyesi Örneği". *TESAM Akademi Dergisi*, 1-31.
- Caragliu, A., Del Bo, C., ve Nijkamp, P. (2011). "Smart Cities in Europe", *Journal of Urban Technology*, 18(2), 65–82.
- Center on Governance. (2003). *SmartCapital Evaluation Guidelines Report: Performance Measurement and Assessment of SmartCapital*. Ottawa: University of Ottawa.
- Cumhurbaşkanlığı Teşkilatı Hakkında Cumhurbaşkanlığı Kararnamesi. Kabul Tarihi: 10/7/2018. Sayı: 30474
- Chourabi, H., Nam, T., Walker, S., Gil-Garcia, J. R., Mellouli, S., Nahon, K., Pardo, T. A., Scholl, H. J. (2012). "Understanding Smart Cities: An Integrative Framework". 45th Hawaii International Conference On System Sciences. 2289-2297. IEEE.
- Çetin, M. ve Çiftçi, Ç. (2019). "Literatüre Göre Dünya ve Ülkemizden Örneklerle Akıllı Kent Kavramının İrdelenmesi", *Ulusal Çevre Bilimleri Araştırma Dergisi*, 2 (3), 134-143
- Çodur, M. ve Topdağı, S. (2018). "Akıllı Ulaşım Sistemlerinin Kent İçi Toplu Taşımaya Etkisi: Erzurum İli Örneği", *Erzincan Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Dergisi*, 11 (3), 576-586
- Danziger, J. N., Dutton, W. H., Kling, R., Kraemer, K. L. (1982). *Computers and Politics: High Technology in American Local Governments*. New York: Columbia University Press.
- Demiral, B. (2018). "Türkiye'nin Akıllı Kentler Politikası: Kamu Politika Belgeleri Üzerinden Bir İnceleme", içinde *Dijital Çağın Etkisinde Yönetim-Siyaset-Kent*, E.Akman, N.Negiz, Ç.Akman, H.M. Kiriş, (Ed.), İstanbul: Detay Yayıncılık,
- Dye, T. R. (1987). *Understanding Public Policy*. New Jersey: Prentice-Hall.
- Erdoğan, O. (2020). "Akıllı Kent Üzerine Yazılan Lisansüstü Tezlerin İçerik Analizi". *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 24 (2), 917-937.
- European Parliament. (2014). Mapping Smart Cities in the EU. Erişim Tarihi: 24.03.2020. Erişim Adresi: [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/etudes/join/2014/507480/IPOL-ITRE\\_ET\(2014\)507480\\_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/etudes/join/2014/507480/IPOL-ITRE_ET(2014)507480_EN.pdf)
- Giffinger, R., Fertner, C., Kramar, H., Kalasek, R., Pichler-Milanović, N., Meijers, E. (2007). Smart Cities: Ranking of European Medium-Sized Cities. Vienna, Austria: Centre of Regional Science (SRF), Vienna University of Technology. Erişim Adresi: [http://www.smartcities.eu/download/smart\\_cities\\_final\\_report.pdf](http://www.smartcities.eu/download/smart_cities_final_report.pdf).
- Gil-García, J. R., Pardo, T. A. (2005). "E-Government Success Factors: Mapping Practical Tools to Theoretical Foundations", *Government Information Quarterly*, 22 (2), 187-216.
- Gül, A. ve Atak Çobanoğlu, Ş. (2017), "Avrupa'da Akıllı Kent Uygulamalarının Değerlendirilmesi ve Çanakkale'nin Akıllı Kente Dönüşümünün Analizi", *SDÜ İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Kayfor15 Özel Sayısı, 1543-1565.



- Hall, R. E. (2000). The vision of a smart city. In Proceedings of the 2nd International Life Extension Technology Workshop (Paris, France, Sep 28).
- Harrison, C., Eckman, B., Hamilton, R., Hartswick, P., Kalagnanam, J., Paraszcak, J., & Williams, P. (2010). Foundations for Smarter Cities. IBM Journal of Research and Development, 54(4).
- Hsieh, H., Shannon, S. (2005). "Three Approaches to Qualitative Content Analysis", *Qualitative Health Research*, 15(9), 1277-1288.
- IMD. (2020). *Smart City Index 2020*. Erişim adresi: <https://www.imd.org/smart-city-observatory/smart-city-index/>
- IMD. (2021). *Smart City Observatory*. Erişim adresi: <https://www.imd.org/smart-city-observatory/Home/>
- Kara, G., (2018). "Smart City in the Context of Sustainability: The Case of Kayseri Metropolitan Municipality", III. *KENTFOR Bildiriler Kitabı*. Karaman, Turkey, 7-9 Eylül 2018, 66-67.
- Kamuda Stratejik Yönetim. Yürürlükteki Stratejik Planlar. Erişim Tarihi: 04.04.2020. Erişim Adresi: <http://www.sp.gov.tr/tr/stratejik-plan/g/be/kurum/Belediyeler>
- Kasznar, A.P.P., Hammad, A.W.A., Najjar, M., Linhares Qualharini, E., Figueiredo, K., Soares, C.A.P. ve Haddad, A.N. (2021). "Multiple Dimensions of Smart Cities' Infrastructure: A Review". *Buildings*, 11(73), 1-27.
- Keleş, R. (2014). "Kent ve Kültür Üzerine", *Mülkiye Dergisi*, 29 (246), 9-18.
- Kılınc, A. (2019). "Akıllı Kent: Öğreten Kentlerden Öğrenen Kentlilere", *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 18 (3), 1101-1112.
- Klein, C. ve Kaefer, G. (2008). "From smart homes to smart cities: Opportunities and challenges from an industrial perspective", In *Proceedings of the 8th International Conference, NEW2AN and 1st Russian Conference on Smart Spaces, ruSMART*, St. Petersburg, Russia, 3-5 September 2008.
- Lombardi, P., Giordano, S., Farouh, H., ve Yousef, W. (2012). "Modelling the smart city performance", *Innovation: The European Journal of Social Science Research*, 25(2), 137-149.
- Mangır, F. (2016). "Yerel Yönetimler İçin "Akıllı Şehir" Stratejileri: Konya Türkiye Örneği", *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 17-36.
- Marsa-Maestre, I., Lopez-Carmona, M. A., Velasco, J. R. ve Navarro, A. (2008). "Mobile agents for service personalization in smart environments". *Journal of Networks*, 3(5), 30-41.
- McFedries, P. (2014). "The City as System." *IEEE Spect.*, 51(4), 36.
- Nam, T. ve Pardo, T.A. (2011). "Conceptualizing Smart City with Dimensions of Technology, People, and Institutions", *Proceedings of the 12th Annual International Digital Government Research Conference: Digital Government Innovation in Challenging Times*, College Park, 12-15 June 2011, 282-291.
- Örselli, E. ve Akbay, C. (2019). "Teknoloji ve Kent Yaşamında Dönüşüm: Akıllı Kentler". *Uluslararası Yönetim Akademisi Dergisi*, 2 (1), 228-241
- Partridge, H. (2004). "Developing a human perspective to the digital divide in the smart city". *Proceedings of the Biennial Conference of Australian Library and Information Association*. Queensland, Australia, 21-24 Eylül 2004.
- Rios, P. (2008). "Creating "the smart city". Erişim Adresi: [https://archive.udmercy.edu/bitstream/handle/10429/393/2008\\_rios\\_smart.pdf?sequence=1](https://archive.udmercy.edu/bitstream/handle/10429/393/2008_rios_smart.pdf?sequence=1)
- Ronfeldt, D. (1991). *Cyberocracy, Cyberspace, and Cyberology: Political Effects of the Information Revolution*. Erişim Adresi: <https://www.rand.org/content/dam/rand/pubs/papers/2008/P7745.pdf>
- Schelin, S. H. (2003). "E-Government: An Overview". *Public Information Technology: Policy and Management Issues*. Ed: Garson, D. G. Hershey, PA: Idea Group Publishing.
- Silik, C. E. ve Özdemir Akgül, S. (2021). "Akıllı Şehir Endeksi Kapsamında Ankara'ya İlişkin Karşılaştırmalı Bir Analiz", *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(1): 542-557.
- Şengül, R. ve Yüksel Altıntaş, H. (2020). "Akıllı Kentin Bir Bileşeni Olarak Akıllı Ulaşım Uygulamalarının İncelenmesi: Kocaeli Büyükşehir Belediyesi Örneği". *Uluslararası Kültürel ve Sosyal Araştırmalar Dergisi (UKSAD)*, 6 (2), 487-502.

- T. C. Anayasası. Kabul Tarihi: 18/10/1982. Sayı: 2709.
- T. C. Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı. (2019). 2020 Yılı Cumhurbaşkanlığı Yıllık Programı.
- T. C. Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı. (2019). 2020-2020 Yeni Ekonomik Programı (Orta Vadeli Program).
- T. C. Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı. (2019). 11. Kalkınma Planı 2019-2023.
- T. C. Çevre ve Şehircilik Bakanlığı. Türkiye İklim Değişikliği Stratejisi 2010-2023. Erişim Tarihi: 01.04.2020. Erişim Adresi: <https://www.gmka.gov.tr/dokumanlar/yayinlar/Turkiye-Iklim-Degisikligi-Stratejisi.pdf>
- T.C. Çevre ve Şehircilik Bakanlığı. (2019). 2020-2023 Ulusal Akıllı Şehirler Stratejisi ve Eylem Planı. Erişim Adresi: <https://www.akillisehirler.gov.tr/wp-content/uploads/EylemPlanı.pdf>
- T. C. Ulaştırma, Denizcilik ve Haberleşme Bakanlığı. (2014). Ulusal Akıllı Ulaşım Sistemleri Stratejik Belgesi. Erişim Adresi: <https://hgm.uab.gov.tr/uploads/pages/akilli-ulasim-sistemler-aus/aus.pdf>
- T. C. Ulaştırma, Denizcilik ve Haberleşme Bakanlığı. 2017. Ulusal Genişbant Stratejisi ve Eylem Planı. Erişim Adresi: [https://www.gmka.gov.tr/dokumanlar/yayinlar/2017-2020\\_Ulusal-Genisbant-Stratejisi-ve-Eylem-Planı.pdf](https://www.gmka.gov.tr/dokumanlar/yayinlar/2017-2020_Ulusal-Genisbant-Stratejisi-ve-Eylem-Planı.pdf)
- TUBİTAK BİLGEM. (2021). "2020-2023 Ulusal Akıllı Şehirler Stratejisi ve Eylem Planı Resmî Gazete'de yayımlandı". Erişim Tarihi: 06.06.2021. Erişim Adresi: <https://yte.bilgem.tubitak.gov.tr/tr/haber/2020-2023-ulusal-akilli-sehirler-stratejisi-ve-eylem-planı-resmi-gazetede-yayimlandi>
- The World Bank. (2019). *Urban Development Overview*. Erişim Tarihi: 04.04.2020. Erişim Adresi: <https://www.worldbank.org/en/topic/urbandevelopment/overview>
- United Nations. (2018). *World Urbanization Prospects: The 2018 Revision*. Erişim Adresi: <https://population.un.org/wup/Download>
- Varol Özden, Ç., (2017). "Sürdürülebilir Mekânsal Gelişmede Akıllı Kent Yaklaşımı: Ankara'daki Belediyelerin Uygulamaları". *Çağdaş Yerel Yönetimler*, 26(1), 43-58.
- Washburn, D., Sindhu, U., Balaouras, S., Dines, R. A., Hayes, N. M., & Nelson, L. E. (2010). *Helping CIOs Understand "Smart City" Initiatives: Defining the Smart City, Its Drivers, and the Role of the CIO*. Cambridge, MA: Forrester Research, Inc.
- Zubizarreta, I., Seravalli, A., ve Arrizabalaga, S. (2016). "Smart City Concept: What It Is and What It Should Be". *Journal of Urban Planning and Development*, 142(1), 04015005-1-8.

#### **Beyan ve Açıklamalar (Disclosure Statements)**

1. Bu çalışmanın yazarları, araştırma ve yayın etiği ilkelerine uyduklarını kabul etmektedirler (The authors of this article confirm that their work complies with the principles of research and publication ethics).
2. Yazarlar tarafından herhangi bir çıkar çatışması beyan edilmemiştir (No potential conflict of interest was reported by the authors).
3. Bu çalışma, intihal tarama programı kullanılarak intihal taramasından geçirilmiştir (This article was screened for potential plagiarism using a plagiarism screening program).







Sezer Şanlı, A. (2022). "Bir Yurttaş Protestosu Olarak Sürekli Aydınlik İçin Bir Dakika Karanlık Eylemleri", *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı 48, Denizli, ss. 23-45.

## BİR YURTTAŞ PROTESTOSU OLARAK SÜREKLİ AYDINLIK İÇİN BİR DAKİKA KARANLIK EYLEMLERİ

Ayşem SEZER ŞANLI\*

### Öz

Türkiye’de bireysel ve kolektif şiddet olaylarının sıklıkla yaşandığı 1990’lı yıllarda, buna tepki olarak gelişen toplumsal muhalefet eylemleri örgütlenmiştir. Bu çalışmada, bu dönemde örgütlenen sivil itaatsizlik eylemlerinden biri olan, “Sürekli Aydınlik İçin Bir Dakika Karanlık” eylemleri konu edilmektedir. 3 Kasım 1996 tarihinde kamuoyunda önemli bir etki doğuran “Susurluk Kazası”na tepki olarak kurulan “Aydınlik İçin Yurttaş Girişimi” bir protesto örgütlenmiştir. 1 Şubat 1997 tarihinde her akşam 21.00’de başlayıp bir dakika boyunca ışıkların yakılıp söndürülmesi ile başlayan eylemler, süreç içerisinde farklı yurttaş gruplarını içine alarak kitleselleşmiştir. Çalışma bu protestoyu değerlendirirken şiddetsiz protesto biçimi olarak sivil itaatsizlik yaklaşımından yola çıkmaktadır. Eylemler, “Cumhuriyet” ve “Milliyet” gazetelerinin arşivlerinin taranması ile elde edilen veriler doğrultusunda analiz edilmektedir. Sonuç olarak, bir protesto hareketine katılımın artması ve hareketin güçlü bir etki doğurabilmesi için, protestonun güçlü müttefiklerle işbirliği içerisinde bulunmasının, doğru repertuar seçimleri yapmasının ve sivil itaatsiz şiddetsiz eylem biçiminde yapılandırılmasının önemli bir etkisi bulunduğu saptanmaktadır.

**Anahtar Sözcükler:** *Susurluk Olayı, Protesto, Sivil İtaatsizlik, Aydınlik İçin Yurttaş Girişimi, Sürekli Aydınlik İçin Bir Dakika Karanlık.*

## ONE MINUTE DARKNESS FOR CONSTANT LIGHT ACTIONS AS A CITIZENS PROTEST

### Abstract

In the 1990s, when individual and collective acts of violence were common in Turkey, social opposition actions were organized in response to this. In this study, one of the civil disobedience actions organized in this period, "One Minute Darkness for Constant Light" actions are discussed. The "Citizen Initiative for Brightness", which was established on 3 November 1996 as a reaction to the "Susurluk Accident", which had a significant impact on the public, organized a protest. The protests, which started at 21:00 every evening on February 1, 1997, and started with the lights on and off for one minute, became massive by involving different groups of citizens in the process. While evaluating this protest, the study sets out from the civil disobedience approach as a peaceful protest form. Actions are analyzed in line with the data obtained by scanning the archives of "Cumhuriyet" and "Milliyet" newspapers. As a result, it has been determined that the cooperation of the protest with strong allies, making the right repertoire choices and structuring the protest in the form of civil disobedience have a significant impact on increasing the participation in a protest movement and creating a strong effect.

**Keywords:** *Case of Susurluk, Protest, Civil Disobedience, Citizen Initiative for the Brightness, One Minute Darkness for Constant Light.*

\*Dr. Öğr. Üyesi, Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Bölümü, ERZİNCAN.  
e-posta: aysemsezer@gmail.com (orcid.org/0000-0002-9954-4811)

## Giriş

Siyasal hayat literatüründe muhalefet, parlamento içi ve parlamento dışı olmak üzere iki farklı şekilde değerlendirilir. Mecliste temsil edilen iktidar ve muhalefet partilerinin oluşturduğu çizgide gelişen parlamenter siyaset alanının dışında, toplumsal muhalefetin oluşturduğu siyaset kanalları, toplumsal hareketler ve kitle örgütlerinin etkinliklerini kapsamaktadır (Hoşafçı, 2006: 14). Demokratik sistem içerisinde gelişen toplumsal hareketler, bir mağduriyet etrafında bir araya gelen farklı aktörlerin talepleri doğrultusunda örgütlenirler. Bu çalışmada, Türkiye'nin 1990'lı yıllarında meydana gelen "Susurluk Kazası"nda ve devamındaki süreçte açığa çıkan olaylara tepki olarak "Aydınlık İçin Yurttaş Girişimi" adlı inisiyatifin öncülüğünde bir araya gelen aktörlerin organize ettiği "Sürekli Aydınlık İçin Bir Dakika Karanlık" eylemleri<sup>1</sup> (kısaca ışık söndürme eylemleri) ele alınmaktadır.

"Türkiye tarihinde yolsuzluğa ve yozlaşmaya karşı yapılan en büyük halk protestosu" olarak nitelendirilen bu hareket, Türkiye'nin 90'lı yıllarında gelişen toplumsal muhalefet eylemleri arasında önemli bir konumdadır (Akay, 2003: 7). Eylemlerin örgütlenmesine neden olan "Susurluk Kazası", Balıkesir'in Susurluk ilçesinde, 3 Kasım 1996 tarihinde akşam saatlerinde "06 AC 600" plakalı Mercedes'in bir kamyonu çarpması sonucu gerçekleşmiştir (Milliyet, 31.12.1996). Mercedes'in içindeki kişiler, Doğru Yol Partisi (DYP) milletvekili Sedat Bucak, suç örgütü lideri Abdullah Çatlı, kız arkadaşı Gonca Us ve Emniyet Amiri Hüseyin Kocadağ'dır. Kazadan sadece Bucak sağ kurtulmuştur (Saraçoğlu, 2019: 830). Araçta, İnterpol tarafından aranan Çatlı'ya ait çeşitli silahlar ve birtakım belgelerin bulunması ile kamuoyu süreçten haberdar olmuş; bu kaza siyasi bir nitelik kazanmıştır.

Bir milletvekili, bir mafya üyesi ve bir emniyet mensubunu bir araya getiren ilişkiler ağı, ilk günden itibaren kamuoyunda sorgulanmaya başlanmıştır. Kazadan yaralı olarak kurtulan Bucak ve Bucak aşireti ile yakın ilişkileri olduğu bilinen dönemin DYP'li İçişleri Bakanı Mehmet Ağar'a yönelik kamuoyunda ciddi bir tepki doğmuştur. Her ne kadar olayları araştırmak için 26 Kasım 1996'da mecliste bir araştırma komisyonu kurulmuş olsa da, kamuoyunda olayın derinlemesine incelendiği yönünde bir intiba oluşmamış; devlet ve yurttaş arasındaki güven ilişkisi sarsılmıştır (Orhon, 2007: 116; Cumhuriyet, 03.02.1997: 6). 1997 senesinde, komisyonda görev yapan dokuz kişiden biri olan Hâkim Akman Akyürek'in şüpheli bir trafik kazasında hayatını kaybetmesi, bazı bilgilerin kamuoyu ile paylaşılmak istenmediği, olayı araştırmak isteyenlerin de önünün kesildiği yönünde bir izlenim uyandırmıştır (Erdal, 2010: 227). Nitekim kazanın gerçekleştiği dönemde komisyon başkanı olan Mehmet Elkatmış da, kazadaki şüpheleri sıklıkla dile getirerek, "olay sabaha karşı oluyor, bu bir suikasttır" demiştir (Milliyet, 09.12.1997: 18).

"Susurluk Olayı", devlet-mafya-siyaset ilişkilerinin günlerce tartışılmasına yol açmış; siyasi, toplumsal ve hukuki sonuçlar doğurmuştur (Kongar, 2000: 278). Turgay Kurultay'ın (1998: 45) ifadeleri, "Susurluk Olayı'nın farklı boyutlarına dikkat çeker: "Susurluk Kazası, kimilerine göre bir hayırlı kaza, kimisine göre devleti yıpratmamak için kötüye kullanılmaması gereken nahoş bir manzara, kimisine göre de kaza olamayacak kadar senaryo kokan planlı bir operasyondur." Tarihi Kemal Karpat'a göre (2017: 237) ise, "Susurluk Olayı, derin devletin varlığını ortaya çıkardığı gibi dokunulmazlığını da ispat etmiştir." Bu olaydan sonra, sessiz çoğunluk olarak görülen binlerce yurttaş, siyasi iktidara tepki göstermek amacıyla bir protesto örgütlemiştir. Öncelikle farklı meslek gruplarından öncü kişiler, "Aydınlık İçin Yurttaş Girişimi"ni kurmuştur. Daha sonra, eylemler kitesellik kazanarak farklı yurttaş gruplarını içine almıştır. Bu kişiler arasında olan Mebuse Tekay'a göre (2003: 33) girişim, "Mercedes'in kamyonu çarpmasının hayırlı sonuçlarından birisidir." Yurttaş, "kader birliği içinde yaşayan topluluklar" olarak tanımlanır (Scott, 1995: 187). Bu tanımdan yola çıkıldığında, Kendilerine biçilen sessiz çoğunluk görevini reddeden ve ortak kaderi paylaşan yurttaş toplulukları, mafya-devlet-siyaset arasındaki onaylamadığı ilişkileri protesto etmek amacıyla eylemlere katılarak aktif yurttaşlık talebinde bulunmuştur.

Yurttaşlık temelinde örgütlenen bu protestoyu ele alan çalışmanın kuramsal çerçevesini sivil itaatsiz eylem biçimlerini kullanan ve yurttaş hareketleri ile önemli bir bağ kuran "yeni toplumsal hareketler paradigması" çizmektedir. Özellikle 70'li yıllardan sonra anonimlik, esnek örgütlenme, geniş katılımı hedefleme gibi özelliklerle değerlendirilen yeni toplumsal hareketler genellikle sistem içinde gelişen tekil haksızlıklara odaklanmaktadır<sup>2</sup> (Göktuna Yaylacı, 2011: 65). Gündelik yaşam zeminini önemli bir politik saha olarak değerlendiren bu

1 Eylemler basın dilinde "Sürekli Aydınlık İçin Bir Dakika Karanlık Kampanyası" olarak yer almaktadır.

2 Kolektif hareketler tarihi, uzun yıllar boyunca eski toplumsal hareketler adı altında, sınıfsal karakter taşıyan, sistemin bütününe yönelik, şiddet araçlarını sıklıkla kullanan, katı bir örgütlülüğü benimseyen ve güçlü liderlere sahip protesto hareketlerini ele almıştır. 70'li yıllardan önce toplumsal hareketler literatürüne bu yaklaşım hâkim olmuştur. Ayrıntılı bilgi için ayrıca bkz: Gökırmak, M. (2012). "Siyasal Yabancılaşma ve Yeni Toplumsal Hareketler", (Ed: A. Y. Sarıbay), Siyaset Sosyolojisi, Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir, 162-184.

paradigmadan yola çıkıldığında, gündelik direnişler içerisinde üretilen taktik mücadelelere odaklanan Michel de Certeau'nun yaklaşımı hareketi analiz etmede önem kazanmaktadır. Sınıf kavramı yeni hareketlerde yerini kimlik ve kültür kavramlarına bırakmıştır (Coşkun, 2007: 108; Johnston, Lorana ve Gusfield, 1999: 145). Bu açıdan çalışmada yola çıkılan bir diğer kuramsal yaklaşım, yurttaşlık hareketlerini kültür temelli yeni toplumsal hareketler paradigmasının önemli bir parçası olarak değerlendiren James Jasper'ın protesto yaklaşımı olacaktır. Buna göre bu hareketler, öncelikli olarak kamuoyu desteğini elde etmeye çalışmakta; güçlü sivil toplumdaki hareket etmektedirler. Son olarak, yeni toplumsal hareketler ağırlıklı olarak şiddet içermeyen protestolar<sup>3</sup> olarak örgütlenirler (Göktuna Yaylacı, 2011: 68; Topal Demiroğlu, 2014: 136). Eylem repertuarı<sup>4</sup> açısından sivil itaatsizlik şiddet içermeyen eylem biçimleri içerisinde ağırlık kazanmaktadır. Türkiye'de gelişen en önemli sivil itaatsizlik örneklerinden olan ışık söndürme eylemleri bu çerçevede değerlendirilecektir.

Leyla Sanlı (2003: 16), 90'ların muhalefet eylemlerini ele alan "Toplumsal Hareketler Konuşuyor" adlı derlemesinde ışık söndürme eylemlerine katılan yurttaşların protestosunu "*Türkiye'nin kapsamlı sorunlarının çözümüne katkıda bulunma sorumluluğuna sadece iktidar sahiplerinin değil; yurttaşların da sahip olduğu bir sivil örgütlenme hareketinin gelişmekte olduğu izlenimi veren*" bir mobilizasyon olarak yorumlamaktadır. Çalışmada 90'lı yılların önemli aktivizmlerinden olan ışık söndürme eylemlerinin ortaya çıkış koşulları, amacı, protestoda kullanılan eylem biçimleri, seçilen taktikler, eylemlere destek veren müttefikler ve eylemlerin ortaya koyduğu sonuçlar değerlendirilmektedir. Bu bağlamda, çalışma öncelikle Türkiye'deki sivil itaatsiz eylemler zincirinin önemli bir halkasını oluşturan "Sürekli Aydınlık İçin Bir Dakika Karanlık" eylemlerini ele alarak toplumsal hareketler literatürüne önemli bir katkı sağlamayı amaçlamaktadır. İkincil olarak, çalışma hareketi incelerken eylemlerin geliştiği Türkiye'nin 90'lı yıllarına dair siyasi bir çerçeve ortaya koyarak Türk siyasal yaşamı çalışmalarına da katkıda sunmaya çalışmaktadır.

## **1. Çalışmanın Yöntemi**

Bilimsel araştırmanın en önemli amaçlarından birisi bir durumu derinlemesine ortaya koymak ve anlaşılmasını sağlamaktır (Creswell, 2013: 120). Çalışmanın amacı, "Susurluk Olayı" ve akabinde gelişen protesto sürecini değerlendirerek mevcut olaya karşı yurttaş topluluğunun geliştirdiği muhalefet eylemlerini neden sonuç ilişkisi içerisinde anlaşılır kılmaktır. Bu amaçtan hareketle, çalışma kuramsal bir zemine dayanmakta, bu kuramsal çerçeveden yola çıkarak protestoya ilişkin birincil verileri değerlendirmektedir. Mehmet Saray (2008: 103), bir bilimsel çalışmada kullanılan kaynakları yazılı kaynaklar ve arşiv kaynakları olmak üzere ikiye ayırmaktadır. Bu çerçeveden hareketle, çalışmanın yazılı kaynaklarını Türk siyasal hayatına ilişkin yazılı eserler ve protestoya ilişkin literatürü oluşturan Türkçe ve İngilizce kaynaklar oluşturmaktadır. Arşiv kaynaklarını ise, Cumhuriyet ve Milliyet gazetelerine yönelik yazılı basının taranmasından elde edilen veriler oluşturmaktadır. Gazete kaynakları bilimsel çalışmalarda ikincil kaynak olabileceği gibi, ayrıntılı bir tarama tekniği ile doğrudan ve güncel bilgi edinildiğinde çalışmanın birincil kaynağını da oluşturabilmektedir. Bu açıdan çalışmada gazete arşivleri birincil kaynak niteliğindedir.

Bilimsel araştırmalarda en fazla kullanılan veri toplama teknikleri görüşme, gözlem ve doküman incelemesi olarak sıralanmaktadır (Kuzu, 2013: 35). Çalışmada doküman olarak gazeteler incelenmekte, gazetelerden elde edilen veriler birincil kaynak veriler olarak değerlendirilmektedir. Çalışmada kullanılan en önemli ikincil kaynaklardan biri ise, Göze Orhon tarafından yazılan yüksek lisans tezidir. Bu tezde yazar, belli bazı gazeteleri eylemlerin medyada sunumu dâhilinde analiz etmektedir. Bu açıdan bu çalışma, makalenin sorunsalını ele alırken gazete verilerini anlamlandırmada yol gösterici olmuştur. Bununla birlikte, toplumsal hareketler literatürü ve siyasi yaşama ilişkin literatürü temel alan birçok ikincil kaynaktan (kitaplar, makaleler) yararlanılmaktadır.

3 90'ların muhalefet eylemlerini, yeni hak talep etmede zayıf kalan ve mevcut hakları korumaya dönük eski toplumsal hareketlerin özellikleri ile değerlendiren yaklaşımlar da vardır. Buna göre, bu dönemin protesto hareketleri eski hareketlerin özelliklerini devam ettirmektedir (Uysal, 2016: 69). Ancak bu çalışma, "Yurttaş Girişimi"nin devletin dışında kalan sivil bir inisiyatif olarak etkin bir yurttaşlık alanı inşa edebildiği iddiasından yola çıkmakta ve protestonun "yeni toplumsal hareketler" yaklaşımından hareketle açıklanabileceği düşüncesinden yola çıkmaktadır.

4 Repertuar kavramının mucidi olan Charles Tilly (2015: 314), bu kavramı müzikteki repertuara benzer biçimde, bir protesto hareketinde başvurulan eylem biçimlerini nitelikle için kullanır. Kavram üzerine ayrıntılı bir değerlendirme için ayrıca bkz: Tilly C (2005). Introduction to Part II: Invention, Diffusion and Transformation of the Social Movement Repertoire. *European Review of History*, 12(2). 307-320.

Toplumsal hareketler sosyolojisi, Türkiye’de özellikle 90’lı yıllardan sonra ivme kazanan bir bilimsel çalışma alanıdır. Bu alana ilişkin literatürde bir protesto hareketini incelerken polis arşivleri, basın arşivleri, protestocularla gerçekleştirilen mülakatlar gibi birincil veri toplama teknikleri öne çıkmaktadır.<sup>5</sup> Bu çalışmada incelenen protesto şiddetsiz bir biçimde yapılandığından ve ağırlıklı olarak sokak eylemleri şeklinde değil evlerden katılımı örgütlendiğinden (özellikle birinci dalga aktivizm dönemi) polis arşivlerinde karşılıklı çatışmaları öne çıkaran haberlerin analizi anlamlı bir veri seti oluşturmamaktadır. Hareket, 1997 senesinde örgütlendiğinden 24 sene önce gerçekleştiren bir protestoya katılan eylemcilere ulaşma ve mülakatlar yapılandırmanın zorluğu da ortadadır. Bu açıdan, çalışmada kullanılacak en elverişli veri toplama tekniği eylemlerin gerçekleştiği tarihe ilişkin yapılacak bir basın taraması olarak öne çıkmaktadır.

Çalışmanın girişinde genel çerçevesi çizilen kuramsal arka plandan hareketle, çalışmada protesto hareketine ilişkin birincil veriler gazetelerin taranması ile elde edilmiştir. Işık söndürme eylemleri, iki farklı dönem içerisinde örgütlenmiştir. İlk aktivizm, 1 Şubat 1997 - 9 Mart 1997 arasında gerçekleştirilmiş, ikinci dalga eylemler ise 6 Nisan-23 Nisan arasında gerçekleşmiştir. Buna ek olarak, yargılanmaların sonuçlandırılması amacıyla üçüncü defa (bazı eylemciler üçüncü dalga aktivizm olarak adlandırmakla birlikte, esasen dalga oluşturmayacak kadar kısa ve sönük bir eylemlilik süreci), 30 Eylül 1997’de çok kısa süren ve ağırlıklı olarak sokak eylemleri ile desteklenen protestolar gerçekleştirilmiş ve eylemlerin amacına ulaştığı düşüncesinden hareketle 1997’nin aralık ayında protesto eylemleri sonlandırılmıştır. Ancak, ikinci ve üçüncü dönem (dalga) eylemler medyanın desteğinin azalması ile basında güçlü bir şekilde yer alamamış, birinci dönem eylemleri kadar etkin olamamıştır. Yurttaş girişiminin birtakım simgesel ve tepkisel eylemleri sürse de, eylemlerin “sivil itaatsizlik eylemi” karakteri birinci protesto dalgasında daha baskın olarak ortaya çıkmaktadır. Bu nedenle çalışma protestonun etkisi, görünürlüğü ve medyada daha fazla yer alması nedeniyle ağırlıklı olarak birinci dalga eylemlerden yola çıkmaktadır.

Söz konusu tarihleri temel alarak (üç dalga olmak üzere ağırlıklı olarak birinci dalga), çalışmaya konu edilen protesto hareketi “Cumhuriyet” ve “Milliyet” gazetelerinden elde edilen verilerle yorumlanmaktadır. 2020 yılının başlarından itibaren tüm dünyayla birlikte Türkiye’yi de etkisi altına alan pandemi süreci nedeniyle, en güvenilir yöntem olarak gazeteler “çevrimiçi” taranmıştır. Bu açıdan, söz konusu tarihlere ilişkin haberleri online erişime açık olan ve eylemleri en fazla haberleştiren “Milliyet” ve “Cumhuriyet” gazeteleri tercih edilmiştir. İki gazeteden Milliyet, dönem itibarıyla ana akım ve Cumhuriyet solda yer alan bir basın kaynağını oluşturmaktadır. Ancak, çalışma medyaya dair bir söylem analizi şeklinde yapılandırılmamıştır. Bu açıdan eylemlerin medyada sunumuna odaklanmadığından, seçilen gazetelere dair keskin bir ideolojik farklılaşma gözlemlenmesi gerekmemektedir. Buna ek olarak, o dönemde sağ çevre neşriyatı olarak değerlendirilebilecek pek çok gazete (Zaman gibi) günümüzde yayın hayatına devam etmemekte ve arşivlerine de ulaşamamaktadır. Bu açıdan, sağ çevre gazetelerin, eylemleri kampanyaya destek olan gazeteler (Cumhuriyet, Milliyet, Radikal, Sabah gibi) kadar haberleştirmede de görülmektedir.

Çalışmada basın verilerinden eylemlerin amacı, sürecin yürütülmesi ve sonuçlarına ilişkin bilgi toplama faydalanılmaktadır. Bu açıdan çalışma örneğinde, eylemleri en fazla haberleştiren kaynaklara yönelmektedir. Eylem dönemin ana akım medya kaynakları tarafından sahiplenilmiş, medya desteği ile kampanyası yürütülmüş bir protesto niteliğindedir. Bu açıdan, “Milliyet” ve “Cumhuriyet” gazeteleri genel yayın politikaları ve bizzat köşe yazarlarının da desteği ile eyleme dönük haberlerin en fazla yer aldığı basın kaynakları olarak öne çıkmaktadır. Bu bağlamda, 1997 yılına ilişkin eyleme dönük haberler (birinci dalga ağırlıklı olmak üzere), söz konusu gazetelerin sitelerinde “ışık söndürme eylemleri”, “bir dakika karanlık”, “süreklilik aydınlık için bir dakika karanlık”, “Yurttaş Girişimi”, “Susurluk” gibi pek çok anahtar kelime ile taranmış ve eylemleri analiz ederken anlamlı veri oluşturan haberler veri setine dâhil edilmiştir.

## **2. ‘Yurttaş’ın Protesto Hareketi: “Sürekli Aydınlık İçin Bir Dakika Karanlık”**

Protestonun örgütlendiği dönem olan 90’lar, şiddet kavramı ile anılan bir dönem olarak değerlendirilmektedir. Bu dönemde şiddet, *“nesnel bir korkunun göstergesi, belirsizliğin körüklediği kaygının nedeni olarak tüm toplumu katederek insanları kalıplara sokmaya çalışan, belli bir biçimde davranmaya zorlayan, denetim kurmayı kolaylaştıran, anomaliyi kullanan, tehlikeleri ayıklayıp düzenleyen bir teknik”* olarak yaşamın tüm alanlarını

<sup>5</sup> Bu aktarımda Prof. Dr. Ayşen Uysal tarafından yüksek lisans programında verilen “Toplumsal Hareketler ve Katılımcı Demokrasi” dersinde aktarılan bilgilerden faydalanılmıştır. (Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2010)

kuşatmaktadır (Yılmaz, 2015: 93). 90'ların şiddet haritasına bakıldığında, istikrarsız koalisyonların yönetimde yol açtığı krizler, Türkiye'nin Güneydoğu'sunda yaşanan şiddet olayları ve buna bağlı olarak gelişen insan hakları sorunu, kökten dinciliğin ve siyasal İslam'ın yükselişi gibi birçok meselenin kamuoyunun gündeminde yer aldığı görülmektedir (Çavdar, 2000: 338; Tanör, Boratav ve Akşin, 2000: 97; Uysal, 2016: 8).

90'larda toplumda yaşanan kutuplaşma, ağırlıklı olarak Türk-Kürt, Laik-İslamcı, Alevi-Sünni ayrımları üzerinden şekillenmiş, bu bölünmüş toplumsal yapı da şiddet olaylarının niteliğini belirlemiştir (Ahmad, 2006: 207). Anayasa profesörü Muammer Aksoy, gazeteci yazar Uğur Mumcu, Hürriyet Gazetesi Genel Yayın Müdürü Çetin Emeç, Ankara Üniversitesi öğretim üyelerinden Bahriye Üçok ve daha niceleri bu politik şiddet ortamında suikasta uğrayarak hayatını kaybetmiştir (Çavdar, 2000: 341). Önü alınamayan politik şiddet salt bireysel suikastlarla sınırlı kalmamış, toplu katliamlar da yaşanmıştır. Bunun en acı örneği, 1993 senesinde Sivas'taki Madımak Otelinde radikal grupların saldırısında yanarak can veren 37 kişinin ölümüdür (Tanör vd, 2000: 100).

Görüldüğü gibi 90'lar, Türk siyasal yaşamında politik şiddetin siyaset alanını domine ettiği bir tarihsel dönemdir. Bu bağlamda, 90'lı yıllarda gelişen kolektif hareketler şiddet içeren repertuarlar barındırmakla birlikte, şiddetin karşısında varlığını sürdürebilmek için şiddet içermeyen formlara da yönelebilmektedirler. Bu açıdan, bir toplumsal hareketin repertuar tercihi protesto ve protestocunun hedefleri belirlemektedir (Uysal, 2007: 343; 2017: 58). Şiddet, kitleleri sindiren ve korkutan bir karakter taşımakla birlikte, öte yandan kitle seferberliklerinin önemli bir kaynağı durumundadır. Şiddet ortamı, kitleleri harekete geçirmede, mobilize etmede ve eylemler örgütlemeye etkili olmaktadır (Uysal, 2016: 10).

90'ların şiddet atmosferi, şiddetsizliği bir hareket örgütleyebilmek için kolaylaştırıcı bir araç olarak gören muhalif eylemlere sıklıkla sahne olmuştur. 90'lı yıllarda, ilkesel ya da pragmatik olarak şiddetsizliği tercih eden birçok önemli barışçıl protesto örgütlenmiştir. 90'ların en önemli sivil itaatsiz eylemlerinden biri, Bergama köylülerinin yaşam alanlarında siyanürle maden aranmasına karşı geliştirdikleri protestodur. Bu protesto, sessiz oturma eylemleri ve işgaller yoluyla sürdürülmüştür (Reinart, 2003: 13). Bir diğer önemli sivil itaatsizlik eylemi, çocuklarının devletin güvenlik görevlileri tarafından gözaltında kaybedildiğini iddia eden annelerin/ailelerin kamusal alanda başlattıkları "Cumartesi Anneleri" eylemidir (Sezer Şanlı, 2018). Aynı dönemde, başörtülü öğrencilerin eğitim haklarını kullanabilmek için üniversite kampüslerinde yürüttükleri eylemler de sivil itaatsiz tarzda yapılandırılmıştır (Sezer Şanlı ve Coşğun, 2020: 3). 90'ların sivil itaatsiz eylemleri halkasına eklenen bir diğer hareket de "Susurluk Olayı"na karşı örgütlenen ve bu çalışmada ele alınan ışık söndürme eylemleridir (Yücel, 2013: 83).

Şiddet kavramı, bu protesto hareketinde "derin devlet" olgusunda açığa çıkmaktadır. Derin devlet kavramı, "devletin bir parçası olarak işleyen ve yasal olmayan faaliyetleri el altından gizlice sürdüren yürütme gücünün bir parçası" olarak ifade edilir ve hukuk dışı alana gönderme yapar (Sabuktay, 2014: 5; Şahin Fırat, 2018: 375). Bu oluşum, kimi kamu kuruluşlarının kendilerine anayasa ve yasalarca verilmemiş bir hakkı kullanarak güçlenmelerini ve işlev kazanmalarını ifade etmektedir (Oran, 2020: 222). Derin devlet, genellikle ordunun denetim ve gözetiminin zayıfladığı, yurttaşlar üzerindeki denetimin anti demokratik yöntemlerle sağlandığı ya da iktidarın yürütme organının görev ve yetkilerini suiistimal ettiği durumlarda ortaya çıkmaktadır (Söyler, 2014: 8). Bu kavram, devlet içindeki çürüme ve yozlaşmaya işaret etmektedir (Jasper, 2017: 197). Derin devleti suçlayan ya da en azından varlığını kanıtlamaya çalışan tutumlar ise, sıklıkla "gerekli bağımsızlık sistemini çökertmekle" suçlanmaktadır (Erdal, 2010: 17). "Susurluk Olayı"na karşı geliştirilen yurttaş protestosu, yönetimdeki kirliliğe işaret ederek bu "bağımsızlığı çökertme" hedefinden yola çıkmaktadır. Buradan hareketle, çalışmada protestonun başlangıcı, yükselişi ve sönmesi sırasıyla ele alınmaktadır.

#### **a. Eylemlerin Başlangıcı: Ahlaki Şok ve Sivil İtaatsizliğin Gücü**

Yurttaşlık hareketleri, birçok yurttaş grubunun katılımına dayanan, temel olarak bir yurttaşlık hakkından kaynaklanmakla birlikte; aynı zamanda bir yurttaşlık hakkını talep eden protestoları içermektedir (Jasper, 2017: 103). "Yurttaş Girişimi"nin başladığı ve farklı kesimleri de içine alarak genişleyen protesto, devletin şeffaf ve hesap verebilir olması talebiyle örgütlenmiştir. Bu protestonun örgütlenmesi Jasper'ın "ahlaki şok" olarak kavramsallaştırdığı, kamuoyunda infial yaratan bir olay nedeniyle başlatılmıştır.



Ahlaki şok, “dünyanın düşündüğümüz gibi bir yer olmadığını, bazı insanların tahayyül ettiğimizden daha kötü, bazı sorunlarınsa daha ciddi olduğunu fark etmemizi sağlayan bir şey yaşadığımızda ortaya çıkan baş döndürücü asabiyet hissi” olarak açıklanır (Jasper, 2002: 171). Büyük öfke yaratan bu tepkisel şoklar, yurttaşın devlete olan itaatini; yani iktidara verdiği onayı sorgulamasına neden olur (Jasper, 2002: 170; Jasper, 2017: 136; Sharp, 1073: 8). Bu nedenle, ahlaki şokun harekete geçirdiği eylemler infiale tepki olarak ortaya çıkarak kamuoyunda kendilerini mevcut kötülüğün kurbanları/mağdurları olarak sunarlar. Kurban hissiyatı ise, meşruiyet ve ikna alanını genişleterek eylemlere katılımın büyümesine yol açar. Bu açıdan, ahlaki şoklardan kaynaklanan protestoların amaçlarından biri de inkâr içindeki topluluğu sorun ile yüzleştirmektir (May, 2016: 103).

“Susurluk”, temiz toplum ve suça bulaşmamış iktidar isteyen binlerce yurttaşı bir araya getiren bir ahlaki şok etkisi yaratmış; yurttaşların devlete olan güvenini sorgulamasına neden olmuştur. Yurttaşlar kendi dünyalarında devlet iktidarının yasa dışı alana işaret eden mafyatik oluşumlarla iç içe anılmasından büyük bir rahatsızlık duymuş, bu sorun ile yüzleşmişlerdir. Devletin şeffaflık, yurttaş katılımı, hesap verilebilirlik gibi niteliklerinin “Susurluk” ile zedelenmesi toplumda bir kırılma yaratmıştır. Çok farklı siyasi görüşten insan aynı ortak mağduriyet zemininde buluşmuştur. Eylemlerin örgütlendiği süreçte bir koalisyon hükümeti olan Refah-Yol (Refah Partisi ve Doğru Yol Partisi) iktidardadır. Koalisyon ortağı ve Başbakan yardımcısı Tansu Çiller’in, kazadan kısa bir süre sonra basına verdiği demeçte, “Devlet uğruna kurşun atan da, kurşun yiyen de bizim için saygıyla anılır; onlar bizim için şerefli” ifadelerini kullanması kamuoyu tepkisini arttırmış ve harekete geçilmesine neden olmuştur (Milliyet, 27.11.1996: 15; Tekay, 2003: 35).

Bu süreçte, kendilerini “Aydınlık İçin Yurttaş Girişimi” (AİYG) olarak adlandıran ve farklı mesleki örgütlerden ve sivil örgütlenmelerden gelen bir grup insan, bir protesto örgütlemek için fikir tartışmalarına başlamıştır. Bu yurttaşların önemli bir kısmı, İstanbul Meslek Odaları Koordinasyonu (İMOK) bünyesinde çalışmaktadır (Akgül, 2018: 86). Bu toplantılardan birinde şiddet içermeyen eylem biçimleri tartışılırken hukukçu Ergin Cinmen, ışık söndürme eylemini önermiştir (Cinmen, 1997; Tekay, 2003: 36). Cinmen’in ifadesiyle bu eylem biçimi, “insanları fikir beyan ederken kendilerini riske atmak mecburiyetine sokmayacak ve herkesin yapabileceği minimum seviyede bir eylem biçimi” olduğundan tercih edilmeliydi (Bianet, 9.12.2014). Aslında burada istenen bir dakika boyunca herkesin evindeki ışığını söndürmesi ve karanlıkta kalmasıdır. Ülkenin içinde bulunduğu karanlığa karşı aydınlığa kavuşulması için insanlardan evlerini bir dakika boyunca karanlıkta bırakması beklenmiş, eylem duyurusu bu şekilde yapılmıştır. Ancak yurttaşlar, eylemler sürecinde bir dakika boyunca ışıkları sürekli yakıp söndürerek görselliği daha fazla harekete geçirmişlerdir.<sup>6</sup>

Eylemler ile ulaşılmak istenen amaç, devletin yurttaşın haklarını korumak için suça bulaşmayan bir kurumsal mekanizma olarak davranmasını sağlamak; kısaca hukuku harekete geçirmektir. Bir diğer hedef, temiz toplum talebi olarak ifade edilmektedir. Bu amaçlar, protestonun genel çerçevesini çizmiştir. Milliyet gazetesinden Yalçın Doğan, eylemlerin amacını “hepimizin içinde bulunduğu karanlığı aşmak” olarak ifade etmiştir (Milliyet, 26.01.1997: 15). Bu ifade, protestonun amacını yalın bir şekilde dile getirmektedir. Öte yandan, eylemleri sonlandırana kadar somut olarak ulaşılmaması beklenen daha dar kapsamlı talepler de vardır. Bunlar, “Susurluk Olayı”na karışanların adil biçimde yargılanması, olayı soruşturan yargı makamlarına hiçbir surette baskı yapılmaması, milletvekilleri Bucak ve Ağar’ın dokunulmazlıklarının kaldırılması olarak ifade edilmiştir (Tekay, 2003: 37). Eylemlerin başlangıç sürecinde genel olarak, ülkede yaşayan sessiz çoğunluğun aktif yurttaş figürüne dönüşmesi, bu açıdan eylemin gücünü ve etkisini arttırmaması beklenmektedir. “Yurttaş Girişimi”nin Koordinatörü Yüksel Selek, etkin yurttaşı şu şekilde tanımlamıştır: “Yurttaş, haklarını, sorumluluklarını bilen, vergilerinin nereye harcadığının hesabını sorabilen, kendini ve çevresini örgütleyip bilinci davranışa, eyleme dönüştürebilen insandır” (NTV, 2000). Bu bağlamda, protesto etkin yurttaşlığın gücünü göstermesi açısından önem kazanmaktadır.

Eylemleri başlatan “Yurttaş Girişimi” üyeleri, öncelikle bir basın metni oluşturup meslek odalarına fakslayarak yurttaşları demokratik tepkilerini göstermeye çağırmışlardır. Faks, bu dönemde kullanabilecek en etkili iletişim aracıdır. Fakslanan metinde şu ifadeler kullanılmıştır:

Suç örgütlerini kuranların ve onlara görev verenlerin mutlaka yargı önüne çıkarılması konusundaki kararlı isteğimizi göstermek; olayı soruşturan merci ve kişilere destek vermek; demokratik, çağdaş, şeffaf hukuk devleti özlemimizi duyurmak için 1 Şubat 1997 Cumartesi gününden başlayarak her gece saat 21.00’de ışıklarımızı

<sup>6</sup> Eylemlere dönük görüntüler için ayrıca bkz: <https://youtu.be/UXqCzhA5aOo>

bir dakika süreyle karartıyoruz ve bu ülkede yaşayan herkesi şubat ayı boyunca, her gece 21.00'da *ışıklarını karartmaya çağırıyoruz. Bu çağrı yurttaştan yurttaşta yapılmıştır* (Milliyet, 28.01. 1997: 4; Bianet, 9.12.2014).

Eylemler başlamadan önce, 25 Ocak tarihinde "Yurttaş Girişimi" temsilcileri bir basın toplantısı düzenleyerek yurttaşlara protestonun başlangıcını duyurmuşlardır. Cumhuriyet ve Milliyet gazeteleri fakslanan metne sayfalarında yer vermişler ve yurttaşları eyleme katılmaya davet etmişlerdir (Cumhuriyet, 01.02.1997; Milliyet, 01.02.1997). Çağrıdaki "yurttaştan yurttaşta" ifadesi, toplumdaki herkesin ikna edilmesi hedefini dile getirmektedir. Selek, özellikle kendilerini de bir meslek erbabı ya da STK temsilcisi olarak değil bir yurttaş olarak gördüklerini ve amaçlarının örgütlenmeleri bir araya getiren bir platform kurmaktan ziyade sokaktaki ve evindeki yurttaş eyleme katmak olduğunu ifade etmektedir (Selek, <https://vimeo.com/8105654>).

Selek, toplantının basın tarihindeki en ilginç toplantılardan biri olduğunu, çünkü toplantının bir örgüt ya da parti tarafından değil, siyasi kimliği olmayan 10.000 imzalı yurttaş metni tarafından organize edildiğini belirtmektedir (Selek, <https://vimeo.com/8105654>). Bu açıdan, girişimin üyelerinin de kampanya sürecinde siyasi kimliklerini sürecin bir parçası haline getirmediği görülmektedir. Süreç içerisinde bu toplantılar sık aralıklarla tekrarlanarak halkın ilgisi sürekli canlı tutulmaya çalışılmıştır. Üye toplamak bir hareketin başarısını değerlendirmede temel kriterlerden biridir. Buna göre, bazı kişiler kendi kendilerine harekete geçerler. Bazıları aktif olarak içinde yer alabilecekleri bir örgüt isterler. Ama diğer kişiler, üye toplayan kişilerin çağrısını bekler (Jasper, 2002: 262). Bu bağlamda, bu basın toplantıları "çağırma" faaliyetini yerine getirerek işlevsellik kazanmıştır. İlk toplantıda küçük dramalar sergilenmiş, basına fakslanan metinler büyük afişlerle toplantı salonuna asılmış, görsellik etkin şekilde kullanılmıştır. Salonda ayrıca, "Susurluk Kazası"nın görüntüleri izletilmiştir (Cumhuriyet, 02.02.1997: 7; Tekay, 2003: 38).

Faks yoluyla yayılan duyuru metnine bakıldığında, bir katılım talebi metni olarak "dilekçe" repertuarına işaret etmektedir. Jean-Gabriel Contamin (2007: 283), dilekçeyi "*içlerinden kimilerinin oluşumuna katılmadığı birçok birey tarafından imzalanması için ayrılmış bir talep metni*" olarak tanımlar. Dilekçeler, çok farklı kesimler tarafından kaleme alınabilirler. Dilekçe repertuarına ilişkin literatürde genellikle aydın ve yurttaş dilekçeleri öne çıkarılmaktadır. Yoğun katılıma dayanan yurttaş dilekçelerinin marjinalize edilmesi ise, diğer dilekçe türlerine göre daha zordur (Contamin, 2007: 286). Bu bağlamda, yüzlerce kuruluşa fakslanan bu dilekçe metni toplumun önemli bir kısmında karşılık bulmuştur. Selek, bir hafta içerisinde faksalara yaklaşık 10.000 civarında geri dönüş alındığını ve eyleme büyük bir destek olacağını öngördüklerini belirtmektedir (Selek, <https://vimeo.com/8105654>).

Eylemlerin taleplerine bakıldığında, aslında eleştirilen meşru olmayan ilişkilerin odağında olan siyasi kanat Bucak aşiretiyle ilişkileri olduğu bilinen Çiller liderliğindeki DYP'dir. Bu açıdan hükümetin diğer kanadını oluşturan Refah Partisi (RP), başlangıçta eylemcilerin doğrudan hedefi olmamıştır. Ancak, süreç içerisinde hükümet ortağını yalnız bırakmayan RP lideri ve Başbakan Necmettin Erbakan, doğrudan eylemcileri hedef alan söylemlerde bulunmuştur (Oran, 2020: 200). Örneğin Başbakan Erbakan'ın eylemlere yönelik "*glu glu dansı yapıyorlar*" söylemi ve eylemcilere dönük olarak kullandığı "*fesatçılar*" ifadesi kamuoyunda oldukça tepki çekmiştir. Başbakan Erbakan, eylemler sürerken sıklıkla eleştirilerine devam etmiş, eylemleri "*ışık kapatan fesat*" olarak nitelemiştir (Milliyet, 12.02.1997: 14). "*Dünyanın bilmem neresinde hangi fesatçılar hadi biz de ışıkları söndürelim demiştir*" ve "*...bir şey yapıyoruz zannediyorlar hâlbuki denizde bir katre bile değiller*" gibi söylemleri bu bağlamda değerlendirilebilir<sup>7</sup> (Kanal D Haber, 10 Şubat 1997). Yine dönemin RP'li Adalet Bakanı Şevket Kazan'ın, eylemcilere yönelik "*mum söndü oynuyorlar*" ifadesi, başta Alevi yurttaşlar olmak üzere toplumun farklı kesimlerinden büyük tepki görmüştür (Cumhuriyet, 13.02.1997: 5; 14.02.1997: 7, 19).

Koalisyon hükümetinin ortağı olan Refah Partisi'nin eylemler karşısındaki konumu her açıdan dikkat çekicidir. DYP, "Susurluk Olayı"nda Bucak ve Ağar gibi isimlere sahip çıkarak doğrudan yurttaşların eleştirisine muhatap olmuştur. Ancak RP'nin, hükümet ortağını yalnız bırakmayarak eylemlere son derece tepkisel yaklaşması, gerek eylemlerin gerek bu partinin siyasi geleceği açısından önemli etki doğurmuştur (Cumhuriyet, 04.02.1997: 17). Refah kanadı, eylemi çocuksu bulduğunu ifade ederek ve eyleme katılanları küçümseyerek iktidarının sallanmasına giden yolu açmıştır. RP'nin bu tutumu, Ömer Laçiner (1996:6) tarafından "*İslami değerlerin vaz ettiklerini yapmaktan ziyade, politik parti olmanın gereğini yapmış; merkez sağdaki yerini sağlamlaştırmak istemiştir*" şeklinde değerlendirilmiştir. Suavi Aydın ve Yüksel Taşkın (2015: 425) da süreci, "*şaiBELERE bulaşmayan*

<sup>7</sup> Necmettin Erbakan'ın bu söylemleri için bkz: <https://www.youtube.com/watch?v=71U9fQRoh-M>



RP'nin tavrı yurttaştan yana olsaydı her şey farklı olabilirdi. Derin devleti karşısına alamadığı belki de eylemlerin kendisine yöneleceğini düşündüğünden eylemleri küçümsedi" şeklinde değerlendirmiştir. Dolayısıyla, RP eylemlerin etkin bir müttefiki olabileceken bu işbirliğini reddetmiştir.

Sonuç olarak eylemlere dönük söylemler süreç içerisinde eylemlere katılımı arttırmıştır. Cinmen, hükümetin bu tepkilerinin halkın eyleme ilgisini arttırdığını şu sözleriyle ifade etmektedir:

Bu tür eylemlerin üzerine gitmek eylemin meşruiyetine katıyor. Bir Dakika Karanlık'ta olan buydu. Bir Dakika Karanlık'a karşı çıkıldıkça eylem yükseldi; çünkü hem çok haklı bir zeminde yürüyordu hem de kitlesel olmasına rağmen hiçbir şekilde şiddet olmadı" (Bianet, 9.12.2014).

İnsan hakları, yurttaşlık hakları gibi temel birtakım hak ve değerlere dayanan toplumsal hareketler, kamuoyunda güç kazanmak için etik ve vicdani davranmaya çalışırlar. Etik sınırları ise meşruluk, yasallık ve şiddetsizlik<sup>8</sup> çizmektedir. Burada amaçlanan, ikna alanını olabildiğince genişleterek protestonun meşruiyetini sağlamaktır. İkna, "faydalı inançlar, hisler ve eylemleri harekete geçirmek" olarak ifade edilir (Jasper, 2017: 218). Bu açıdan, sivil itaatsizlik yurttaş hareketleri gibi iknaya dayalı protestolar açısından uygulanabilir bir eylem türüne işaret ederek kitleselliği arttırmada önem kazanır. Işık söndürme eylemleri, Türkiye'nin protesto eylemlerine ilişkin tarihine bakıldığında sivil itaatsizlik eylemi olarak tanımlanmaktadır.

Sivil itaatsizliğin tarihçesini Sokrates'e kadar götürmek mümkündür. Çağdaş itaatsizlik anlatılarında ise, en fazla referans verilen kişiler Mahatma Gandhi ve Martin Luther King olmuştur. Hindistan'ın bağımsızlık mücadelesinde benimsediği şiddetsiz felsefe ile Gandhi ile Amerika Birleşik Devletleri'nde siyahlara yönelik ayrımcılığı protesto etmek için eylemler örgütleyen King, itaatsizlik eylemleri ile özdeşleşmiş isimlerdir (Dalton, 1996: 50). Bu iki isme de ilham olan Henry David Thoreau'nun itaatsizlik eylemi ise, bu eylemlerin tarihçesinde önemli yer tutar. Thoreau (2013: 7), Amerika'nın köleci politikalarını eleştirmek ve bu uğurda gerçekleştirdiği Meksika Savaşı'nı finanse etmemek için vergi vermeyi reddetmiş, yurttaş olarak yasayı çiğneyerek vicdani yasanının gereğini yerine getirmiştir (Ökçesiz, 1994: 32).

John Rawls (2014: 57) sivil itaatsizliği, "yasaların ya da hükümet politikasının değiştirilmesini hedefleyen, kamuoyu önünde icra edilen (alenî), şiddete dayanmayan, vicdani ancak yasal olmayan politik bir eylem" olarak tanımlar. Bu eylemin unsurları alenilik, yasadışılık, politik ve hukuki sorumluluğun üstlenilmesi, şiddetin reddedilmesi, kamu vicdanına yönelik bir çağrı niteliği taşıması ve tekil bir haksızlığa odaklanması olarak sıralanabilir (Atabek, 1999: 115; Gönen, 2011: 5; Coşar, 2014: 11). Jürgen Habermas (2014: 125), bu özelliklere ek olarak itaatsizlik eylemlerinin esnek örgütlenme biçimlerine dayandığını belirtir. Bu eylemler, demokrasilerdeki bozulmaları onarmak gibi dolaylı bir amaca sahiptir. Devletin yönetim kadrolarındaki çürümeler ve insan hakları ihlalleri demokrasileri geriletmektedir. Bu bağlamda, itaatsizlik eylemleri sistem üzerinde iyileştirici bir etkide bulunurlar (Saner, 2014: 174). Bu şiddetsiz eylemlerin aktörleri ise genellikle gündelik yaşamın sıradan aktörleri olarak görülen kişilerdir (Aygün, 2006: 283). Bu kişilerde, hukuk devleti nosyonu ile çelişmeyen bir siyasal ahlaki güdülenme vardır. Bu güdülenme, vicdani bir davranış içerisinde bulunan insanları yurttaş sorumluluğu etrafında bir araya getirir (Ökçesiz, 1994: 123; Anbarlı, 2007: 82).

Sivil itaatsiz eylemler, öncelikle bir mağduriyet ya da hoşnutsuzluğu toplumun bütününe yaymayı amaçlarlar. İlk yapılması gereken, protestoya neden olan konunun herkesi ilgilendiren bir mesele olduğunu iddia etmektir. Bu iddianın karşılık bulabilmesi için, yurttaşlık şemsiyesi altında buluşan ancak toplumun farklı kesimlerini ifade eden insanların şiddetsiz bir cephede buluşması gerekir (Sharp, 1973: 3). Mağduriyet, inkâr edilemez bir gerçekliğe dönüştüğünde ise, hareketin içine olabildiğince fazla katılımcıyı çekmek amaçlanır. Sivil itaatsizlik, çoğunlukla işe yarayan bir yöntem olarak değerlendirilmektedir. Çünkü bu eylemler, toplumda hiçbir zaman uzlaşamaz gibi görülen farklı kesimlerin ortak bir hedef için bir arada bulunmasına olanak sağlar (Chenoweth ve Stephan, 2011: 44).

"Yurttaş Girişimi" üyeleri, hareketi başlatırken bunun bir sivil itaatsizlik eylemi olduğunu ifade etmişlerdir. Girişimin üyelerinden Tekay (2003: 70), bu protestonun neye yol açtığı sorulduğunda "devleti sorgulama, hesap

<sup>8</sup> Şiddetsizlik, toplumsal hareketler literatüründe oldukça geniş ele alınmakta, farklı kuramcılar tarafından farklı şekillerde kavramsallaştırılmaktadır. Sessiz protesto, barışçıl protesto, şiddetsiz eylem bunlardan birkaçı olarak sıralanabilir. Çalışmada, şiddetsiz eylem türlerinden biri olan sivil itaatsizlikten yola çıkılmaktadır. Bu açıdan, diğer şiddetsiz eylem türleri çalışmanın kapsamı dışındadır.

sorma, haksızlıklara karşı direnme, sivil itaatsizlik kavramlarını tahayyül dünyamıza armağan etti” yanıtı ile şiddetsizliğin sonuç almadaki gücünün altını çizmiştir. Işık söndürme eylemleri, hukuk dışı alanda ortaya çıkan bir olay üzerine başlamıştır. Bu açıdan hukuk devletini göreve çağırmak üzere başlatılmıştır. Bu bağlamda, itaatsizlik kaçınılmaz olmuştur. Eylemler buyunca, protestocular haklı bir davayı duyurmak için bütün hukuki ve ahlaki sorumluluğu üstlenmiş, kamuoyunun vicdanına seslenmişlerdir. Bununla birlikte, protestonun amacı tekil bir haksızlık karşısında devleti göreve çağırmak olduğundan eylem sistemin bütününe yönelmemektedir. Son olarak, eylemler ev mekânından örgütlense bile kamusal ve aleni özellik taşımakta, saklamak değil; deşifre etmek mantığı ile gerçekleştirilmektedir. Tüm bu özellikleri ile ışık söndürme eylemleri bir sivil itaatsizlik eylemi niteliği taşımaktadır. Eylemlerin başlaması ve genişlemesi, sivil itaatsiz eylem biçiminin hayata geçirilmesi ile mümkün olmuş; sivil itaatsizliğin yitirilmesi ise eylemlerin sönümlenmesine yol açmıştır.

### **b. Eylemlerin Genişlemesi: Taktik Seçimler, Güçlü Müttefikler**

Ahlaki şoka dayalı protestolarda amaçlananlardan biri, olayları “*inkâr edilemez bir gerçeklik*” haline getirmektir (Erözden, 2011: 239). “Susurluk Olayı”nı toplumsal olarak inkâr edilemez bir gerçeklik haline getirmeyi hedefleyen protestocular, bu hedefe ulaşmak için rasyonel taktikler tercih etmeye yönelmişlerdir. Gündelik yaşam, bireylere yaratıcılıklarını sergileyebilecekleri ve mücadele örgütleyebilecekleri binlerce olanak sunmaktadır. Bu olanaklara “taktik” adını veren Certeau (2009), bu kavramla gündelik yaşamda direnişi olanaklı kılan grupların kullandıkları araçları ifade eder.

Taktikler, güçlünün karşısında zayıfın sanatı olarak çürümüş, bozulmuş ve yıpranmış gerçeklikleri onarmayı hedeflerler (Certeau, 2009: 50). Jasper’a göre (2017: 57; 2002: 344) “*kilidi açacak doğru anahtar*” olan taktikler, eylemi hedefe ulaştırmada en önemli seçimleri ifade ederler. Bu bağlamda, ışıkları yakıp söndürmek “Yurttaş Girişimi”nin harekete katılımı arttırmak için tercih ettiği rasyonel bir taktiktir. Taktiklerin aynı zamanda “neşeli bulgular” (Certeau, 2009: 60) olduğu düşünüldüğünde ışık söndürme, yurttaşların evlerinden çıkmaları gerekmeyen riski olabildiğince minimize ederek, aynı zamanda da protestonun hazzını yaşayabilecekleri zahmetsiz bir taktik olarak değerlendirilebilir. Buna ek olarak, taktik seçimi sadece eylem repertuarını belirlemek anlamına gelmez. Mekân seçiminden eylemlerin zamanlamasına, kullanılan eylem repertuarından hareketin yanında yer alacak müttefiklerin seçilmesine kadar geniş bir davranış setini içerir.

Eylem için seçilen mekân evdir. Ev genellikle bir protesto mekânı olarak düşünülmez. Mekânsal olarak sokakla özdeşleşen protesto eylemleri, kamusal alanlarda görünürlük ve güç kazanırlar. Ancak, sokağa çıkmak zahmetli ve bedel ödemeyi gerektirecek eylem formlarını içerebilir. Yeni toplumsal hareketlerin aktörleri olarak ev kadınları, işsizler, emekliler, orta sınıf mensupları gibi birçok farklı yurttaş grubu bir arada düşünüldüğünde, kolay, zahmetsiz ve eğlenceli bir mekân seçimi yapılması protestonun gücünü arttıran bir taktiksel seçim olmuştur. Certeau, evin gündelik yaşam içerisinde kolay örgütlenebilecek bir yer olduğunu şu sözleriyle ifade eder: “*Eylem sanatlarının basit jestlerinin gün be gün sergilendikleri ve tekrarlandıkları alan öncelikle orada huzura kavuşacağından, insanın çekilmek için yanıp tutuştuğu ev uzamıdır*” (Certeau, Giard ve Mayol, 2009: 178). Bu uzamda, ışık söndürme eylemlerine zaman zaman evlerin balkonlarında gerçekleştirilen tencere ve tavaların eşlik ettiği gürültü eylemleri de eşlik etmiş; ev mekânı şenlik ortamının sahası haline gelmiştir (Bora, 1997: 11; Uysal, 2020).

Protestonun evlerden örgütlenmesi, katılımı arttırmakla birlikte protestonun anonimliğini de sağlamıştır. Bu durum, eylemin bir protestocu grupla özdeşleşmesini engellemiş; sınıfsal, cinsiyete dayalı ya da etnik ayrımların üzerini örterek insanların yurttaş kimliğinde bir araya gelmesini kolaylaştırmıştır. Nail Güreli, eylemler başlamadan henüz kaleme aldığı yazısında, eylemlerden *umulanın* “*kamplaşmadan uygarcı bir eylemde buluşabilmek*” olduğu ifade ederek birleştirici yurttaş temasını öne çıkarmaktadır (Milliyet, 31.01.1997: 19). “Yurttaş Girişimi”nden Cinmen’in ifadeleri de, eylemlerde yurttaş kimliği dışında herhangi bir kimliğin öne çıkmadığını göstermektedir: “*Hem Sabancı’nın ikiz kuleleri ışıklarını yaktı söndürdü hem de varoş mahalleler... Devletin demokratikleşmesini herkes istiyordu, burjuvazi de, proletarya da, şehrin en fakiri de. O ışıkla sihirli bir hava oldu ve toplumu birleştirdi*” (Bianet, 9.12.2014; Cumhuriyet, 02.02.1997: 7).

Nazım Alpman, 10 Şubat 1997’de kaleme aldığı yazısında, eylemlerin evlerden örgütlenmesinin aynı zamanda protestonun tehlikesini minimize ettiğini “*her eve bir polis copu girme olasılığının düşük olması*” ifadesiyle belirtmiştir (Milliyet, 10.02.1997: 12). Işık söndürme eylemlerinin literatürde, şenlik eylemleri olarak ele

alınmasının altında yatan da, bu risksiz ve hazzı harekete geçiren taktik seçimidir. Eylemleri aktaran gazetelerin haberlerinde de “sessiz protesto”, “şenlik havası” gibi ifadeler göze çarpmaktadır (Cumhuriyet, 01.02.1997: 6). Eylem süresince bu şenlik havasını bozan çok az sayıda olay yaşanmıştır. 20 Şubat 1997 tarihinde, Mersin’de ışıklarını söndürdükten sonra balkona çıkan iki kişi, eylemden rahatsız olan komşuları tarafından önce sözlü saldırıya uğramış daha sonra ayaklarından vurularak yaralanmıştır (Milliyet, 20.02.1997). Ancak genel olarak eylemlerdeki şenlik havası baskın gelmiş (özellikle birinci dalga), bu tür olaylar nadiren yaşanmıştır.

Protestonun gücünü arttırmada bir diğer taktik seçim, güçlü mütteliklerin belirlenmesidir. Bu müttelikler resmi örgütler, gayri resmi ağlar ve iletişim grupları, güçlü profesyoneller ve entelektüel gruplar, olaya ilgi duyabilecek muhalif siyasi kimlikler/partiler ve son olarak eyleme katılan tüm yurttaş gruplarıdır (Jasper, 2017: 106-113). “Yurttaş Girişimi”, esnek bir örgütlenme olarak kurulmuş, hareketi başlatan kişiler kamuoyunda öne çıkmamayı tercih etmiş ve lidersizliği benimsemişlerdir. Her protestoda, öne çıkan “belirleyici liderler” olduğu gibi, arka planda kalan “sembolik liderler” de vardır (Jasper, 2017: 165). “Yurttaş Girişimi” ise, belirleyici liderler taşımamakla birlikte, meslek odalarından ve iletişim sektöründen aktif olarak hareketi sürükleyen bazı isimler sembolik lider vasfı taşımaktadır. Bu süreçte, Milliyet’ten Alpman’ın aktardığına göre, hareketi ilk örgütleyen ekip içerisinde yer alan Mustafa Karsavuran, Mebuse Tekay, Yüksel Selek, Ergin Cinmen, Akın Atalay, Gülbin Okatan, Mücella Yapıcı, Muzaffer Demirci, Ahmet Dindar, Mustafa Turunç, İlkiz Okatan, Ali İzar, Kutlu Esendemir ve Hayri Ata hareketin sembolik liderleri olarak değerlendirilebilir (Milliyet, 19.02.1997: 14).

Halkla iletişim, yurttaş gruplarının katılımını sağlamada kampanyanın sağlıklı bir biçimde yürütülmesi, basın ve medya ilgisini sürekli kılmaya gibi konularda ön plana çıkan isimler, eylemlerin sürekliliğini sağlamada etkin olmuştur. Bu sembolik liderlerden daha sonraki yıllarda da eylemlere ilişkin süreci kaleme alan isimler olarak Avukat Mebuse Tekay, Avukat Ergin Cinmen ve reklam kampanyasını yürüten Ersin Salman öne çıkmaktadır. Salman, “Susurluk” tan sonra medyadaki demokratikleşme taleplerini “*Kamyon’dan sonra Türkiye’de artık hiçbir şey eskisi gibi olmayacak*” sözleriyle sloganlaştırmış, eylemlerin hukukçular Ergin Cinmen ve Ahmet Dindar’ın kendisine gelerek eylemler için kampanya yürütülmesini istemesiyle başladığını ifade etmiştir (Milliyet, 2002). Burada, eylemleri başlatan ilk isimlerin Cinmen, Dindar ve Salman olduğu açıkça görülmektedir. Girişimin etkin üyelerinden Salman, girişimin üyeleri ve daha sonra eylemlere katılan anonim yurttaş kitleleri arasında siyasi ayrışma bulunmadığını, eyleme katılan amatör kitlelerin ve eylemi planlayan, planlı katkılarını sürdüren profesyonellerin süreci birlikte yürüttüklerini ifade etmiştir (Salman, <https://vimeo.com/8105654>). Süreç içerisinde ayrıca Aydınlik İçin Yurttaş Girişimi’nin koordinatörü olan Yüksel Selek de öne çıkmıştır.

Harekete yazar ve sanatçılar, iş insanları, öğrenciler, sporcular, medya çevresi gibi birçok farklı kesimin destek verdiği görülmektedir. Bu gruplar profesyonel meslek grupları ve entelektüeller içerisinde değerlendirilebilir. Eylemin ilk günü olan 1 Şubat akşamında, ilk şalter Leman Kültür Merkezi’nde ünlü şair Can Yücel tarafından indirilmiştir (Cumhuriyet, 02.02.1997: 7). Bu görevin Can Yücel’e verilmesi yurttaş ve medyanın gözünde eylemleri daha görünür kılmak açısından taktiksel bir tercihi ifade eder. Aydınlar hakikati kavrayan, bunu topluma aktarmaya çalışan ve yapıcı eylemler için aracı olan kişiler olarak görülmektedirler (Chomsky, 2005: 8). Bu açıdan, aydınların harekete verdikleri destek onların toplumsal sorumluluklarına işaret etmektedir. Protesto hareketine destek veren entelektüeller, yurttaşla yapılan çağrının karşılık bulmasında önemli rol oynamışlardır. Eylemler süresince Orhan Pamuk, Müşfik Kenter, Haldun Dormen, Yıldız Kenter, Sezen Aksu, Sertap Erener gibi önemli edebiyatçı ve sanatçıların protestoya verdikleri destek bu bağlamda önemlidir (Milliyet, 12.02.1997: 14). Tiyatro sanatçısı Yıldız Kenter, eylemlerin başladığı gün ilk oyunu sergilendiğinde tiyatro sahnesini bir dakika karartacağını duyurmuştur (Milliyet, 03.02.1997: 1). Bununla birlikte Türkan Şoray, Demet Akbağ, Tarık Akan, Müjde Ar ve daha birçok sanatçı bir araya gelerek bir klip çekmişler; bu klipte yurttaşlardan eyleme sahip çıkmalarını istemişlerdir (Milliyet, 20.02.1997: 2).

Eylemlere destek veren etkin gruplardan öğrenciler de ışık söndürme eylemlerinin bir halkası olarak üniversite kampüslerinde destek eylemleri örgütlemişlerdir. Çemberlitaş Kız Yurdu, Avcılar Kız ve Erkek Yurdu, Niğde Kız Yurdu başta olmak üzere birçok öğrenci yurdunda 24-25 Şubat tarihlerinde ışıklar yakılıp söndürülmüştür. Buna ek olarak, İstanbul Üniversitesi Çapa Tıp Fakültesi, Diş Hekimliği Fakültesi gibi birçok fakültede, İstanbul Üniversitesi Avcılar Kampüsü ve Marmara Üniversitesi Göztepe Kampüsü gibi yerleşkelerde öğrenciler eylemlere destek olmak için mumlar yakmış, “çeteler halka hesap verecek” sloganları atmış ve bazı yemekhanelerde

alkış eylemleri yapılmıştır (Halk İçin Kurtuluş, 1997: 13). Üniversitelerden bir destek de, Yükseköğretim Kurulu Başkanlığı'ndan (YÖK) gelmiştir. YÖK Başkanı Kemal Gürüz ve beraberinde altı rektör bir bildirme yayımlayarak eylemlere desteklerini açıklamışlardır (Akgül, 2018: 88).

Eylemlerin bir diğer müttefiki iş insanları ve profesyonel meslek gruplarıdır. Sakıp Sabancı ve İshak Alaton'un eylemlere destek verdiklerini açıklamaları kamuoyunda etkili olmuştur. Sivil toplumda güçlü bir etkisi olan Türk Tabipler Birliği, İstanbul Barosu, Türk Eczacılar Birliği gibi meslek odaları ve sivil toplum örgütlerinin eylemlere verdiği destek yine bu açıdan önemlidir (Cumhuriyet, 01.02.1997: 6). Bu müttefikler, kamuoyunda eylemlerin ikna gücünü ve meşruiyetini arttırmak için sembolik eylemler de düzenlemişlerdir. Örneğin, Emlakbank forması giyen voleybolcular eylemlere desteklerini göstermek için saçlarını kazıtmışlardır (Cumhuriyet, 03.03.1997: 17). Bir diğer örnek, Can Yayınları'nın sahibi Erdal Öz'ün verdiği destektir. Eylemler süresince yayınevini bastığı kitaplara "Bir dakika karanlık" ibareli bir kuşak bağlanması hareketin duyurulması açısından anlamlıdır (Sarısayın, 2009: 100). Başka bir önemli destek de moda dünyasından gelmiştir. Milliyet'te "Temiz Toplum Podyumda" başlığı ile çıkan haberde, "Kom" markasının düzenlediği mayo defilesinde podyumda bir dakika boyunca ışıkların söndürüldüğü aktarılmıştır (Milliyet, 12.02.1997: 2).

Hareketin en etkin müttefiklerinden biri de yazılı ve görsel medya çevresi olmuştur. Sivil itaatsizlik eylemlerinde kitle iletişimine yönelik bir beklenti söz konusudur. Medya ilgisi ile eylemlere katılım arasında bir doğru orantı vardır (Ökçesiz, 2011: 202). Bu açıdan, ışık söndürme eylemleri Türkiye'de medya desteğini en fazla almış itaatsizlik eylemlerinden biridir. Nitekim "Yurttaş Girişimi" üyelerinden halkla ilişkiler uzmanı ve reklamcı Salman, eylemlerin büyümesinde ve kamuoyunun gündemine taşınmasında basın ve medyanın yoğun bir etkisi olduğunu belirtir. Bunun nedeni olarak da "Susurluk Olayı" sonrası süreçte medyanın arınma ve aklanma ihtiyacı ile bu eylemlerin ortaya konulma sürecinin birbirine paralel gelişmesini gösterir (Salman, <https://vimeo.com/8105654>). Buna göre, reklam şirketleri arasında "Susurluk" sürecini eleştiren bir kampanya yürütülmesi için bir yarışma başlamıştır. Salman, bu yarışmayı kendi ajansının kazanması sürecinden sonra, bu kampanya ile yurttaş girişiminin eylemlerinin birleştiğini ifade eder. Eylemlerin basında sunum tarzı ve kullanılan haber dili de yurttaş katılımını arttırmada önemli rol oynamıştır. Örneğin, Milliyet gazetesinde yapılan haberlerde sıklıkla eylemlerin "demokrasinin şenliği" olduğunu ifade edilmiştir (Milliyet, 27.01.1997: 4). Sabah gazetesinde çıkan bir haberde ise, eylemin halkta bu kadar karşılık bulmasının nedeni kolaylık, şiddetten arınmışlık, uygun ittifakları kullanmak ve anonimlik olarak gösterilmiş; eylemlerin olumlu sonuçları öne çıkarılmıştır (Orhon, 2007: 140).

Girişimin etkin isimlerinden Cinmen ise, basını güçlü bir müttefik olarak işbirliğine çağırdıkları süreci şu sözleriyle ifade eder: "Girişim olarak medyaya seslendik, eyleme destek vermezseniz mafyanın medyası olursunuz dedik" (Bianet, 9.12.2014). Buna göre, "Susurluk" sürecinde basın olayın aydınlatılması için üzerine düşen sorumluluğu yerine getirememiştir. Bu nedenle, bozulan imajını düzeltebilmek için ışık söndürme eylemlerini bir fırsat olarak değerlendirmek istediler. Bu eylemler ise, bozulan imajı tazelemek için halk ve medya mensupları arasında bir katalizör görevi görmüştür (Akay, 2003: 8). Bu dönemde, ana akım medyanın en büyük 14 kanalının eylemlere tam destek vermesi bu etkiyi görünür kılmaktadır (Akay, 2003: 12). Yine 90'ların etkin bir medya aracı olan radyolara bakıldığında Radyo D, Radyo Forex, Radyo Tatlıses'in de içinde bulunduğu 50'den fazla radyonun eylemlere destek olduğu görülmektedir (Milliyet, 01.02.1997: 14).

"Yurttaş Girişimi", etkili bir reklam kampanyası örgütlemekle birlikte; köşe yazarlarına da açık davette bulunarak yazarlardan eylemleri köşelerinde yazmalarını istemiştir. Gazetelere bakıldığında Cumhuriyet, Milliyet, Radikal, Hürriyet ve Sabah gibi yüksek tirajlı gazetelerin eylemleri düzenli olarak haber yaptığı ve açıkça desteklediği görülmektedir. Buna ek olarak, gazetelerde belli bazı köşe yazarları da eylem sürecini yazılarında sıklıkla işlemişlerdir. Cumhuriyet'ten Cüneyt Arcayürek, Mustafa Balbay; Milliyet'ten Nazım Alpman, Umur Talu; Hürriyet'ten Fatih Altaylı ve Bekir Coşkun; Sabah'tan Necati Doğru, Mehmet Barlas ve Hasan Cemal'in eylemleri yazıları ile gündemde tuttukları görülmektedir (Karakoç, 2002: 163). Çiller, basını "Anadolucular ve Kartelciler" olarak ikiye ayırmış ve Kartelci olarak gördüğü medyanın hükümeti devirmeyi planladığını ifade etmiş, bazı organları açıkça hedef göstermiştir (Börklüoğlu, 2019: 171). Buna karşılık, hedef gösterilen basın organları özellikle ilk protesto dalgası boyunca düzenli olarak eylemlere destek vermeye devam etmiştir.

Yurttaş eyleminin bir diğer müttefiki ise, muhalefette yer alan partiler ve milletvekilleridir. Siyasi konjonktür açısından, diğer siyasi partilerin eylemler karşısındaki konumu son derece önemlidir. İlk olarak, Anavatan Partisi'nin (ANAP) eylemlere başlangıcından itibaren destek verdiği görülmektedir. ANAP lideri Mesut Yılmaz başkanlığında toplanan il başkanları toplantısında, eylem saatinde ışıklar söndürülmüş ve eylemlere destek sürdürülmüştür (Cumhuriyet, 02.02.1997: 7). 1997 yılının Haziran ayında, hükümetin düşmesi ile gelecekte iktidar ortağı olacak partinin tutumu bu bağlamda önemlidir. Öte yandan, Özgürlük ve Demokrasi Partisi (ÖDP) ve Demokrasi ve Barış Partisi (DBP) de eyleme kitlesel olarak destek verdiklerini açıklamışlardır (Milliyet, 01.02.1997). 9 Şubatta ise, Milliyet "1 dakika Koalisyon" başlığı ile duyurduğu haberinde RP Milletvekili Ertuğrul Yalçınbayır, Cumhuriyet Halk Partisi (CHP) Milletvekili Yahya Şimşek ve Demokratik Sol Parti (DSP) Milletvekili Ali Rahmi Beyreli'nin ellerinde mumlarla eyleme birlikte katıldıklarını belirtmiş; yurttaşların eyleminin siyasetin farklı hiziplerini bir araya getirdiği vurgulanmıştır (Milliyet, 09.02.1997: 12). Ancak, süreç içerisinde eylemlerin hükümet karşıtı bir sürece girmesi ile RP'nin eylemlere desteği bu örnekle sınırlı kalacaktır.

Eylemlerin rasyonel taktik seçimleri ve güçlü müttefiklerle toplumun çok farklı kesimlerinin bir araya geldiği görülmektedir. Örneğin, eyleme destek veren işçi sendikaları, farklı siyasi hiziplerden partiler, Bayrampaşa'da tutuklu ve hükümlü olarak bulunan radikal sol örgüt üyeleri dâhil birçok farklı politik kesim ışık söndürme eylemleri altında bir araya gelebilmiştir (Anbarlı, 2006: 237). Atatürkçü Düşünce Derneği (ADD), Devrimci İşçi Sendikaları Konfederasyonu (DİSK), Sosyal Demokrasi Vakfı (SODEV) gibi kuruluşların verdiği destek ise sendika, dernek, vakıf ya da meslek odalarının güçlü desteğini yansıtmakta ve etkin bir yurttaşlık alanı olarak sivil toplumun gücüne işaret etmektedir (Cumhuriyet, 01.02.1997: 6; 23.02.1997: 6). Eylemlere sadece ülke içinden değil, yurt dışında yaşayan yurttaşlardan da destek gelmiştir. Paris, Rotterdam, Lahey gibi Avrupa kentlerinde kalabalık meydanlarda toplanan kişiler, açıklamalar yaparak eylemlere desteklerini duyurmuşlardır (Akgül, 2018: 88).

Sonuç olarak Jasper'ın ifadesiyle protesto kamuoyunda kendisini mağdur olarak sunmuş, haklı bir dava karşısında meşru bir eylemin örgütlenmesi mümkün olabilmıştır. Hareketin lidersiz yapısı, kolay uygulanabilir bir repertuar seçmesi, ev mekânından örgütlenebilmesi, aydın ve medya ittifakının sağlanması yurttaş katılımını ve protestonun gücünü arttıran önemli taktiksel adımlar olarak öne çıkmaktadır. Tam 37 gün süren ışık söndürme eylemlerine (Birinci dalga: 1 Şubat - 9 Mart), 23 milyon insanın katıldığı tahmin edilmektedir (Aytaç, 1997: 218). Bu kitleselliğin sağlanması, taktik seçimlerin işlevselliğini ortaya koymaktadır. Eylemlerin şiddetsiz karakterinin ise, başlı başına ilkesel ve pragmatik bir tercih olarak ikna ve katılımı arttırdığı görülmektedir. Tüm bu özelliklerin yitirilmesi ise eylemlerin dağılmasına neden olmuştur.

### **c. Eylemlerin Dağılması: Sivil İtaatsizliğin Yitimi**

Sürekli Aydınlik İçin Bir Dakika Karanlık kampanyası, ağırlıklı olarak ışık söndürme eylemi şeklinde uygulanmıştır. Ancak, eylemlerin sürdürüldüğü süreçte protestocular sokağı da aktif biçimde kullanmaya başlamışlardır. Sokak, başlangıçta insanların pankartlar açtığı, mumlar yaktığı, şarkılar söylediği bir eğlence mekânı gibi kullanılmıştır. Örneğin, eylemcilerin bir kısmı "temiz siyaset için süpür gitsin" sloganıyla sokak eylemlerinde süpürge dağıtmıştır. Bazı semtlerde ise taksiciler 21.00'da korna çalarak eylemlere desteğini sokakta vermiştir (Akgül, 2018: 75). Sokaktaki şenlik havası uzun bir süre korunmuştur. Ancak, farklı siyasi gündemlerle de bir araya gelen kitlelerin Susurluk eleştirilerini de dile getirdiği sokak eylemlerinin başlangıcı bu şenlik havasını dağıtmaya başlamıştır. Örneğin 15 Şubat'ta kadın örgütlerinin talebiyle Ankara'da "temiz devlet" temalı bir miting düzenlenmiştir (Tekay, 2003: 42). Yine 16 Şubatta, RP'nin radikal İslam'ı öne çıkaran uygulamalarından rahatsız olan kadın dernekleri "Şeriat Karşı Kadın Yürüyüşü"nü örgütlemişlerdir (Cumhuriyet, 15. 02. 1997: 19; 16.02.1997: 6). Benzer şekilde 22 Şubat'ta avukatların katılımıyla Taksim'de "Hukuka Saygı" mitingi düzenlenmiştir (Cumhuriyet, 23.02.1997). 2000 kişinin katıldığı tahmin edilen mitingde, iktidarın hukuku askıya alan uygulamaları eleştirilmiş, özellikle Alevilere yönelik söylemleri kamuoyunda tepki çeken Adalet Bakanı Kazan protesto edilmiştir (Halk İçin Kurtuluş, 1997: 12). Bu mitinglerde, eylemlerde öne çıkarılan "temiz devlet" temasının hukukun üstünlüğü, laiklik, demokrasi gibi farklı temalarda birleştiği görülmektedir. Bu açıdan, kitlesel gösteriler başlangıçtaki şenlik havasını daha katı bir forma sokmuştur. Öte yandan, radikal sol grupların bir kısmının eylemleri özellikle sokak aktivizmi şeklinde örgütlediği görülmektedir. İkitelli, Küçük Armutlu, Gazi Mahallesi, Alibeyköy, Bakırköy gibi pek çok semtte işçilerin katılımıyla sokak eylemleri düzenlenmiştir. Bu eylemler İstanbul dışına da yayılmış, Anadolu'nun



pek çok ilinde organize edilmiştir (Halk İçin Kurtuluş, 1997: 6). Bu eylemler, hükümetin yoğun eleştirilerine maruz kalmış, sokaktaki hareketlilik rahatsızlık uyandırmıştır.

Sokak eylemlerinin artması toplumda hükümet karşıtlığının görünürlük kazandığını göstermektedir. Bu eylemlerde özellikle laiklik vurgusunun öne çıkarılması eylemlerin süreç içerisinde sistemin bütününe yönelen iktidar karşıtı bir karaktere bürünmesine neden olmuştur. Protestonun bu karakteri ise, tekil bir haksızlığa yönelen sistem içi sivil itaatsiz eylem yapısı ile uyuşmamaya başlamıştır. Sokak eylemleri, bir diğer yönüyle çoğunluk olarak görülen büyük kalabalıkların anonimliğini de zedelemiştir. Sokakta görünür olan insanlar marjinal, radikal, aşırı gibi sıfatlarla anılmaya başlamışlardır. Örneğin, ışık söndürme eylemlerine destek olmak için İstanbul Üniversite'nde gösteri düzenleyen öğrencilerle karşıt görüşlü öğrenciler arasında tartışma çıkması ve olayların dört fakültede günlerce sürmesi sonucu protestocu öğrenciler marjinal gruplar olarak lanse edilmeye başlanmıştır (Cumhuriyet, 26.02.1997: 7; Milliyet, 11.03.1997: 25). Buna ek olarak, sokaktaki örgütlü protestonun hedeflerinin genişlemesi ve genişleyen taleplerin karşılanmaması kitledeki huzursuzluğu arttırarak protestonun sönümlenmesine giden yolu açmıştır (Orhon, 2007: 147). 17 Şubat, bu bağlamda hareketin gidişatını belirleyen önemli bir tarih olmuştur.

Antalya'da düzenlenen gösterilerde çıkan olaylarda yaralanan Celal Cankoru isimli emekli bankacının hayatını kaybetmesi birçok gazetede eylemlere kan bulaştığı şeklinde yorumlanmış, bu yayın organlarında kolluk güçlerinin eylemlere tahammülsüzlüğü eleştirilmiştir (Cumhuriyet, 17/02/1997: 6; 18.02.1997: 3; 19.02.1997: 7; Milliyet, 17.02.1997). Celal Cankoru'nun eşi, eylem günü yaşananları şu şekilde ifade etmektedir:

Eşimle her akşam yürüyüşe çıkardık. O gün de yürüyüşe çıktık. Karanlık eylemi bitmiş, insanlar dağılıyormuş. Bu arada bir sivil polis bize küfrederek, arkadan itelemeye ve vurmaya başladı. Ben 'niye vuruyorsunuz, benim kocam hasta' dedim. Dinlemediler. 'Gittiğin yerde derdini anlatırsın' diyerek vurmaya ve itelemeye devam ettiler. Polis minibüsünün içine bindirdiler. O arada bizlerin gözaltına alınmasına karşı çıkan ismini sonradan öğrendiğim Av. Mustafa Şahin'i de dövdüler. Eşim minibüsün içinde fenalaştı, bağırdım. Polisler bizi alarak apar-topar polis arabasına bindirdiler. O arada eşim ölmüş. Son söylediği söz 'itelemeyin, ben kendim çıkarım' oldu (Halk İçin Kurtuluş, 1997: 40).

Bu dönemde, dönemin DYP'li İçişleri Bakanı Meral Akşener'in tüm illerin valiliklerine genelge göndererek sokak gösterilerindeki provokasyonlara dikkat çekme çağrısı da, kamuoyu gücünün iktidar eliyle zayıflatıldığını göstermektedir. İktidarın sokağa yönelik olumsuz refleksi, eylemlerin marjinalleştirilmesine ve radikalleşmesine neden olmuştur. Nitekim meclisin 20 Şubat 1997 tarihli oturumunda söz alan Akşener, "... söz konusu eylemler bir müddettir dışarıda, sokakta devam ettirildiğinden bütün vatandaşlarımızın güvenliğini ve huzurunu sağlama sorumluluğumuz vardır ve bu görevimizdir. Birtakım provokasyon ihtimalleri karşısında alınan tedbirleri kısıtlama, baskı uygulama, engelleme gibi tanımlamak ve isimlendirmek yanlışır" ifadeleri ile sokak eylemlerine müdahale edilmesini bir mecburiyet olarak tanımlamış, slogan atmayı provokasyon olarak nitelemiştir (TBMM Tutanak Dergisi, 1997: 63).

Eylemlerin farklı repertuarlarla çeşitlenmesi, sokak eylemlerinin artması ve taleplerin genişlemesine paralel olarak yaşanan 28 Şubat süreci<sup>9</sup> ise, "Yurttaş Girişimi" üyeleri arasında yoğun tartışmalara neden olmuştur. Ordunun eylemlerin başlangıcından beri protestoya destek verdiği görülmektedir. Medya çevresi gibi askeri çevreler de eylemleri düzenli olarak desteklemiştir (Milliyet, 20.02.1997). 28 Şubat süreci, eylemlere ordunun verdiği destek göz önüne alındığında ışık söndürme eylemleri açısından bir dönüm noktası olmuştur. Eylemlerin başladığı ilk günden itibaren anonim yurttaş kimliğinin korunmasına ve eylemlerin hiçbir siyasi ideolojiyle anılmamasına odaklanan "Yurttaş Girişimi", süreç içerisinde eylemlerin RP karşıtlığına; yani hükümete yönelmesine engel olamamıştır. Eylem, bu bağlamda sivil itaatsiz niteliğini yitirmiş ve sistemin bütününe hedef almaya başlamıştır. Protestoların sokağa taşması bu süreci hızlandırmış, eylemlerin sonlanmasına giden yolu açmıştır. 20 Şubat'ta önce İçişleri Bakanlığı genelgesi ile hükümet sokak eylemlerinin önünü almak istemiştir. Genelgeyi takip ederek

9 28 Şubat 1997 günü toplanan Milli Güvenlik Kurulu (MGK), siyasi İslam'ın tehlikelerine dikkat çekilen toplantıda 20 maddelik bir önlem planı açıklamıştır. 406 sayılı bu kararlarda, rejim karşıtı olarak görülen irticai karakter taşıyan faaliyetlere nasıl müdahale edileceği belirtilmiştir. 21 Mayıs'ta Yargıtay Cumhuriyet Başsavcısı, Refah Partisi için kapama istemiyle dava açmıştır. 28 Şubat, kimileri tarafından post modern darbe olarak adlandırılırken; bazı siyasi tarihçilere göre ise anayasal çerçevede gerçekleşmiş bir olay niteliğindedir (Cumhuriyet, 02/03/1997: 6). Konu hakkında daha detaylı bilgi için ayrıca bkz: Ahmad F (2006). *Bir Kimlik Peşinde Türkiye*. Çev. S. C. Karadeli, İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları; Akın R (2000). *Türk Siyasal Tarihi 1908-2000*. İstanbul: XII Levha Yayınları ve Kongar E (2000). *21. Yüzyılda Türkiye*. İstanbul: Remzi Kitabevi Yayınları.

Ankara Valiliği başta olmak üzere pek çok valilik eylemlere katılmayı yasaklamıştır (Cumhuriyet, 20. 02. 1997: 19; Milliyet, 20.02.1997: 3). Benzer bir tarihte Foça’da düzenlenen eylemlerde polis genelgeye dayanarak eylemcileri videoya kaydetmiş, görüntü almıştır. Bu bağlamda, eylemlerin çeşitlenmesi hükümetin baskıları arttırmasına neden olmuştur (Cumhuriyet, 21. 02. 1997: 5).

“Yurttaş Girişimi”, protestonun başlangıcında eylemleri 28 Şubat’ta bitirmeyi kararlaştırmıştır. Ancak eylemler süreç içerisinde yurttaşlar tarafından sahiplenilmiş, gazeteler faks yağmuruna tutulmuş ve yoğun talep üzerine eylemlerin sonlandırılıp sonlandırılmaması kararı yurttaşlara bırakılmıştır (Milliyet, 28.02.1997: 15; Cumhuriyet, 28.02.1997: 3). Sonuç olarak, yurttaş referandumu ile eylemlerin 9 Mart’a kadar sürdürülmesi kararlaştırılmıştır (Cumhuriyet, 01.03.1997: 2). Bu süre içinde 28 Şubat’ın yaşanması ise protestonun gündemini değiştirmiştir. Tekay (2003: 43) bu durumu, “*gündem çetelerden arınmış hukuk devleti talebinden çıkartılıp, laiklik konusuna getirildi*” sözleriyle açıklar. Her ne kadar, “Yurttaş Girişimi” üyeleri basın açıklamaları ile ışıklarını “çaldırmayacaklarını” ifade etseler de, bu çıkışlar etkili olamamıştır (Milliyet, 25.09.1997: 15). Işık söndürme eylemleri sürerken eylemlerde en sık kullanılan sloganın “*Çeteler halka hesap verecek*” sloganından çıkıp, “*Türkiye laiktir, laik kalacak*” sloganına dönüşmesi, protestonun gündemindeki dönüşümü açıkça göstermektedir (Tekay, 2003: 42). Tekay (<https://vimeo.com/8105654>), girişimin içerisinde çağrıcı grup olarak davranmaları gerektiğini ve dönüp yurttaşlara ne yapmaları gerektiğini söyleyemeyeceklerini düşünen kesimin ağırlık kazandığını belirterek, “*Refah-Yol zaten bizim de desteklemediğimiz bir hükümetti, bu noktada biraz popülist de davranmış olabiliriz*” öz eleştirisinde bulunmaktadır. Aşağıdaki ifadeler, bu özeleştireli örneklemektedir.

Eylemlerin ortasında Genelkurmay’a dönerek eylemimizin çalınmamasını istedik. Bu konuda ilanlar verdik, ‘amacımız yalnızca devletle mafyanın birleştiği derin devlete karşı eylemliliktir’ dedik. Eylemin 28 Şubat tipi bir darbeye vücut vermesini istemedik... 28 Şubat oldu, daha sonra, kuvvet komutanları ‘meşruiyetimizi oradan aldık’ dedi mesela. Önemli bir kesim ışıklarını Susurluk’la ilgili yakıp söndürürken önemli bir kesim de Refah-Yol’a tepkisini koyuyordu (Cinmen, Bianet, 2014).

O gün, “Yurttaş Girişimi” olarak ışıklarımızı yalnız çetelere karşı söndürdüğümüzü ısrarla vurgulayarak eylemin saptırılmasına karşı çıksaydık, muhtemelen 28 Şubat süreci yine önlenemezdi. Ama hiç değilse bir General gözümüzün içine baka baka darbeyi toplumun isteği ve desteği ile yaptıklarını söyleyemezdi. Söylese de kendimizi bu desteğin bir parçası gibi hissetmezdik (Tekay, 2003: 44).

Görüldüğü gibi ordunun eylemleri desteklemesi hükümeti zor duruma düşürmüştür. Bu minvalde, başlangıçta eylemlerin doğrudan eleştirdiği taraf hükümetin DYP kanadı iken süreç içerisinde esas karşıtlık RP’ye yönelmiştir. Bunun en önemli örneklerinden biri, 15-16 Şubat’ta düzenlenen “Şeriata Hayır Mitingleri”dir. Işık söndürme eylemlerine destek veren grupların, kadınların, avukatların katıldığı bu mitinglerde RP karşıtı tavır ve siyasal İslam eleştirisi çok belirgindir (Kepenek Şahin, 2019: 64). Büşra Kepenek Şahin (2019: 65), bu eylemlerde kullanılan fotoğraf ve karikatürlerden örnekler vererek eylemlerin İslamofobik bir karakter taşıdığını iddia etmektedir. Bu açıdan, “din taciri” ve “tetikçi” gibi kavramların yoğun kullanıldığı Cumhuriyet ve Milliyet gazetesinden örnekler veren Şahin, kampanyanın başından beri muhafazakâr ve İslami tabanı dışlayan bir karakter taşıdığını; muhafazakârlıkla mafya olmanın bu ifadelerle bir tutulduğunu belirtir. Bu karşıtlığın gelişiminde Refah kanadının eylemlerin başlangıcından beri eylemcilere ve kampanyaya dönük eleştirileri etkili olsa da, bir diğer yandan eylemler sürecinde laik kesimin eylemlere desteği de hükümet karşıtlığını arttırmış, 28 Şubat süreci eylemin tamamen amacından sapsmasına neden olmuştur. Bu bağlamda, muhafazakâr tabanın da “temiz devlet” teması altında eylemlere desteği sağlanabilseydi kampanyanın daha büyük bir kitlelilik kazanması mümkün olabilirdi.

İtaatsizlik eylemleri, kendiliğinden gelişen eylemler olabileceği gibi bir örgütlenme tarafından üstlenilen ve sürdürülen eylemler de olabilmektedir. Işık söndürme eylemlerinde, “Yurttaş Girişimi” bir sivil örgütlenme olarak eylemlerin başlatılması sürecini üstlenmiş, eylemler boyunca görünmeyen sembolik liderler kampanyanın sürdürülmesinde etkin olmuştur. Her ne kadar anonim kalabalıkların sahiplendiği geniş katılımlı bir eylem formunu alsın da, son tahlilde eylemlerin sivil itaatsiz karakterinin yitirilmesinde girişimin sivil önderliğinin dağılması ve liderler arasındaki fikir ayrılıkları belirleyici olmuştur. Nitekim sivil itaatsizlik eylemlerinde sivilite ve yurttaşlık arasındaki kuvvetli bağa işaret eden Hayrettin Ökçesiz’e göre (2011: 225), “*Bir yurttaşın itaatsizliğinin koşulları, bir sivil toplum kuruluşunun sivilliğinin de koşullarıdır.*” Ancak yine aynı görüşe göre, kimi durumlarda



bir grubun ne zaman kendi çıkarına ne zaman mensubu olduğu sivil grubun çıkarına hareket ettiğini tayin etmek zorlaşmaktadır. Her ne kadar girişimin üyelerinden Cinmen, *“Toplumun her kesimine hitap edebilmek için eylemi hiçbir siyasi partiyle ilişkilendirmeme kararı verildi. Herkesin siyasi görüşü vardı ama belli etmemeye çalıştık”* ifadesi ile eylemleri tabana yaymayı amaçladıklarını belirtse de, zaman içerisinde siyasi ayrışmalar belirginleşmiştir (Bianet, 9.12.2014). Bu açıdan bakıldığında, çok farklı sivil örgütlenmelere ve mesleki organizasyona mensup girişim üyelerinin zamanla farklı görüşlere savrulması, sokak eylemlerinin de yükselmesiyle sürecin sistem karşıtı bir nitelik kazanması protestonun sonlanmasına giden yolu açmıştır.

9 Mart 1997’de Ortaköy Meydanı’nda büyük bir mum yakılarak, eylemler başladığı gibi bir şenlik atmosferinde sonlandırılmıştır (Cumhuriyet, 10.03.1997: 17). Nisan ayına gelindiğinde, hala Ağar ve Bucak’ın dokunulmazlıklarının kaldırılmasına ilişkin fezlekeler meclise gelmediğinden, ikinci bir aktivizm dalgası başlatılmıştır (Milliyet, 26.03.1997: 32). İlki kadar güçlü olmayan bu süreçte (6-23 Nisan 1997), *“İsyan ediyorum, ısrar ediyorum”* sloganıyla ışık söndürme eylemleri tekrar başlatılmıştır (Cumhuriyet, 06.04.1997: 3; Milliyet, 06.04.1997: 12). Bu süreçte, basının gösterdiği ilgi azalmış yurttaşlarda da eylemlerden sonuç alınmadığı yönünde bir kanaat oluşmuştur. Bu nedenle, bu dönemde etkin bir protesto yürütülemediği ve 23 Nisan’da kitlesel bir eylemle süreç sonlandırılmıştır (Milliyet, 23.04.1997: 18). Sokak eylemlerinin artması da hükümetin eylemlere müdahale etmesine neden olmuştur. Örneğin Kırıkkale Cumhuriyet Başsavcılığı, 23 Nisan’daki kitlesel protestolara katılan 45 kişiye izinsiz gösteri yapmaktan dava açmıştır (Cumhuriyet, 25.04.1997: 5).

28 Şubat’tan sonraki süreçte, Refah-Yol iktidarı bir süre daha iktidarını sürdürmüş, ordunun baskısı ile DYP milletvekillerinin istifası sonrası hükümet mecliste çoğunluğu kaybetmiştir. 18 Haziran 1997’de Refah-Yol koalisyonunun dağılması ve ANAP, DSP VE DTP (Demokrat Türkiye Partisi)’nin birleşmesi ile kurulan Anadol-D hükümetinin göreve gelmesi, *“Susurluk Olayı”na ilişkin yargılama sürecine yönelik beklenti yaratmıştır* (Türk, 2016: 331). Yeni Başbakan Mesut Yılmaz’ın *“çözülmesi için bu işe kellemi koydum, bu olayı çözmezsem Başbakanlık bana haram olsun”* ifadeleri umutları arttırmıştır (Aydın ve Taşkın, 2015: 430). Bu süreçte, Yılmaz’ın görevlendirdiği Başbakanlık Teftiş Kurulu Başkanı Kutlu Savaş tarafından *“Susurluk Raporu”<sup>10</sup> hazırlanmıştır. Cenk Saraçoğlu’na göre (2019: 830) hazırlanan bu rapor, “birçok faili meçhul cinayetin arkasında çatlı ve onu devlet içinde destekleyen ekibin olduğunu ortaya koydu.”*

*“Yurttaş Girişimi”*, yeni hükümetten beklentileri diri tutmak için eylemlere devam etmiştir. 30 Eylül’de kamuoyu baskısını örgütlemek için, *“Çetelere dokunun, dokunulmazlıkları kaldırın”* sloganıyla tekrar ışık söndürme eylemleri başlamış (üçüncü dönem); ancak etkisi zayıf kalmıştır (Cumhuriyet, 30.09.1997: 17; Milliyet, 20.09.1997: 18; 30.09.1997: 15). *“Yurttaş Girişimi”*, kamuoyuna dokunulmazlıklar kalkmadan eylemlerin sonlanmayacağını duyurmuştur (25.09.1997: 15). Bu dönemde yapılan etkin protesto, gazetelerde önemli siyasilere (Deniz Baykal, Mesut Yılmaz, Bülent Ecevit, Necmettin Erbakan) ve yurttaşlara hitaben *“Bugün Susurluk İçin Ne Yaptın?”* başlıklı haberlerin yer alması olmuştur (Milliyet, 08.10.1997: 15, 09.10.1997: 13, 11.10.1997: 10; 14.10.1997: 24; 21.10.1997: 14). Bazı önemli toplumsal olaylara karşı da duyarlılık gösteren eylemciler, zaman zaman sokak eylemlerine devam etmişlerdir. Örneğin, 19 Ekim’de gazeteci Abdi İpekçi’nin öldürüldüğü sokakta toplanarak öldürülen gazetecileri anmışlar ve *“Susurluk”* için de adalet talebinde bulunmuşlardır (Milliyet, 17.10.1997: 3; Cumhuriyet, 19.10.1997: 1). Yine 23 Ekim’de gözaltına alınan yazar Eşber Yağmurdereli için bir protesto eylemi düzenlemiş, bu eylemde *“Susurluk”la ilgili adil yargılama talepleri de dile getirilmiştir* (Cumhuriyet, 23.10.1997: 8, 10). Tüm bu gelişmeler, protestonun farklı insan hakkı ihlalleri ile birleştiğini, gündemin genişlediğini ve sivil itaatsizliğin benimsendiği ilk protesto döneminden farklılaştığını göstermektedir.

*“Susurluk Kazası”nın yıldönümü<sup>11</sup> olan 3 Kasım 1997 tarihinde; “Yurttaş Girişimi” bir basın toplantısı organize ederek girişim üyeleri tarafından hazırlanan “Yurttaşın Susurluk Raporu”nu kamuoyuna sunmuş; Savaş’ın hazırladığı “Susurluk Raporu”ndaki eksikliklere dikkat çekmiştir. Aynı gün, kitle örgütlerinin de katılımıyla büyük bir miting düzenlenmiştir* (Cumhuriyet, 01.11.1997: 5; 03.11.1997: 10; 04.11. 1997: 3,15). 9

<sup>10</sup> Kamuoyunda Kutlu Savaş raporu olarak bilinen Susurluk Raporu, Susurluk olayını derinlemesine incelemiş; çete faaliyetleriyle ilgili olduğu düşünülen kişiler ayrı başlıklarda detaylı olarak ele alınmıştır. 18 bölümden oluşan bu raporun son kısmında ise, 17 önemli teklif getirilmektedir. Raporun tam metni için ayrıca bkz: [https://tr.wikisource.org/wiki/Susurluk\\_Raporu\\_\(Kutlu\\_Sava%C5%9F\)](https://tr.wikisource.org/wiki/Susurluk_Raporu_(Kutlu_Sava%C5%9F)) Bununla birlikte, raporun etkisini değerlendiren farklı yaklaşımlar bulunmaktadır. Ayrıca bkz: Kurultay T (1998). Susurluk Raporu, Edebiyat ve Metin Türleri Üstüne. *Birikim*, 116, 45-48; Özkonur K (1998). Susurluk Raporu: Artık Hafiyelik Değil Siyaset. *Birikim*, 107, 8-10.

<sup>11</sup> Bu toplantıya ilişkin görüntüler ve Susurluk’un birinci yılında düzenlenen protesto eylemlerinin görüntüleri için bkz: <https://www.youtube.com/watch?v=UwYt3NCAxFM>

Kasım'da ise, dokunulmazlıklar konusunda meclisi son kez uyarmak için beyaz kurdelelerle birlikte bir yürüyüş gerçekleştirilmiştir (Milliyet, 09.11.1997: 26). 11 Aralık 1998'de Ağar ve Bucak'ın dokunulmazlıkları kalkmış ve ışık söndürme eylemleri tamamen sona ermiştir (Cumhuriyet, 12.12.1997: 11). Girişim koordinatörü Selek, Nisan ve Ekimdeki eylemlerin ilk eylemler kadar başarılı olamamasının nedenlerini, 28 Şubat'ın olması ve laik kesimin tansiyonunun düşmesine paralel olarak siyasi konjonktürün değişmesine bağlamaktadır. Refah-Yol hükümetinin düşmesi ile ikinci ve üçüncü dalga eylemlere katılanlar sadece derin devlete yönelik eleştirilere ve hukuksal arınma talebine sıkı sıkıya bağlı kalan çekirdek kadrolar olmuştur (Selek, <https://vimeo.com/8105654><sup>12</sup>).

Protestonun temel amacı, dokunulmazlıkların kalkması ve sorumluların yargılanmasıydı. "Susurluk Davası"nın açılabilmesi, kamuoyu baskısının süreçteki etkisini göstermektedir. "Susurluk Davası", Cumhuriyet tarihinde derin devletle ilişkilendirilen ve yargısal süreci tamamlanan ilk ve tek dava olmuştur (Erdal, 2010: 22). Cinmen, bu davanın önemini şu sözleriyle ifade etmektedir: "Türkiye Cumhuriyeti tarihinde ilk defa Özel Tim'e açılan dava oldu bu" (Bianet, 9.12.2014). Yargılama, İstanbul'da bulunan 6 No'lu Devlet Güvenlik Mahkemesi'nde 2 Haziran 1997'de başlamış ve 2001 senesinin Şubat ayında karar açıklanmıştır. 14 sanık<sup>13</sup> mahkemede, çete suçu kapsamında değerlendirilebilecek suçlardan ötürü yargılanmış; sanıklar, 4 ile 6 yıl arasında değişen cezalar almışlardır<sup>14</sup> (Erdal, 2010: 22; Cumhuriyet, 04.11.2011: 1). Bu bağlamda, protesto dar kapsamlı hedeflerine ulaşmıştır.

## **Sonuç**

Bu çalışmada, "Sürekli Aydınlık İçin Bir Dakika Karanlık Eylemleri" sivil itaatsiz bir yurttaş hareketi olarak değerlendirilmiştir. Gündelik yaşam zemininden kaynaklanan, sıradan insanların eylemi olarak görülen ve yeni toplumsal hareketler paradigması içinde sivil itaatsiz bir protesto olarak değerlendirilen bu hareket anonimlik, kitlesellik ve şiddetsizlik özellikleri ile güçlenmiş; bu özelliklerin yitirilmesi ise hareketin dağılmasına neden olmuştur.

Protestonun temel nitelikleri incelendiğinde, hareketin şiddetsiz eylem biçimlerinin 70'li yıllardan itibaren öne çıkan yeni toplumsal hareketler yaklaşımının temel varsayımları ile örtüştüğü görülmektedir. Protestonun örgütlenme amacı ve ulaşmak istediği hedefler, yurttaşlık hukukunu içeren hakları öne çıkarmaktadır. Devletin hukuk devleti niteliğinin onarılmasına; dolayısıyla demokratik devlet ve topluma dayalı hak taleplerine dayanan bu protesto, konu ve amaç bakımından yeni hareketlerin özelliklerini karşılamaktadır. Bununla birlikte, protesto aktörlerine bakıldığında, hareketin belli bir sınıfsal karakterle özdeşleşmeyen "yurttaş kimliği" altında birleşen heterojen gruplardan oluştuğu görülmektedir. Yeni toplumsal hareketlerin yeni aktörler olarak orta sınıfları öne çıkardığı düşünüldüğünde, protesto aktörlüğü açısından da bir örtüşme sağlanmaktadır. Son olarak, bu yeni paradigma eski hareketlerin aksine esnek örgütlenme biçimlerine vurgu yapmaktadır. Ele alınan eylemler, "Aydınlık İçin Yurttaş Girişimi" inisiyatifi öncülüğünde başlamış, bu inisiyatif esnek ağlara dayanmakla birlikte kamuoyunun önüne güçlü liderler çıkarmamaya özen göstermiştir. Belirleyici liderlerin bulunmayışı ve esnek örgüt yapılarına dayanması da kuramsal çerçeve içerisinde yeni paradigma ile uyumlu bir çerçeve çizmektedir.

Yeni toplumsal hareketlerin yeni öznelerinden olan yurttaşlar tarafından örgütlenen hareketler, kamuoyunda yurttaş nezdinde yaşanan bir mağduriyeti deşifre ettikten sonra ikna alanını genişleterek harekete katılımı arttırmayı amaçlarlar. Bu hareketler, genellikle kamuoyunda infial yaratan ahlaki şoklarla harekete geçerler. Kitlesellik, meşruiyetin sağlanması yoluyla ikna alanının genişlemesi ile mümkün olmaktadır. Ele alınan örnekte, protestoların meşruiyet kazanmasında yeni toplumsal hareketlerin şiddet içermeyen eylem biçimi olarak sivil

12 Girişim sembolik liderleri Yüksel Selek, Mebuse Tekay, Ergin Cinmen ve Ersin Salman'ın röportajları için bkz: <https://vimeo.com/8105654>

13 14 sanık: "Özel Harekât Dairesi eski Başkan Vekili İbrahim Şahin, emekli Yarbay ve eski MİT'çi Korkut Eken, Özel Harekât'ta görevli yedi polis (Ayhan Akça, Mustafa Altınok, Ziya Bandırmalıoğlu, Ayhan Çarkın, Ercan Ersoy, Enver Ulu, Oğuz Yorulmaz), uyuşturucu kaçakçısı Yaşar Öz, Bucak'ın özel şoförü Abdülgani Kızılkaya, öldürülen kumarhaneler Kralı Ömer Lütfü Topal'ın firari ortakları Sami Hoştan, Ali Fevzi Bir ve Bahçelievler katliamı hükümlüsü, firari Haluk Kırıcı." Ayrıntılı bilgi için bkz: Bianet, 9.12.2014, <http://bianet.org/bianet/siyaset/160558-bir-dakika-karanlik-in-yargilattigi-susurluk-cetesi>

14 Ağar ve Bucak, tekrar vekil seçilip dokunulmazlık aldıklarından, 1999 senesinde yargılanmaları durdurulmuştur. Bucak, 2002 seçimlerinde vekil seçilemediğinden tekrar yargılanmaya başlanmıştır. Ancak, çete suçundan yargılandığı davada "inandırıcı delil bulunamadığı için" beraat etmiş; diğer suçlarına ilişkin yargılama Rahşan Affı olarak bilinen düzenleme nedeniyle yapılamamıştır. 2007 senesinde, Yargıtay, çete suçuna ilişkin 1 sene 15 günlük cezasını onamış; ancak ceza ertelenmiştir. Sonuçta, Bucak tek bir gün bile hapis yatmamıştır. Ağar'ın dosyası ise 2007 yılında vekil seçilemeyince tekrar açılabilmiştir. Silahlı örgüt yöneticisi olmakla suçlanan Ağar, toplamda 5 yıl hapis cezası almasına rağmen, sadece bir sene hapis yatmış; kalan cezası denetimli serbestlik kapsamına alınmıştır (Bianet, 9.12.2014; Milliyet, 14.10.1997: 1).

itaatsizliğin seçilmesi önemli bir etki yaratmıştır. Hareketin güçlü müttefikler ile yaptığı ittifaklar ile protesto katılım genişlemiştir. Tekil bir haksızlığa karşı güçlü bir tepki içeren itaatsizlik eylemlerinin yurttaşların evlerinden örgütlenmesi hareketin belli protestocu gruplarla ilişkilendirilmesini zorlaştırmış, anonimliği sağlamıştır. Zahmetsiz, minimal ve yaratıcı bir eylem türü olarak ışık söndürmenin seçilmesi ise taktiksel bir tercih olarak protesto hazzını arttırmış, riski minimize etmiştir. Tüm bu özellikleri ile “Sürekli Aydınlık İçin Bir Dakika Karanlık” kampanyası, 90’ların şiddet atmosferi içerisinde iktidarın karşısında güçlü bir sivil yurttaşlık alanı inşa edilmesini sağlamıştır. Bu itibarla, aydınlık eylemleri 90’lı yılların toplumsal muhalefet olayları içerisinde önemli bir konum elde etmiştir.

Türk siyasal yaşamı açısından bakıldığında, Susurluk olayına tepki olarak ortaya konan bu hareketin etkilerinin sadece 90’lı yıllarla sınırlı kalmadığı görülmektedir. 2001 yılında, dönemin İçişleri Bakanı Sadettin Tantan kasırga, balina ve paraşüt operasyonları ile yolsuzluklara karşı bir mücadele başlatmıştır. Bu mücadelenin başlatılması, yolsuzluğa karşı kuvvetli bir eleştiri içeren eylemlerin etkisini göstermektedir. 2002 seçimlerinde ise, Susurluk Kazası olduğu zaman iktidarın ortağı olan DYP siyaset sahnesinden tamamen silinmiştir. Akay, “2002 seçimlerinde halk meclisteki çoğunluğun altından koltuklarını çekiverdi; pek çok kişi bunun ardında yolsuzluklara verilen tepkinin olduğunu düşünüyor” ifadeleriyle protestonun uzun erimli etkilerini öne çıkarmaktadır. Benzer şekilde, hareketin katılımcılarından Cinmen ise, hareketin en önemli kazanımının toplumsal duyarlılığın oluşması olduğunu belirtmekte; eylemlerle yurttaşın bir sorun karşısında tepki koyma refleksini geliştirdiğini ileri sürmektedir. Bu açıdan, eylemler hem eyleme katılan yurttaşların bireysel yaşamlarında dönüşümlere neden olmuş hem de ülkenin siyasi yaşamında önemli bir itiraz olarak etki doğurmuştur.

Cumhuriyet tarihinde ilk defa derin devletin yargılanması ve sanıkların aldığı cezalar hareketin dar kapsamlı hukuki kazanımları içerisinde değerlendirilmelidir. Bununla birlikte, protestonun uzun vadedeki en önemli sonucu binlerce insanın harekete katılım sağlayarak sessiz ve edilgen bir konumdan çıkması, aktif yurttaşlara dönüşmesidir. Bu hareket, bu açıdan yurttaşlık kültürünün gelişimine, toplumsal duyarlılığın artmasına ve demokratik sistemin iyileştirilmesine önemli bir katkı sağlamaktadır. Bu açıdan aydınlık eylemleri, Türkiye’nin protesto kültürü ve toplumsal muhalefet çalışmaları açısından önemli bir değerlendirme birimi olarak öne çıkmaktadır. Çalışmada, bir protestonun güçlenmesinde aydınlar ve medya çevresi gibi güçlü müttefiklerin varlığının, taktik seçimlerin ve şiddetsiz repertuarlara yönelmenin temel bir etkisinin olduğu saptanmaktadır. Ancak, eylemlerin sistemin bütününe; yani hükümet karşıtlığına yönelmesi harekete güç kazandıran niteliklerinin kaybedilmesine neden olmuştur. Sonuç olarak, eylemlerin sivil itaatsiz karakterini yitirmesi ile müttefikler desteğini azaltmış, anonimlik ve kitlelilik kaybolmuştur. Protestonun etkisi arttıran bu özelliklerin dönüşümü, eylemlerin sonlanmasına giden yolu açmıştır.

#### **Kaynakça**

- Ahmad, F. (2006). *Bir Kimlik Peşinde Türkiye*, (Çev: S. C. Karadeli), İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, İstanbul.
- Akay, E. (2003). “Giriş: İki Hadise”, *Yozlaşmaya Son Verme Çağrısı: Sürekli Aydınlık İçin 1 Dakika Karanlık*, (Ed: L Mahony), İşkence Mağdurları Merkezi, İstanbul, 7-20.
- Akgül, E. (2018). *Sivil İtaatsizlik Bağlamında Sürekli Aydınlık İçin Bir Dakika Karanlık Eylemi*. (Yüksek Lisans Tezi). Kafkas Üniversitesi.
- Akın, R. (2000). *Türk Siyasal Tarihi 1908-2000*, XII Levha Yayınları, İstanbul.
- Anbarlı, Ş. (2006). *Baskıya Karşı Direnme Hakkı ve Sivil İtaatsizlik: Türkiye Örneği*. (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Dokuz Eylül Üniversitesi.
- Anbarlı, Ş. (2007). “Baskıya Karşı Direnme Biçimi Olarak Sivil İtaatsizlik ve Meşruluğu Sorunu”, *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 5/2, 71-99.
- Atabek, N. (1999). “Susurluk Skandalı Sonrası Temiz Toplum Talebiyle Ortaya Konan Sivil İtaatsizlik Eylemlerinin Türk Basınında Görünümü”, *Kurgu Dergisi*, 16, 111-135.
- ATV Ana Haber Bülteni, 3 Kasım 1997, <https://www.youtube.com/watch?v=UwYt3NCAXFM>
- Aydın, S ve Taşkın, Y. (2015). *1960’tan Günümüze Türkiye Tarihi*, İletişim Yayınları, İstanbul.
- Aygün, T. (2006). *Efendiliğin Reddi. Sivil İtaatsizlik ve Doğrudan Eylem*, Versus Kitap, İstanbul.
- Aytaç, Ö. (1997). *Medyanın Gözüyle Çeteler ve Susurluk*, Sam Yayınları, İstanbul.

- Bora, T. (1997). "Evinde Oturan İnsanların Muhalefeti", *Birikim*, 95, 11-13.
- Börklüoğlu, L. (2019). *Tanzimat'tan Günümüze Türk Siyasal Hayatı*, Dora Yayınları, Bursa.
- Certeau M, Giard L ve Mayol, P. (2009). *Gündelik Hayatın Keşfi II: Konut, Mutfak İşleri*, (Çev: Ç. Eroğlu ve E. Ataçay), Dost Kitabevi Yayınları, Ankara.
- Certeau, M. (2009). *Gündelik Hayatın Keşfi I: Eylem, Uygulama ve Üretim Sanatları*, (Çev: L. A. Özcan), Dost Kitabevi Yayınları, Ankara.
- Chenoweth, E ve Stephan, M. (2011). *Why Civil Resistance Works*, Columbia University Press, New York.
- Chomsky, N. (2005). *Entelektüellerin Sorumluluğu*, (Çev: N. Ersoy), Bgst Yayınları, İstanbul.
- Contamin, J. G. (2007). "Yersiz Bir Tarihsel Yakınlaşmanın Epistemolojik Verimliliği Üzerine: Guillotin Dilekçesi ve Bir Protesto Biçimi Konusunda Öğrettikleri", (Ed: F. Ergut ve A. Uysal), *Tarihsel Sosyoloji Stratejiler Sorunsallar ve Paradigmalar*, Dipnot Yayınları, Ankara, 283-319.
- Coşar, Y. (2014). *Kamu Vicdanına Çağrı Sivil İtaatsizlik*, Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- Coşkun, M. K. (2007). *Demokrasi Teorileri ve Toplumsal Hareketler*, Dipnot Yayınları, Ankara.
- Creswell, J. W. (2013). *Nitel Araştırma Yöntemleri, Beş Yaklaşımına Göre Nitel Araştırma ve Araştırma Deseni*, (Çev: M. Bütün ve S. B. Demir), Siyasal Kitabevi, Ankara.
- Çavdar, T. (2000). *Türkiye'nin Demokrasi Tarihi 1950-1995*, İmge Yayınevi, Ankara.
- Dalton, D. (1996). *Mahatma Gandhi, Selected Political Writings*, Hackett Publishing, Indianapolis.
- Erdal, M. (2010). *Herkesin Yargısı Kendine. Demokratikleşme Sürecinde Basının Yargı Algısı*, TESEV Yayınları, İstanbul.
- Erözden, O. (2011). "Geçmişle Hesaplaşma Aracı Olarak Ceza Yargılamaları", (Ed: Ö. Agtaş ve B. Özding), *Hakikat ve İnsan Hakları*, Dipnot Yayınları, Ankara, 209-251.
- Gökırmak, M. (2012). "Siyasal Yabancılaşma ve Yeni Toplumsal Hareketler", (Ed: A. Y. Sarıbay), *Siyaset Sosyolojisi*, Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir, 162-184.
- Göktuna Yaylacı, F. (2011). "Yeni Toplumsal Hareketler", (Ed: B. Kartal ve B. Kümbetoğlu), *Yeni Toplumsal Hareketler*, Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir, 60-80.
- Gönen, Y. (2011). "İnsan Haklarının Korunma Yöntemi Olarak Sivil İtaatsizlik", *Hukuk, Ekonomi ve Siyasal Bilimler Dergisi*, 116, 1-26.
- Habermas, J. (2014). "Sivil İtaatsizlik: Demokratik Hukuk Devletinin Denektaş. Almanya'da Otoriter Legalizm Karşıtlığı", (Ed: Y. Coşar), *Kamu Vicdanına Çağrı Sivil İtaatsizlik*, Ayrıntı Yayınları, İstanbul, 122-142.
- Hoşafçı, Ö. U. (2006). *Toplumsal Muhalefet ve Mizah Dergileri*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Ankara Üniversitesi.
- Jasper, J. (2002). *Ahlaki Protesto Sanatı. Toplumsal Hareketlerde Kültür, Biyografi ve Yaratıcılık*, (Çev: S. Öner), Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- Jasper, J. (2017). *Protesto*, (Çev: A. Önal), Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- Johnston, H., Larana, E ve Gusfield, J. R. (1999). "Kimlikler, Şikâyetler, Yeni Sosyal Hareketler", (Ed: K. Çayır), *Yeni Sosyal Hareketler*, Kaknüs Yayınları, İstanbul, 131-158.
- Kanal D Ana Haber Bülteni, 10 Şubat 1997, <https://www.youtube.com/watch?v=71U9fQRoh-M>.
- Kanal D Ana Haber Bülteni, 27 Şubat 1997, <https://youtu.be/UXqCzhA5aOo>.
- Karakoç, E. (2002). "Basının Kamuoyu Oluşturma Fonksiyonu (Örnek Olay: Susurluk)", *Selçuk İletişim Dergisi*, 2/2, 150-167.
- Karpat, K. (2017). *Kısa Türkiye Tarihi 1800-2012*, Timaş Yayınları, İstanbul.
- Kepenek Şahin, B. (2019). *Türkiye'de İslamofobik Yaklaşımlar (1980-2000)*. (Yüksek Lisans Tezi). Sakarya Üniversitesi.
- Kongar, E. (2000). *21. Yüzyılda Türkiye*, Remzi Kitabevi Yayınları, İstanbul.
- Kurultay, T. (1998). "Susurluk Raporu, Edebiyat ve Metin Türleri Üstüne", *Birikim*, 116, 45-48.

- Kuzu, A. (2013). "Araştırmaların Planlanması", (Ed: A. A. Kurt), *Bilimsel Araştırma Yöntemleri*, Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir, 19-45.
- Laçiner, Ö. (1996). "Susurluk Olayı: Çözülme ve Çürüme", *Birikim*, 91, 3-7.
- May, T. (2016). *Şiddetsiz Direniş*, (Çev: C. Kayaş), Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- Oran, B. (2020). *Türk Dış Politikası II, Kurtuluş Savaşı'ndan Bugüne Olaylar Belgeler Yorumlar*, İletişim Yayınları, İstanbul.
- Orhon, G. (2007). *Türk Basınında Sivil Toplum: Sürekli Aydınlık İçin Bir Dakika Karanlık Eylemleri*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Ankara Üniversitesi.
- Ökçesiz, H. (1994). *Sivil İtaatsizlik*, Afa Yayınları, İstanbul.
- Ökçesiz, H. (2011). "Sivil İtaatsizlik", (Ed. B. Çotuksöken ve A. Tunçel), *Felsefe Söyleşileri V-VI*, Maltepe Üniversitesi Yayınları, İstanbul, 195.230.
- Özkonur, K. (1998). "Susurluk Raporu: Artık Hafiyelik Değil Siyaset", *Birikim*, 107, 8-10.
- Rawls, J. (2014). "Sivil İtaatsizliğin Tanımı ve Haklılığı", (Ed: Y. Coşar), *Kamu Vicdanına Çağrı Sivil İtaatsizlik*, Ayrıntı Yayınları, İstanbul, 55-79.
- Reinart, Ü. B. (2003). *Biz Toprağı Bilirik. Bergama Köylüleri Anlatıyor*, Metis Yayınları, İstanbul.
- Sabuktay, A. (2014). "Derin Devletin İzini Sürmek", *Perspectives Türkiye'den Siyasi Analiz ve Yorum*, Dosya: Derin Devlet, 4-8.
- Saner, H. (2014). "Demokrasilerde Direnme Sorumluluğu Üzerine", (Ed: Y. Coşar), *Kamu Vicdanına Çağrı Sivil İtaatsizlik*, Ayrıntı Yayınları, İstanbul, 165-179.
- Sanlı, L. (2003). *Toplumsal Hareketler Konuşuyor*, Alan Yayıncılık, İstanbul.
- Saraçoğlu, C. (2019). "Tank Paletiyle Neo Liberalizm", (Ed: G. Atılğan, C. Saraçoğlu ve A. Uslu), *Osmanlı'dan Günümüze Türkiye'de Siyasal Hayat*, Yordam Kitap, İstanbul, 753-877.
- Saray, M. (2008). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri El Kitabı*, Yeditepe Üniversitesi Yayınları, İstanbul.
- Sarısayın, A. (2009). *Erdal Öz-Unutulmaz Bir Atlı*. Can Yayınları, İstanbul.
- Scott, J. (1995). *Tahakküm ve Direniş Sanatları, Gizli Senaryolar* (Çev: A. Türker), Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- Sezer Şanlı, A. (2018). *Gündelik Hayatın Dönüşümünde Bir İmkân Olarak Toplumsal Muhalefetin Değerlendirilmesi: Cumartesi Anneleri Üzerine Bir Araştırma*. (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Hacettepe Üniversitesi.
- Sezer Şanlı, A. ve Coşğun, B. (2020). "Yeni Toplumsal Hareketlerin Yeni Aktörleri: 90'lı Yıllar Türkiye'sinde Başörtülü Öğrencilerin Mücadelesi", *Mukaddime*, 11/2, 382-409.
- Sharp, G. (1973). *The Politics of Non violent Action*, Horizons Books, Boston.
- Söyler, M. (2014). "Derin Devlet: Tahakküm Biçimleri, Teamüller ve Demokrasi", *Perspectives Türkiye'den Siyasi Analiz ve Yorum*, Dosya: Derin Devlet, 8-11.
- Şahin Fırat, B. (2018). "Türkiye'de Doksanlar: Devlet Şiddetinin Özgünlüğü ve Sürekliliği Üzerine Bir Deneme", (Ed: G. Çeğin ve İ. Şahin), *Türkiye'de Siyasal Şiddetin Boyutları*, İletişim Yayınları, İstanbul, 369-403.
- Tanör, B., Boratav, K. ve Akşin, S. (2000). *Türkiye Tarihi 5. Bugünkü Türkiye 1980-1995*, Cem Yayınları, İstanbul.
- Tekay, M. (2003). "Aydınlık İçin Yurttaş Girişimi", (Ed: L. Sanlı), *Toplumsal Hareketler Konuşuyor*, Alan Yayıncılık, İstanbul, 33-71.
- Thoreau, H. D. (2013). *Sivil İtaatsizlik* (Çev: M. Olçum), Kafekültür Yayıncılık, İstanbul.
- Tilly, C. (2005). "Introduction to Part II: Invention, Diffusion and Transformation of the Social Movement Repertoire", *European Review of History*, 12/2, 307-320.
- Topal Demiroğlu, E. (2014). "Yeni Toplumsal Hareketler: Bir Literatür Taraması", *Marmara Üniversitesi Siyasal Bilimler Dergisi*, 2/1, 133-144.
- Türk, B. (2016). "90'lı Yıllarda Merkez Sağın Büyük Kavgası", (Ed: A. Uysal), *İsyan, Şiddet, Yas. 90'lar Türkiye'sine Bakmak*, Dipnot Yayınları, Ankara, 319-347.



- Uysal, A. (2007). "Sokak Eylemlerinde ve Polis Denetiminde Tarihsel Süreklilik ve Kopuş", (Ed: F. Ergut ve A. Uysal), *Tarihsel Sosyoloji Stratejiler Sorunsallar ve Paradigmalar*, Dipnot Yayınları, Ankara, 319-349.
- Uysal, A. (2016). "90'ların Baskı Kısacasında Sokak Siyaseti: Zaman, Mekân ve Örgütler", (Ed: A. Uysal), *İsyân, Şiddet, Yas. 90'lar Türkiye'sine Bakmak*. Dipnot Yayınları, Ankara, 41-70.
- Uysal, A. (2016). "90'larla Hesaplaşmak: Bir On Yılın Siyasal ve Toplumsal Yapısını Yeniden Düşünmek", (Ed: A. Uysal), *İsyân, Şiddet, Yas. 90'lar Türkiye'sine Bakmak*. Dipnot Yayınları, Ankara, 7-19.
- Uysal, A. (2017). "Otoriter Sistemlerde Protesto ve Eylem Repertuarı", *Toplantı ve Gösteri Hakkı İzleme Raporu 2017*, 58-64.
- Uysal, A. (2020). "Salgın Döneminin Eylem Repertuarına Dair Yanılsamalar", *Birikim*, <https://birikimdergisi.com/guncel/10083/salgin-doneminin-eylem-repertuarina-dair-yanilsamalar>.
- Yılmaz, A. (2015). *Karanlık Vardiya 90'lı Yılların Politik Arşivi*. Doğan Kitap, İstanbul.
- Yücel, F. (2013). *TTGV ile 21 Yıl, 1991-2012*. TTGV Yayınları, Ankara.
- "Antalya Milletvekili Yusuf Öztöp'un, Antalya'da gerçekleştirilen sürekli aydınlık için bir dakika karanlık eylemi sırasında meydana gelen olaylara ilişkin gündem dışı konuşması ve İçişleri Bakanı Meral Akşener'in cevabı", *TBMM Tutanak Dergisi* 59. Birleşim, 20.02.1997, s. 63.
- "Çekin Ellerinizi Cebimizden". NTV Haber. Elde Edilme Tarihi: 25 Ocak 2021, <http://arsiv.ntv.com.tr/news/53542.asp#BODY>.
- "Çeteler Mecliste Öğrenciler Hapiste", *Halk İçin Kurtuluş*, Mart-1997, sayı 19, s. 13.
- "Taksim'de İki bin Avukat Yürüdü", *Halk İçin Kurtuluş*, Şubat-1997, sayı 18, s. 12.
- "Ülkenin Dört Bir Tarafında Karanlıkları Halk ve Devrimciler Aydınlatacak", *Halk İçin Kurtuluş*, Şubat-1997, sayı 18, s. 6.
- Cumhuriyet Gazetesi**
- Cumhuriyet (01/02/1997). Aydınlık İçin Karanlık, s. 6. <https://egazete.cumhuriyet.com.tr/oku/192/1997-02-01/0>.
- Cumhuriyet (02/02/1997). Sürekli Aydınlık İçin Bir Dakika Karanlık, s. 7. <https://egazete.cumhuriyet.com.tr/oku/192/1997-02-02/0>.
- Cumhuriyet (03/02/1997). Susurluk Komisyonu "80" Saat İfade Aldı, s. 6. <https://egazete.cumhuriyet.com.tr/oku/192/1997-02-03/0>.
- Cumhuriyet (14/02/1997). "Sürekli Aydınlık...", s. 1. <https://egazete.cumhuriyet.com.tr/oku/192/1997-02-14/0>.
- Cumhuriyet (13/02/1997). Kazan'a Suç Duyurusu, s. 5. <https://egazete.cumhuriyet.com.tr/oku/192/1997-02-13/0>.
- Cumhuriyet (14/02/1997). Bakan Kazan'a Memurundan Tepki, s. 7. <https://egazete.cumhuriyet.com.tr/oku/192/1997-02-14/0>.
- Cumhuriyet (15/02/1997). Kadının Çağdaş Eylemi, s. 19. <https://egazete.cumhuriyet.com.tr/oku/192/1997-02-15/0>.
- Cumhuriyet (16/02/1997). Kadın Duyarlılığı, s. 6. <https://egazete.cumhuriyet.com.tr/oku/192/1997-02-16/0>.
- Cumhuriyet (17/02/1997). Gözaltına Alınırken Yaşamını Yitirdi, s. 6. <https://egazete.cumhuriyet.com.tr/oku/192/1997-02-17/0>.
- Cumhuriyet (18/02/1997). "Cankoru" İçin Soruşturma, s. 3. <https://egazete.cumhuriyet.com.tr/oku/192/1997-02-18/0>.
- Cumhuriyet (19/02/1997). Aydınlık Bir Gelecek İstiyorum, s. 7. <https://egazete.cumhuriyet.com.tr/oku/192/1997-02-19/0>.
- Cumhuriyet (20/02/1997). Aydınlık Eylemi Yayılıyor, s. 19. <https://egazete.cumhuriyet.com.tr/oku/192/1997-02-20/0>.
- Cumhuriyet (21/02/1997). Eylem Çeşitleniyor Baskılar Artıyor, s. 5. <https://egazete.cumhuriyet.com.tr/oku/192/1997-02-21/0>.
- Cumhuriyet (23/02/1997). Avukatlar Hukuka Saygı Mitinginde Buluştu, s. 6. <https://egazete.cumhuriyet.com.tr/oku/192/1997-02-23/0>.

- Cumhuriyet (26/02/1997). Faşistlerin Satırlı Çivili Saldırısı, s. 7. <https://egazete.cumhuriyet.com.tr/oku/192/1997-02-26/0>.
- Cumhuriyet (28/02/1997). Eylemin Devamı İçin Referandum, s. 3. <https://egazete.cumhuriyet.com.tr/oku/192/1997-02-28/0>.
- Cumhuriyet (01/03/1997). "Sürekli Aydınlik" Halk Gücünü Keşfetti, s. 2. <https://egazete.cumhuriyet.com.tr/oku/192/1997-03-01/0>.
- Cumhuriyet (03/03/1997). Demokrasi Kurbanı Olduk, s. 17. <https://egazete.cumhuriyet.com.tr/oku/192/1997-03-03/0>.
- Cumhuriyet (10/03/1997). "Aydınlık" Eylemi Şenliklerle Bitirildi, s. 17. <https://egazete.cumhuriyet.com.tr/oku/192/1997-03-10/0>.
- Cumhuriyet (06/04/1997). Beyaz Kurdele İle Eyleme, s. 3. <https://egazete.cumhuriyet.com.tr/oku/192/1997-04-06/0>.
- Cumhuriyet (25/04/1997). Eylem Bitti, "Aydınlık" İsrarı Sürüyor, s. 6. <https://egazete.cumhuriyet.com.tr/oku/192/1997-04-25/0>.
- Cumhuriyet (30/09/1997). Çetelere Karşı Aydınlik Eylemi, s. 17. <https://egazete.cumhuriyet.com.tr/oku/192/1997-09-30/0>.
- Cumhuriyet (19/10/1997). Aydınlik Eylemi Genişliyor, s. 1. <https://egazete.cumhuriyet.com.tr/oku/192/1997-10-19/0>.
- Cumhuriyet (23/10/1997). Çeteler İçeri Eşber Dışarı, s. 4. <https://egazete.cumhuriyet.com.tr/oku/192/1997-10-23/0>.
- Cumhuriyet (01/11/1997). Çetelere Karşı "Susurluk" Buluşması, s. 5. <https://egazete.cumhuriyet.com.tr/oku/192/1997-11-01/0>.
- Cumhuriyet (03/11/1997). Halk Çetelerin Peşinde, s. 10. <https://egazete.cumhuriyet.com.tr/oku/192/1997-11-03/0>.
- Cumhuriyet (04/11/1997). Çetelere Öfke Dinmiyor, s. 3. <https://egazete.cumhuriyet.com.tr/oku/192/1997-11-04/0>.
- Cumhuriyet (12/12/1997). Yargılanacaklar, s. 11. <https://egazete.cumhuriyet.com.tr/oku/192/1997-12-12/0>.
- Cumhuriyet, Arcayürek C. (03/02/1997). Şaşkın Ördek Suyu, s. 6. <https://egazete.cumhuriyet.com.tr/oku/192/1997-02-03/0>.
- Cumhuriyet, Arcayürek C. (04/02/1997). Çuvaldızı Önce..., s. 17. <https://egazete.cumhuriyet.com.tr/oku/192/1997-02-04/0>.
- Cumhuriyet, Arcayürek C. (02/03/1997). Bakalım, Nereye Kadar?, s. 6. <https://egazete.cumhuriyet.com.tr/oku/192/1997-03-02/0>.
- Cumhuriyet, Balbay M. (14/02/1997). Türkiye Kazan... Şevket Kepçe..., s. 19. <https://egazete.cumhuriyet.com.tr/oku/192/1997-02-14/0>.
- Cumhuriyet, Balbay M. (15/02/1997). Şeriata Karşı Kadın, s. 19. <https://egazete.cumhuriyet.com.tr/oku/192/1997-02-15/0>.
- Cumhuriyet, Balbay M. (23/02/1997). Işıkları Söndürenler..., s. 6. <https://egazete.cumhuriyet.com.tr/oku/192/1997-02-23/0>.
- Cumhuriyet, Balbay M. (23/10/1997). Cezaevi Turizmi, s. 10. <https://egazete.cumhuriyet.com.tr/oku/192/1997-10-23/0>.
- Cumhuriyet, Balbay M. (04/11/1997). Susurluk Devlet Korosu, s. 15. <https://egazete.cumhuriyet.com.tr/oku/192/1997-11-04/0>.

#### **Milliyet Gazetesi**

- Milliyet (27/11/1996). Çiller: Çatlı Şerefli, s. 15. <https://www.milliyet.com.tr/siyaset/ciller-catli-serefli-5263277>.
- Milliyet (31/12/1996). Yılın Olayı: Susurluk Kazası, <https://www.milliyet.com.tr/siyaset/yilin-olayi-susurluk-kazasi-5260776>.



- Milliyet (27/01/1997). Karartma Geceleri, s. 4. <http://gazetearsivi.milliyet.com.tr/Arsiv/1997/01/27>.
- Milliyet (01/02/1997). Aydınlık İçin Bir Dakika Karanlık, s. 14. <http://gazetearsivi.milliyet.com.tr/Ara.aspx?araKelime=s%C3%BCrekli%20ayd%C4%B1nl%C4%B1k%20i%C3%A7in%20bir%20dakika%20karanl%C4%B1k&isAdv=false>.
- Milliyet (03/02/1997). Işıklar Bir Dakika Sönüyor, s. 1. <http://gazetearsivi.milliyet.com.tr/Arsiv/1997/02/03>.
- Milliyet (09/02/1997). Bir Dakika Koalisyon, s. 12. <http://gazetearsivi.milliyet.com.tr/Ara.aspx?araKelime=s%C3%BCrekli%20ayd%C4%B1nl%C4%B1k%20i%C3%A7in%20bir%20dakika%20karanl%C4%B1k&isAdv=false>.
- Milliyet (12/02/1997). Temiz Toplum Podyumda, s. 2. <http://gazetearsivi.milliyet.com.tr/Ara.aspx?araKelime=Temiz%20toplum%20podyumda&isAdv=false>.
- Milliyet (12/02/1997). Aydınlardan Bir Dakika Öfkesi, s. 14. <https://www.milliyet.com.tr/siyaset/aydinlardan-bir-dakika-ofkesi-5387565>.
- Milliyet (17/02/1997). Aydınlık Eyleminde Ölüm, s. 14. <http://gazetearsivi.milliyet.com.tr/Arsiv/1997/02/17>.
- Milliyet (19/02/1997). Işığını Söndürünce Bıçaklandı, s. 14. <http://gazetearsivi.milliyet.com.tr/Ara.aspx?araKelime=s%C3%BCrekli%20ayd%C4%B1nl%C4%B1k%20i%C3%A7in%20bir%20dakika%20karanl%C4%B1k&isAdv=false>.
- Milliyet (20/02/1997). Bir Aydınlık Klibi, s. 2. <http://gazetearsivi.milliyet.com.tr/Arsiv/1997/02/20>.
- Milliyet (20/02/1997). Bir Dakika Uyarısı, s. 3. <http://gazetearsivi.milliyet.com.tr/Arsiv/1997/02/20>.
- Milliyet (20/02/1997). 1 Dakika Yasağı, s. 3. <http://gazetearsivi.milliyet.com.tr/Arsiv/1997/02/20>.
- Milliyet (28/02/1997). Faks Yağmuru, s. 15. <http://gazetearsivi.milliyet.com.tr/Arsiv/1997/02/28>.
- Milliyet (11/03/1997). Üniversitelerde Hareketli Gün, s. 25. <http://gazetearsivi.milliyet.com.tr/Ara.aspx?araKelime=s%C3%BCrekli%20ayd%C4%B1nl%C4%B1k%20i%C3%A7in%20bir%20dakika%20karanl%C4%B1k&isAdv=false>.
- Milliyet (26/03/1997). Bir Dakikada İkinci Dönem, s. 32. <http://gazetearsivi.milliyet.com.tr/Ara.aspx?araKelime=s%C3%BCrekli%20ayd%C4%B1nl%C4%B1k%20i%C3%A7in%20bir%20dakika%20karanl%C4%B1k&isAdv=false>.
- Milliyet (23/09/1997). ANAP da Bir Dakika Karanlık Eyleminde, s. 14. <https://www.milliyet.com.tr/the-others/anap-da-1-dakika-karanlikta-5375707>.
- Milliyet (25/09/1997). Işığımızı Çaldırmayız, s. 15. <http://gazetearsivi.milliyet.com.tr/Ayd%C4%B1nl%C4%B1k%20%C4%B0%C3%A7in%20Yurtta%C5%9F%20Giri%C5%9Fimi/>.
- Milliyet (30/09/1997). Yurttaştan 3. Kez Bir Dakika, s. 17. <http://gazetearsivi.milliyet.com.tr/Arsiv/1997/09/30>.
- Milliyet (08/10/1997). Yurttaş Deniz Baykal, Bugün Susurluk İçin Ne Yaptın?, s. 14. <http://gazetearsivi.milliyet.com.tr/Ayd%C4%B1nl%C4%B1k%20%C4%B0%C3%A7in%20Yurtta%C5%9F%20Giri%C5%9Fimi/>.
- Milliyet (08/10/1997). Yurttaş Süleyman Demirel, Bugün Susurluk İçin Ne Yaptın?, s. 15. <http://gazetearsivi.milliyet.com.tr/Ayd%C4%B1nl%C4%B1k%20%C4%B0%C3%A7in%20Yurtta%C5%9F%20Giri%C5%9Fimi/>.
- Milliyet (09/10/1997). Yurttaş Bülent Ecevit, Bugün Susurluk İçin Ne Yaptın?, s. 13. <http://gazetearsivi.milliyet.com.tr/Arsiv/1997/10/09>.
- Milliyet (11/10/1997). Yurttaş Ayşe, Fatma, İsmail, Bugün Susurluk İçin Ne Yaptın?, s. 10. <http://gazetearsivi.milliyet.com.tr/Ayd%C4%B1nl%C4%B1k%20%C4%B0%C3%A7in%20Yurtta%C5%9F%20Giri%C5%9Fimi/>.
- Milliyet (14/10/1997). Susurluk'ta İlk Beraat, s. 1. <http://gazetearsivi.milliyet.com.tr/Arsiv/1997/10/14>.
- Milliyet (14/10/1997). Yurttaş Necmettin Erbakan, Bugün Susurluk İçin Ne Yaptın?, s. 24. <http://gazetearsivi.milliyet.com.tr/Arsiv/1997/10/14>.
- Milliyet (17/10/1997). İpekçi İçin Bir Dakika, s. 3. <http://gazetearsivi.milliyet.com.tr/Arsiv/1997/10/17>.
- Milliyet (21/10/1997). Yurttaş Mesut Yılmaz, Bugün Susurluk İçin Ne Yaptın?, s. 14. <http://gazetearsivi.milliyet.com.tr/Arsiv/1997/10/21>.

- Milliyet (21/10/1997). Yurttaş Tansu Çiller, Ne Olur Bir şey Yapma, s. 16. <http://gazetearsivi.milliyet.com.tr/Ayd%C4%B1nl%C4%B1k%20%C4%B0%C3%A7in%20Yurtta%C5%9F%20Giri%C5%9Fimi/>.
- Milliyet (09/11/1997). Meclisi Basmaya Gelmedik, s. 26. <http://gazetearsivi.milliyet.com.tr/Arsiv/1997/11/09>.
- Milliyet (09/12/1997). Komisyon Üyeleri: Ölüm Şüpheli, s. 15. <https://www.milliyet.com.tr/the-others/komisyon-uyeleri-olum-supheli-5369704>.
- Milliyet, (03/02/2002). İnsanın İçindeki İyiyi Ortaya Çıkardık, <https://www.milliyet.com.tr/pazar/insanin-icindeki-iyiyi-ortaya-cikardik-5226084>.
- Milliyet, Alpman N. (10/02/1997). Demokratik Karartma Geceleri, s. 12. <http://gazetearsivi.milliyet.com.tr/Ara.aspx?araKelime=s%C3%BCrekli%20ayd%C4%B1nl%C4%B1k%20i%C3%A7in%20bir%20dakika%20karanl%C4%B1k&isAdv=false>.
- Milliyet, Alpman N. (19/02/1997). Aydınlik İçin Yurttaş Girişimi, s. 14. <http://gazetearsivi.milliyet.com.tr/Arsiv/1997/02/19>.
- Milliyet, Alpman N. (28/02/1997). Işıkli Bir Gece Referandumu, s. 15. <https://www.milliyet.com.tr/the-others/nazim-alpman-5386573>.
- Milliyet, Çetinkaya Z. (06/04/1997). Yeniden Bir Dakika Karanlık, s. 12. <http://gazetearsivi.milliyet.com.tr/Arsiv/1997/04/06>.
- Milliyet, Çetinkaya Z. (23/04/1997). Bir Dakika'da Son Gün Eylemi, s. 18. <http://gazetearsivi.milliyet.com.tr/Arsiv/1997/04/23>.
- Milliyet, Doğan Y. (26/01/1997). Bir Dakika Karanlık, s. 15. <http://gazetearsivi.milliyet.com.tr/Arsiv/1997/01/26>.
- Milliyet, Güreli N. (31/01/1997). Cezaevinde Bir Mektup, s. 19. <http://gazetearsivi.milliyet.com.tr/Arsiv/1997/01/31>.
- Milliyet, Pulur H. (01/02/1997). Sürekli Aydınlik İçin Bir Dakika Karanlık, s. 3. <http://gazetearsivi.milliyet.com.tr/Ara.aspx?araKelime=s%C3%BCrekli%20ayd%C4%B1nl%C4%B1k%20i%C3%A7in%20bir%20dakika%20karanl%C4%B1k&isAdv=false>.
- Milliyet, Sazak D. (28/09/1997). Sağ olasin Edison, s. 18. <https://www.milliyet.com.tr/yazarlar/derya-sazak/sagolasin-edison-5375267>.
- Milliyet, Talu U. (28/01/1997). Birkaç Kötü-İyi Şey, s. 4. <http://gazetearsivi.milliyet.com.tr/Umur%20Talu/>.

#### **Bianet**

- İnce, E. (09/12/2014). Bir Dakika Karanlığın Yargılattığı Susurluk Çetesi. <http://bianet.org/bianet/siyaset/160558-bir-dakika-karanlik-in-yargilattigi-susurluk-cetesi>.
- İnce, E. (09/12/29014). Bir Dakika Karanlık: Minimum Seviyede Bir Eylem. <http://bianet.org/bianet/siyaset/160565-bir-dakika-karanlik-minimum-seviyede-bir-eylem>.
- İnce, E. (09/12/2014). Faksla Yayılan Çağrı: Sürekli Aydınlik İçin Bir Dakika Karanlık. <http://bianet.org/bianet/siyaset/160561-faksla-yayilan-cagri-surekli-aydinlik-icin-bir-dakika-karanlik>.

#### **Beyan ve Açıklamalar (Disclosure Statements)**

1. Bu çalışmanın yazarları, araştırma ve yayın etiği ilkelerine uyduklarını kabul etmektedirler (The authors of this article confirm that their work complies with the principles of research and publication ethics).
2. Yazarlar tarafından herhangi bir çıkar çatışması beyan edilmemiştir (No potential conflict of interest was reported by the authors).
3. Bu çalışma, intihal tarama programı kullanılarak intihal taramasından geçirilmiştir (This article was screened for potential plagiarism using a plagiarism screening program).





Article Info/Makale Bilgisi

✓Received/Geliş:05.04.2021 ✓Accepted/Kabul:07.08.2021

DOI:10.30794/pausbed.909096

Araştırma Makalesi/ Research Article

Dal, A. (2022). "Sansürlü Aynaya Bakış: Kısıtlı Bilgi Ortamlarında Algılanan Demokrasi Arzı", *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı 48, Denizli, ss. 47-59.

## SANSÜRLÜ AYNAYA BAKIŞ: KISITLI BİLGİ ORTAMLARINDA ALGILANAN DEMOKRASİ ARZI

Ayşenur DAL\*

### Öz

Dünya çapında giderek daha ağır düzenlemelere maruz bırakılan internet, birçok yerde geleneksel medyaya göre nispeten daha özgürdür. Bu durum, internet ortamının medya özgürlüğü ihlallerinde kitle iletişimine alternatif olarak kabul edilmesine yol açmış ve akademik ilgiyi bir taraftan sıradan vatandaşların medya sansürü deneyimine, diğer taraftan da “yeni” ve özgürleştirici olduğu iddia edilen alternatiflere erişime çekmiştir. Bu bağlamda mevcut çalışma medya tüketiminde çevrimiçi alternatiflerin varlığında algılanan medya kısıtlamalarının vatandaşların demokrasiyle ilgili değerlendirmelerini nasıl etkilediğini Arap Barometresinin üçüncü dalgası üzerinden araştırmaktadır. Bölgeden on farklı ülkeyi kapsayan bir örneklem üzerinde yapılan istatistiksel analizler demokrasiyi eleştirme özgürlüğüne dayalı olarak kavramsallaştırılan bireylerle sınırlandırılmış olup sansür algısının siyasi haber ve bilgi arayışında internet kullanımı yoluyla dolaylı olarak demokratik arzla ilgili daha olumsuz değerlendirmelere yol açtığını ortaya koymuştur. Bulgular geleneksel medyadaki sansür algısı ile internet üzerinden siyasi haber ve bilgi arayışı arasında pozitif bir ilişkiyi ortaya çıkarırken, internet kullanımı ile demokratik arz arasında negatif bir ilişki olduğunu göstermiştir.

**Anahtar Kelimeler:** *Medya özgürlüğü, İnternet kullanımı, Siyasi iletişim, Demokratik tutumlar, Kamuoyu, Nicel araştırma yöntemleri.*

## LOOKING AT THE CENSORED MIRROR: PERCEIVED SUPPLY OF DEMOCRACY IN RESTRICTED INFORMATION ENVIRONMENTS

### Abstract

Despite the increasingly heavy regulations around the world, internet has remained relatively freer than traditional media in many places. This has resulted in internet to be considered as an alternative in cases of media freedom violations, and attracted scholarly attention on citizens' democratic experience with media censorship while accessing “new” and supposedly liberating alternatives. In this context, this manuscript explores how perceived media censorship influences citizen assessments about democracy in the presence of online alternatives. By statistically analyzing the third wave of the Arab Barometer, this research provides empirical evidence particularly for citizens conceptualizing democracy primarily based on the freedom to criticize. Findings from a sample of ten countries from the region demonstrate that perceived censorship leads to more negative assessments of democratic supply via political internet use. Namely, while a positive relationship was observed between perceived censorship in the traditional media and using the internet for seeking political news and information, a negative relationship was found between political internet use and the perceived supply of democracy.

**Keywords:** *Media freedom, Internet use, Political communication, Democracy attitudes, Public opinion, Quantitative research methods.*

\* Dr. Öğr. Üyesi, Bilkent Üniversitesi, İletişim ve Tasarımı Bölümü, ANKARA.  
e-posta: aysenur.dal@bilkent.edu.tr, (<https://orcid.org/0000-0003-2868-0282>)

## 1. Giriş

Özgür bir medya fikrinin iyi işleyen bir demokrasinin yürütülmesi açısından vaat ettikleri düşünüldüğünde, medya ve demokratik yönetim arasındaki bağlantı her zaman ilgi çeken bir konu olmuştur. Bilinçli vatandaşlardan oluşan bir kitle yaratma ve temel kurumları yaptıklarından ve işleyişlerinden sorumlu tutma konusunda uzun süredir kuramlaştırılmış potansiyeline rağmen, geleneksel medya (televizyon, gazete vb.) çoğu zaman kendini hükümetlerle sürekli bir mücadele içinde bulmaktadır. Göreceli olarak daha özgür olduğu iddia edilen bağlamlarda bile kendini gösteren bu süregelen mücadele, internetin siyasi iletişimdeki büyüyen varlığından ötürü büyük beklentilere yol açmıştır. Diğer bir deyişle, çevrimiçi iletişim fırsatları, farklı bilgilere ve bakış açılara daha verimli ve hızlı erişime sahip sıradan vatandaşlara ideal olarak sunduğu geniş çaplı bireysel irade ile birlikte farklı bir boyut getirmiştir. Sıklıkla geleneksel medyanın becerileri ve etki alanıyla karşılaştırılan bu daha yeni ve teoride daha demokratik siyasi bilgiyi üretim, yayma ve ona erişim yolları, “eleştirel vatandaş” kavramının anlamını hem demokratik hem de demokratik olmayan ortamlar için sorgulatmıştır (Norris, 1999).

Dünya çapında giderek daha ağır düzenlemelere maruz bırakılan internet birçok yerde geleneksel medya kuruluşlarına göre *nispeten* daha özgür kalmıştır. Bu durum, internetin medya özgürlüğü ihlallerinde kitle iletişim araçlarına bir alternatif olarak kabul edilmesine yol açmış ve akademik ilgiyi bir taraftan sıradan vatandaşların medya sansürüyle olan demokratik deneyimine, diğer taraftan da “yeni” ve daha özgürleştirici olduğu iddia edilen alternatiflere erişime çekmiştir.

Bu makale, çevrimiçi alternatiflerin varlığında algılanan medya kısıtlamalarının vatandaşların demokrasiyle ilgili değerlendirmelerini nasıl etkilediğini araştırmaktadır. Kitle iletişim araçları kullanılırken algılanan sansürün siyasi bilgi arayışında çevrimiçi kaynakların daha sık kullanımı ile ilişkili olduğunu ve bu durumun vatandaşların demokrasi arzı hakkında daha karamsar değerlendirmelerde bulunmasına yol açtığını önermektedir. Medya ve demokrasi arasındaki ilişki, vatandaşların demokratik yönetimle ilgili algılarının önemi ve medya sansürüne karşı direncin yanı sıra, internet kullanımının bu süreçlerde potansiyel olarak oynadığı rol üzerine yapılan çalışmalardan yararlanılarak kuramsal altyapı oluşturulmuştur. Daha sonra, Arap Barometresi Anketinin üçüncü dalgası istatistiksel olarak analiz edilerek, mevcut literatür ışığında ortaya konulan hipotezler için ampirik kanıtlar sunulmuştur. Bulgular geleneksel medyadaki sansür algısı ile internet üzerinden siyasi haber ve bilgi arayışı arasında aynı yönde, internet kullanımı ile demokratik arz arasında ise ters yönde bir ilişki olduğunu göstermiştir. Son olarak, mevcut araştırmadan kaynaklanan çıkarımlar ve yöntemsel kısıtlamalara ek olarak bu araştırmanın sonraki adımları tartışılmıştır.

## 2. Önceki Çalışmalar ve Kuramsal Altyapı

Demokrasi kavramı sıradan vatandaşların demokrasiyi anlama ve tanımlama şekillerinde tezahür eden farklı kuramsal kökler üzerine kuruludur. Kimi araştırmacılar hükümetlerin yanıt verebilirliği ile özgür ve adil seçimleri de içeren kavramlara atıfta bulunarak kuramsal/usullerle ilgili tanımlara odaklanırken (ör., Dahl, 1971), diğerleri demokratik süreçlerin ifade özgürlüğü ve kadınlar için eşit haklar gibi sonuçlarını vurgulamakta (ör., Diamond, 1993) veya sosyal yardımlar, yaşam standartlarının iyileştirilmesi, vb. konulara istinaden demokrasinin ekonomik temellerine atıfta bulunmaktadır (ör., Marshall, 1992). Demokratik konsolidasyonun oluşabilmesi için demokrasinin rejimler tarafından vatandaşlara arz edilmesi ve vatandaşlar tarafından en tercih edilen yönetim biçimi olarak istenmesi gerektiğinden demokrasi fikri, demokratik bir ortamda yaşamak isteyen vatandaşlar olmadığında anlamını kaybeder (Mattes ve Bratton, 2007; Nisbet vd., 2012). Aynı şekilde, demokrasi arzı demokrasinin daha iyi bir şekilde yürütülmesi için hangi iyileştirmelerin gerektiğine dair bir çıkış noktası rolü oynadığından özellikle önem taşımaktadır.

Bu bağlamda, sıradan vatandaşların Freedom House, Polity IV derecelendirmeleri gibi eksper görüşü ya da demokratik kurumların kalitesini baz alan ülke değerlendirmelerinin önerdikleriyle hemfikir olamayabileceği düşünüldüğünde, herhangi bir ülkenin demokrasiyle verdiği sınav incelenirken vatandaş tutumları ayrıca göz önüne alınmalıdır. Diğer bir deyişle, uzmanlar herhangi bir hükümetin önceden belirlenmiş kriterlere göre demokrasi düzeyini arz etmediğini raporlarsa da, vatandaşlar aynı arzı bireysel farklılıklara dayalı olarak olumlu bir şekilde görebilir (Nisbet, Kamenchuk ve Dal, 2017). Örneğin, uyum kuramına uygun olarak, vatandaşların bir yönetimin demokratik bir şekilde işleme için ne gerektiğine dair inançları, hükümetlerin demokratik

performansından duydukları memnuniyet düzeyini etkilemektedir (Anderson ve Guillory, 1997; Miller vd., 1997). Aynı şekilde, kavramsallaştırma sırasında seçim bileşenlerine öncelik veren vatandaşlar, seçime giden sürecinin özgürlüğüne ve adilliğine bakmaksızın, seçimlerin sadece var olmasının yönetimlerini demokrasi olarak adlandırmak için yeterli olduğunu hissedebilir. Alternatif olarak, vatandaşlar önceden sahip olunan inançlarla tutarlı sonuçlara ulaşma isteğiyle, güdülenmiş bir akıl yürütme sürecinden geçerek, üzerinde etraflıca düşünülmüş bir değerlendirmede bulunmaksızın, demokrasi arzını genel olarak hükümeti ne kadar onayladıklarına bağlı olarak yorumlayabilmektedir (Kunda, 1990; Taber ve Lodge, 2016). Bu nedenle, uzmanların değerlendirmelerinden bağımsız olarak, vatandaşların demokrasi arzını nasıl deneyimledikleri ve yorumladıkları, bireysel seviyedeki farklılıklara bağlı olabilir.

Vatandaşların demokrasi arzıyla ilgili algılarını dayandırdıkları bilgi kaynakları, genel değerlendirmelerinde kilit bir rol oynamaktadır. Bu açıdan, bireylerin siyasi sosyalleşmesinin gerçekleşme biçimleri (ör. medya kullanımı üzerinden), hükümetlerinin performansına ilişkin olarak ortaya çıkan tutumları, inançları ve görüşleri hakkında bilgi sağlayabilir. Genel anlamda, medyanın eşik bekliliği (Shoemaker ve Vos, 2009), gündem belirleme (McCombs, 2018) ve çerçeveleme (Entman, 2007) süreçleri üzerinden siyasetle ilgili kamuoyunun şekillendirilmesi ve yönlendirilmesinde oldukça etkili olduğu bilinmektedir. Aynı şekilde, medya yalnızca vatandaşların demokrasi arzına ilişkin değerlendirmelerinde esas alabileceği bilgileri sağlamakla birlikte, medyanın özgürlük düzeyiyle ilgili sivil özgürlüklerin hükümet tarafından ne ölçüde sağlandığını ortaya koyduğundan, demokratik yönetim için bir gösterge görevi de görür.

Demokrasi konusunda başarısız addedilen, gelişmekte olan ülkelerde gerçekleştirilen kamuoyu araştırmalarına bakıldığında, Dalton, Shin ve Jou (2007) vatandaşların demokrasi tanımlarını çok yaygın bir şekilde ifade özgürlüğü, düşünce özgürlüğü ve basın özgürlüğü dahil, sivil özgürlüklere dayandığını ortaya koyar. Daha genel bir kavram olarak, medya özgürlüğü hem pozitif hem de negatif özgürlüklerle ilişkilendirilebilir (Berlin, 1958; Stoycheff, 2013). Bir taraftan bilgiyi artırarak, farklı görüşlere zemin hazırlayarak ve özgür düşünce ve katılımı teşvik ederek, vatandaşların kendilerini gerçekleştirmesini sağlar. Diğer taraftan ise, sansürden, medya erişimine yönelik kısıtlamalardan, gazetecilere karşı şiddetten, vb. bağımsız bir özgürleşmeyi temsil eder.

Ülkeler seviyesinde, özgür medya insan haklarına saygıyı ve devlet kurumlarında şeffaflığı teşvik eder ve hükümetleri halkın gözünde siyasi ve ekonomik performansları için sorumlu tutarak bir denetim ve denge mekanizması işlevi görür (Ojo, 2002; Groshek, 2011; Voltmer, 2008). Birey seviyesinde ise özgür medya siyasi meselelerle ilgili bilgi düzeyini ve bir kurum olarak medyaya duyulan güveni artırmanın yanı sıra (Becker ve Vlad, 2011; Leeson, 2008), farklı inanç ve görüşlerin gazetecileri ve medya kuruluşlarını koruyan yasalarla birlikte tanınmasını, saygı görmesini ve yayılmasını sağlar ve vatandaşlara demokratik ilkeleri ve uygulamaları tanıtır. Bu da, demokratikleşme sürecinde temel bir aşağıdan yukarıya bileşen görevi görür (Norris, 2001; Mickiewicz, 1999).

Bu nedenle, özgür medya hem ilgili aktörleri siyasi gücün kötüye kullanımından caydırarak hem de kamusal alanda hükümet kontrolünden bağımsız, çoğulculuğa dayalı bilgi alışverişi yollarını teşvik ederek, sonuç odaklı, vatandaş merkezli bir bakış açısından bakıldığında demokrasinin tesisinde tamamlayıcı bir rol oynamaktadır. Benzer şekilde, vatandaşların medya özgürlüğünün ne ölçüde kusurlu olduğu (veya bu özgürlüğün yokluğu) konusundaki algılarının sonuçları, siyasi iletişim üzerinde çalışanlar için önemli bir araştırma alanı oluşturmaktadır.

Bu noktada sorulması gereken soru, özgür bir medyaya erişim engellendiğinde ne olduğudur. Demokratik olmayan devletler hem kitle iletişim kurumları hem de gazeteciler üzerinde baskı kurarak, bilgi akışı üzerinde sahip oldukları sistematik kontrolleriyle bilinir. Bunun sonucunda vatandaşların karar verme ve siyasi öğrenme süreçleri üzerinde ciddi sınırlamalar oluşur (Geddes ve Zaller, 1989; Leeson, 2008). Çevrimiçi sansür başlı başına yakın analiz gerektiren önemli bir olgu olsa da internet bu anlamda iletişim için *nispeten* daha özgür bir alan vaat eder.

Siber ütopyacıların internetin özgürleştirici ve demokratikleştirici potansiyellerine ilişkin olarak başlarda ortaya koyduğu iyimserliğe karşın (ör., Shirky, 2008), siber şüpheler aynı teknolojilerin vatandaşları sınırlandırma amacıyla kullanıma ihtimalini öne sürmüştür (ör., Morozov, 2011). Bu bağlamda, Arap Baharı çevrimiçi iletişim teknolojilerinin sokak protestolarının organizasyonunu kolaylaştırarak veya baskı altındaki bireylerin hüsrani ve öfkeli hakkındaki uluslararası farkındalığı artırarak kitleleri ortak sıkıntılar etrafında harekete geçirmede



oynayabileceği potansiyel rol açısından ilginç bir süreçtir (Hussain ve Howard, 2013). Siber optimistleri şaşkırtan bir şekilde, olaylar oldukça heves kırıcı şekilde gelişmiştir. Arap Baharı öncesinde halihazırda öne sürülmüş olsa da Arap dünyasındaki halk protestoları, sosyal hareketleri mümkün kıldığı için övülen teknolojilerin hükümetler tarafından baskı amaçlı kullanabileceğini daha da bariz bir şekilde ortaya koymuştur (Rod ve Weidmann, 2015).

Hükümetler internetin özgürleştirici potansiyelleriyle çeşitli baskı yöntemlerine başvurarak başa çıkma konusundaki kararlılıklarını net bir şekilde sergilemiştir. Bu yöntemler bazen yasal çerçevelerin ağırlaştırılmasıyla halk arasında korku oluşturmayı veya dijital teknolojilerin siyasi amaçlarla kullanılmasının sonuçlarıyla ilgili belirsizlikler yaratmayı içermiş, bazı durumlarda ise vatandaşların teknolojilere erişimi önüne engeller (ör., web sitelerinin yasaklanması, bağlantı hızının düşürülmesi, vb.) konulması biçiminde meydana gelmiştir (Roberts, 2018; Sanovich vd., 2018). Bununla birlikte, sıradan internet kullanıcılarının da kullanabildiği yasak delme teknolojilerinin sunduğu fırsatlar düşünüldüğünde, bu durum aslında dünya çapındaki farklı bilgi ortamlarında gözlemlendiği üzere, bir taraftan giderek daha yaratıcı ve etkili hale gelen baskı teknolojilerinin hükümetler tarafından kullanımı, diğer taraftan ise çevrimiçi sınırlamaları atlatmaya yönelik araçların tasarımı ve dağıtımı üzerinde çalışanlar arasında bir silahlanma yarışı olarak gerçekleşmiştir.

Fakat bu dinamiklere bakılmaksızın, internetin sınırlandırılmış kitle iletişiminde ideal olarak alternatif sunması, vatandaşların demokrasiyle iyi veya kötü tecrübeleri ve bunlarla ilintili değerlendirmeleriyle doğrudan ilgili olduğu için araştırmacıların ilgisini çekmeye yetmiştir. Medya özgürlüğünün düşük olduğu ortamlarda, ulusal kitle iletişim araçları sıklıkla hükümetlerin sözcüsü olarak hareket ederken resmi anlatı ve bilgileri, hükümetçe onaylanmış (ya da onaylanması muhtemel) bir şekilde yaymaktadır (Larreguy ve Marshall, 2019). Bu da, vatandaşların inanışlarını bunlara göre güncellemelerine yol açar (Gerber ve Green, 1999). Buna karşılık, hükümet gözetiminden görece bağımsız çevrimiçi kaynaklar aksi durumda kısıtlanacak olan karşı anlatıları, alternatif bakış açıları ve siyasi bilgileri bu ortamlara sunabilir. Demokratikleşme süreçleri söz konusu olduğunda, bu durum internetin *ayna tutma* işlevinin ortaya çıkmasına neden olur (Bailard, 2012). Diğer bir deyişle, vatandaşlar çevrimiçi kaynaklar üzerinden alternatif siyasi bilgi kaynaklarına maruz kaldığında, hükümetlerinin performansı ile ilgili olarak ana akım medyada sansürle ayıklanmış olabilecek, daha geniş bir dizi eleştirel habere ve yoruma erişim sahibi olabilir.

## **2.1. Erişilebilir Çevrimiçi Alternatifler Karşısında Sansürlü Kitle İletişim Araçları**

İnternet ortamında erişilebilen siyasi bilgi ve haberler potansiyel miktar ve çeşitlilikleri düşünüldüğünde vatandaşların geleneksel haber kaynakları üzerinden kendilerine sunulandan farklı bir “ayna”ya bakmasını sağlar (Farrell, 2012). Bu ayna tutma süreci, vatandaşların maruz kaldığı çevrimiçi içerikler potansiyel olarak hükümet performansına ve kurumsal demokrasi arzına ilişkin alternatif bakış açıları ve bilgileri içerebileceğinden, kendi ülkeleriyle ilgili nispeten daha doğru değerlendirmeler yapmasına yardımcı olur (Bailard, 2013). Buna göre, bireylerin demokratik yönetimle ilgili olarak hükümetlerinin başarısızlıklarına dair daha dengeli bir tabloya erişme olasılığı daha yüksek olacağı için, bu tür alternatif siyasi iletişim pratikleri bireylerin sansürlü bir medya ortamındaki demokratik memnuniyetsizliğine katkıda bulunur. Dolayısıyla bu durum, bireylerin dünyanın farklı yerlerine istinaden elde edilmiş ampirik kanıtların ortaya koyduğu üzere kendilerine sunulan demokratik arz konusunda daha eleştirel olma olasılığını artıracaktır (Stoycheff ve Nisbet, 2014; Bailard, 2012; Norris, 2011).

Vatandaşların medya deneyimi, demokrasiyi nasıl kavramsallaştırdıklarıyla ilintili olarak kurumsal demokratik arzla ilgili algıları üzerinde kilit bir rol oynar. Diğer bir deyişle, medya özgürlüğünü demokratik bir toplumun temel yapı taşlarından biri olarak görenlerin algılarını tespit etmek adına, medyanın bu demokratik istekleri tatmin edecek bir şekilde performans gösterip göstermediği özel dikkat gerektirir. Psikolojik düzeyde, bireyler arzu ettikleri medya özgürlüğü sunulmadığında ya soğutma etkisine maruz kalabilir ya da tehdit altında hissedebilir ve sonunda, verilmeyen özgürlüklere yeniden kavuşmak için duruma tepki göstermeye istekli olabilir (bir inceleme için bakınız Roberts, 2020). Örneğin, Çin’de saygın bir yüksek eğitim kurumundaki üniversite öğrencileri ile yapılmış kapsamlı bir alan deneyi, herhangi bir bilgiye ulaşma konusunda isteksiz olmanın o bilginin hali hazırda sansürlenmiş olmasından daha belirleyici bir faktör olduğunu ve alternatif kaynaklara maruz kalmanın bu isteklilik konusunda önemli bir rol oynadığını ortaya koymuştur (Chen ve Yang, 2019). Başka bir ifadeyle, belli bir süre sansürlenmiş mecralara alternatif sunan kaynakları kullanan bireyler sansürlenmiş bilgiye ulaşma



konusunda zamanla daha istekli hale gelmektedir. Bu durum Bailard'ın (2013) yukarıda bahsi geçen "ayna tutma" işlevinden farklı olarak internetin kullanıcılara "pencere açma"sı olarak adlandırdığı işleve yerinde bir örnek teşkil etmektedir. Alternatif kaynaklar üzerinden erişilen bilgiler ve hatta bizzat bu kaynakları kullanabilme tecrübesi bireylere demokrasi açısından nelerin olasılık dahilinde olabileceği konusunda fikir verir. Bu fikir bir bakıma bireyin içinde bulunduğu mevcut durumu anlamak adına tuttuğu aynanın sınırlarını da belirler.

Bu bağlamda, sansürsüz bilgilere erişme özgürlüğünü geri kazanmanın açık bir yolu, görel olarak daha az kontrol edilebilen alternatif kaynaklara yönelmek olacaktır. Daha önce farklı bağlamlarda ortaya konduğu üzere, sansüre karşı güdülenmiş direniş, siyasi bilgi arayış ve paylaşımında alternatif medya kuruluşlarına yönelmenin arkasındaki temel bir faktördür (Behrouzian, 2018; Behrouzian, Nisbet, Dal ve Çarkoğlu, 2016; Dal ve Nisbet, 2020; Nisbet, Kamenchuk ve Dal, 2017;). Bireylerin kaybedilmiş özgürlükleri yeniden tesis etme motivasyonunu ifade eden psikolojik tepkisellik kuramından yola çıkarak (Brehm, 1972), söz konusu kavram bireylerin kitle iletişim araçlarının özgürlüğü karşısındaki tehditleri azaltma çabalarının anlaşılması için bir çerçeve sunar ve daha özgür ve çeşitli olarak algılanan çevrimiçi kaynaklar gibi alternatif bilgi kaynaklarının kullanımını bir tepkisellik biçimi olarak öngörür (Chadwick, 2006; Farrell, 2012). Bu durum, sosyal medya ve demokrasi arasındaki ilişkiyi ampirik bir şekilde ortaya koyan çalışmaların (örn. Boulianne, 2015; Jha ve Kodila-Tedika, 2020) bulgularına yol açan muhtemel mekanizmalardan biri olarak görülebilir.

## **2.2. Mevcut Çalışma**

Genel olarak, önceki çalışmalarda, yukarıdan aşağı kurumsal demokrasi arzıyla ilgili algıları vatandaşların kavramsallaştırmalarındaki farklı odak noktalarına değinen bir çerçeve içinde incelemenin nihai olarak belirli bir bağlamdaki demokratik deneyimin daha incelikli bir şekilde anlaşılmasını sağladığı gösterilmiştir. Bu makalede temel olarak, "hükümeti eleştirme özgürlüğü"nü demokrasinin temel bir bileşeni olarak gören bireyler açısından kitle iletişim araçlarındaki algılanan sansür ile algılanan demokrasi arzı arasındaki ilişkiye odaklanılmaktadır. Böylece, vatandaş algı ve değerlendirmelerinin önemi vurgulanırken, araştırma demokrasiyi belirli bir şekilde kavramsallaştıranlarla da sınırlandırılmıştır.

İncelenen literatür ışığında, kitle iletişim araçlarındaki sansür farkındalığının demokrasiyi hükümeti özgürce eleştirebilmekle ilişkilendiren vatandaşların gözünde daha düşük bir demokrasi arzına yol açması beklenmektedir (H1). Bunun yanında, yine kitle iletişim araçlarının sansürlendiği algısının siyasi bilgi arayışı için internete yönelme ile pozitif yönde bir ilişki göstereceği (H2), bu tip bir internet kullanımının da ayna tutma süreçleri ile demokratik arz konusunda olumsuz değerlendirmelerle ilişkili olacağı (H3) hipotezleri kurulmaktadır. Buna göre, bu araştırmanın demokrasiyi ifade özgürlüğüne dayalı olarak kavramsallaştıranlara odaklandığı dikkate alındığında, algılanan sansürün özgürlük karşısında ciddi bir tehdit oluşturacağı varsayılmaktadır. Aynı zamanda, sınırlandırılmış bilgi ortamlarında çevrimiçi platformların geleneksel medya kanallarına nazaran sahip olduğu görece özgürlük ışığında internet kullanımının bir hafifletme stratejisi işlevi olduğu ön kabulünde bulunmaktadır. Sonuç olarak, bireylerin hükümetinkilerle ters düşen anlatıların yanı sıra hükümet performansıyla ilgili olarak kitle iletişim araçlarında dillendirilmeyen bilgilerle karşılaşma olasılıklarının daha yüksek olduğu düşünüldüğünde, internet kullanımları algıladıkları demokrasi arzının daha düşük olmasına neden olacaktır. Özetle, aşağıdaki hipotezler öne sürülmektedir:

**H1:** Ana akım medyadaki algılanan sansür ile algılanan demokrasi arasında ters yönlü bir ilişki vardır

**H2:** Ana akım medyadaki algılanan sansür ile siyasi haberler için internet kullanımı arasında aynı yönde bir ilişki vardır.

**H3:** Siyasi haberler için internet kullanımı ve algılanan demokrasi arzı arasında ters yönlü bir ilişki vardır.

**H4:** Siyasi haberler için internet kullanımı, ana akım medyadaki algılanan sansür ile algılanan demokrasi arzı arasındaki ters yönlü ilişkiye aracılık eder.



**Şekil.1. Önerilen Kuramsal Mekanizma**

### **3.Yöntem**

#### **3. 1. Veri kaynağı ve Çalışmanın Yapıldığı Bağlam**

Yukarıda listelenmiş hipotezlerin analizinde Arap Barometresi Anketi'nin 2012-2014 yılları arasında gerçekleştirilmiş olan üçüncü dalgası kullanılmış ve çalışmanın amacı doğrultusunda Cezayir (N = 263), Mısır (N = 252), Irak (N = 329), Ürdün (N = 381), Kuveyt (N = 329), Libya (N = 246), Fas (N = 153), Filistin (N = 276), Sudan (N = 384) ve Yemen'i (N = 253) kapsayan bir ülke örnekleme odaklanılmıştır. Arap Barometresi Anketi bir çoklu ülke anketi olup Müslümanların çoğunlukta olduğu bağlamlarda bireylerin tutum, inanış ve değerlerinin ölçülmesi amacıyla oluşturulmuştur. Anketin üçüncü dalgası, Arap Baharı protestolarının ardından Aralık 2012 - Nisan 2014 tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir. Yalnızca 18 yaş ve üstü yetişkinlerin dahil edildiği anketin ülke bazlı örneklemeleri, ilgili ülkeyi ulusal olarak temsil edecek şekilde tasarlanmıştır. Ayrıca, örneklem oluşturulurken tabakalara ayırma ve kümelendirme teknikleri kullanılmış ve anketler yüz yüze olarak gerçekleştirilmiştir.

Ülke seçimi, Freedom House tarafından belirlenmiş ülkelerde basın yasal, siyasi ve ekonomik boyutlarını dikkate alan, 2012-2014 yılları için yayımlanmış Basının Özgürlüğü (Freedom of the Press) raporlarına dayalı olarak gerçekleştirilmiştir (detaylı bilgi için bkz. Freedom House, 2013; 2014; 2015). Seçilen ülkeler ya üç kategoride birden "Özgür Olmayan" şeklinde raporlanmış ya da genel olarak "Kısmen Özgür" olarak kodlanmış olsalar da Kuveyt ve Libya örneğinde olduğu üzere ilgili senelerde en az bir sene basın özgürlüğünün siyasi boyutu açısından özgür olmayan ülkelerle aynı veya daha düşük skorlara layık görülmüşlerdir. Bununla birlikte, seçilen ülke hükümetlerinin kendi politikaları dahilinde kullandığı sansür uygulamalarının farklılıklar gösterdiği belirtilmelidir.

Bu bağlamda, bu ülkeleri çalışan bağımsız kuruluşlarca gözlemlenip rapor edildiği üzere çalışmanın kapsadığı yıllar arasında basın özgürlüğü açısından sıkıntı yaratan durumlara verilebilecek örnekler şu şekildedir: Mısır'da ulusal güvenliği tehdit ettiği iddia edilen konularda haber yapan El Cezire gazeteciler tutuklanmış ("Mısır'da üç gazeteci 100 gündür tutuklu," 2013), Cezayir'de çalışmanın kapsadığı süreçten kısa bir süre önce gazetecilere yönelik para ve hapis cezaları ağırlaştırılmıştır (Freedom House, 2013). Irak'ta süregelen internet kısıtlamaları ve ülkedeki gergin siyasi atmosfer, haber yapım süreçlerini güvenlik açısından bir hayli tehlikeli hale sokmuş ve birçok gazetecinin ölümüyle sonuçlanmıştır (Freedom House, 2014). Libya ise yer yer skorları özellikle vatandaş gazeteciliği gibi alternatifler sayesinde artış gösterdiyse de Kaddafi sonrası dönemde gazeteciler için en tehlikeli yerlerden sayılmıştır ("Libya still extremely dangerous," 2014). Kuveyt'te gazetecilerin alabileceği cezalarda ciddi bir artış öneren medya kanunu hükümet tarafından kabul edilmiş ve Kuveyt Emir'ini eleştirdiği gerekçesiyle bazı gazeteciler cezalandırılmıştır (Freedom House, 2014). Birçok kuruluşa göre basın özgürlüğü listesinin sonunda yer alan Sudan'da gazetelerin kapatılması ve gazeteci tutuklamalarına devam edilmiş ("Government uses repeated seizures to harass newspapers," 2014) ve basın özgürlüğü açısından benzer bir durumda olan Yemen'de ise gazetecilerin maruz kaldığı fiziksel saldırıların yanı sıra üzerlerindeki hükümet ve Husi hareketi kaynaklı siyasi baskılar artmıştır (Freedom House, 2015). Son olarak, Filistin'in basın özgürlüğü skorları o dönemki siyasi konjonktür sonucu kısa bir süre için nispeten artış göstermişse de bu değişim raporlardaki 'özgür değil' kategorisinden çıkması için yeterli olmamıştır (Reporters without Borders, 2013).

Mevcut çalışmanın medya özgürlüğü ve demokrasi arzı algılarına odaklandığı dikkate alınarak, analizler yalnızca adı geçen Arap ülkelerindeki "hükümeti eleştirme özgürlüğü"nü demokrasinin en önemli veya en önemli ikinci özelliği olarak belirtenler üzerinde gerçekleştirilmiştir. Bunun sonucunda elde edilen 2866 katılımcı tüm örneklemin %23'ünü oluştururken, dahil edilen ülkelerin bazılarında analiz için dikkate alınan katılımcıların yüzdesi diğerlerine nazaran daha düşük olmuştur (ör. Fas ve Libya). Bununla birlikte, geri kalan ülkelerin çoğunda, "hükümeti eleştirme özgürlüğü"nü demokrasinin çok önemli bir özelliği olarak gören katılımcıların yüzdesi, uyum kuramına uygun olarak analiz için dikkate alınan toplam kısma demografik dağılım açısından benzerdir. Bu

potansiyel temsil problemi ile hükümetlerin medya özgürlüğüne karşı aldıkları önlemlerdeki ülke farklılıklarını kontrol etmek için, analizlerde ülkeler için ayrıca sabit etkiler kullanılmıştır.

### 3. 2. Değişkenler

Analizlerde kullanılan başlıca değişkenler ana akım medyada algılanan sansür, internetin siyasi haberler için kullanımı ve algılanan demokrasi arzı olarak sıralanabilir. Ana akım medyada algılanan sansür, katılımcılara hükümetin siyasi olaylarla ve muhalefetin tutumlarıyla ilgili medya haberlerini günlük basında engellediğini düşünüp düşünmedikleri sorularak ikili şekilde ölçülmüştür. İnternetin siyasi haberler için kullanımı, yüksek puanların internet üzerinden daha sık siyasi haber tüketimine işaret ettiği 5 puanlık bir ölçek (1 = 'Takip etmiyorum,' 5 = 'her gün') kullanılarak ölçülmüştür. Algılanan demokrasi arzı ise katılımcıların görüşlerine göre ülkelerinin ne ölçüde demokratik olduğunu 11 puanlık (0 = 'Hiç demokratik değil,' 10 = 'Olabilecek en büyük ölçüde demokratik') bir ölçekle değerlendiren anket maddesi üzerinden ölçülmüştür.

Analizlerde başlıca değişkenler arasındaki öne sürülen ilişkileri etkilemesi muhtemel bazı değişkenler kontrol edilmiştir. Bu bağlamda, öncelikle hükümeti eleştirme özgürlüğüne demokrasinin vazgeçilmez bir parçası olarak öncelik veren vatandaşların oluşturduğu son örneklemin analizinde dört demografik değişken kontrol edilmiştir. Bu kontrol değişkenleri yaş, cinsiyet, kişisel ekonomik durum ve eğitim durumundan oluşmaktadır. Katılımcıların yaş ve cinsiyetlerini kendileri öz-bildirim maddelerinden alınmış ve erkekler 1 olarak kodlanmıştır. Katılımcılardan mevcut kişisel ekonomik durumlarını 1'den 4'e kadar bir ölçekte derecelendirmesini isteyen madde ters şekilde kodlanmış, daha yüksek değerler daha iyi ekonomik duruma (1 = 'Çok kötü', 4 = 'Çok iyi') işaret etmiştir. Eğitim durumu ülkeler arasında dört puanlık bir ölçekte yeniden kodlanmış, daha yüksek puanlar daha yüksek eğitim durumunu ifade etmiştir (1 = 'Hiç eğitim almamış', 2 = 'İlkokul mezunu', 3 = 'Ortaokul mezunu', ve 4 = 'Ortaokul seviyesinin üstünde herhangi bir eğitim almış').

Diğer kontrol değişkenleri ise siyasete duyulan ilgi, mevcut hükümetin performansından duyulan memnuniyet, siyasi haberler için günlük yazılı basın ve televizyon kullanımı ve haberlere yönelik genel dikkattir. Katılımcılara siyasete duydukları ilgiyi 1 ve 4 arasında bir ölçekte soran madde ters kodlanmış, daha yüksek puanlar siyasete duyulan daha fazla ilgiyi ifade etmiştir (1 = 'Hiç ilgili değilim,' 4 = 'Çok ilgiliyim'). Hükümet performansından duyulan memnuniyet, 10 puanlık bir ölçek (0 = 'Kesinlikle memnun değilim,' 10 = 'Kesinlikle memnunum') kullanılarak ölçülmüştür. Katılımcılara siyaset haberleri için günlük yazılı basın ve televizyon kullanımlarının sıklığını soran madde, 5 puanlık bir ölçekte (1 = 'Hiç takip etmiyorum', 5 = 'Her gün takip ediyorum') yer almış, daha yüksek puanlar basılı medyada ve televizyonda daha sık haber tüketimini ifade etmiştir. Son olarak, haberlere yönelik genel dikkat, siyasete duyulan ilgiyle aynı şekilde yeniden kodlanmış, daha yüksek puanlar daha büyük ölçüde haber takibini ifade etmiştir. Değişkenlere ait betimsel değerler Tablo 1'de detaylı bir şekilde gösterilmiştir.

**Tablo 1. Değişkenlerin Betimsel Değerleri**

Değişken	N	M	SD	Min.	Maks.
Cinsiyet	2866	.52	.50	0	1
Yaş	2866	35.8	13.08	18	89
Eğitim Durumu	2859	2.57	.91	1	4
Ekonomik Durum	2758	2.38	.96	1	4
Siyasete Duyulan İlgi	2841	2.28	.97	1	4
Hükümet Hakkındaki Memnuniyet	2768	4.06	2.99	0	10
Siyasi Haberleri Takip Yakınlığı	2852	2.52	.96	1	4
Siyasi Haberler İçin Yazılı Basın Kullanımı	2848	2.50	1.49	1	5
Siyasi Haberler İçin Televizyon Kullanımı	2862	4.20	1.23	1	5
Ana Akım Medyada Algılanan Sansür	2371	.58	.49	0	1
Siyasi Haberler İçin İnternet Kullanımı	2847	2.36	1.63	1	5
Demokrasinin Algılanan Arzı	2725	4.48	2.85	1	5

### 3. 2. Analiz Stratejisi

Önerilen kuramsal mekanizmaya dayalı olarak, algılanan sansür ve algılanan demokrasi arzı arasında, siyasi haberler için internet kullanımı aracılığıyla dolaylı bir ilişki olduğu hipotezi öne sürülmektedir. Analizler kapsamında, önerilen basit aracı değişken ilişkisini incelemek için Hayes'in (2013) PROCESS makrosu kullanılmıştır. Bu makroda en küçük kareler yöntemi ışığında çoklu regresyon analizleri yapılmaktadır. Bunun yanında, bağımlı değişken üzerinde önemli bir aracılık etkisi tespit etmek için, %95'lik güven aralığında toplam 1.000 örnekleme *bootstrap* yöntemi uygulanmaktadır.

### 4. Sonuçlar

Bireyler tarafından algılanan sansürün, algılanan demokrasi arzı üzerinde siyasi haberler için internet kullanımı yoluyla oluşturduğu dolaylı etkiyi inceleyen aracılık analizinin regresyon sonuçları, standartlaştırılmamış katsayılar ve *bootstrap* yöntemine tabi tutulmuş standart hatalarla birlikte Tablo 2'de gösterilmiştir. Model 1 önerilen aracılık ilişkisinin ilk ayağı olan ve siyasi haberler için internet kullanımını öngören basit bir doğrusal regresyonu temsil etmektedir. Bu modele göre, algılanan sansür ile internet kullanımı arasında aynı yönde, istatistiksel olarak önemli bir ilişki bulunmaktadır ( $b = .15, p < .05$ ).

İlk hipotezi destekleyen bu sonuç, basında sansür algısına sahip olanların, diğer değişkenler kontrol edildiğinde, siyasi haberler için daha sık internet kullandığını göstermektedir. Sonuçlar, siyasi konulara ilgi duymanın ( $b = .21, < .001$ ) ve yazılı basını günlük olarak daha sık kullanmanın da ( $b = .31, < .001$ ) ana akım medyada sansür olduğunu düşünmeyle alakası olduğunu göstermektedir. Aynı şekilde, hükümet hakkındaki memnuniyetin düşüklüğünün de ( $b = -.03, < .01$ ) algılanan sansür ile ilintili olduğu görülmüştür. Bir başka deyişle, sansür olmadığını düşünenler hükümeti destekleyen bireylerdir. Bu durum literatürdeki Behrouzian, Nisbet, Dal ve Çarkoğlu (2016) ile Nisbet, Kamenchuk ve Dal (2017) gibi çalışmaların sansürlü medya bağlamları için öne sürdüğü bulgular ile uyumludur. Bunlara ek olarak, erkek olmak ( $b = .20, p < .001$ ), genç olmak ( $b = -.03, < .001$ ), eğitilmiş olmak ( $b = .28, < .001$ ) ve ekonomik olarak iyi durumda olmak ( $b = .11, p < .01$ ) ana akım medyada sansür algısının demografik göstergeleridir.

**Tablo 2. Analiz Sonuçları**

	Model 1	Model 2
Değişken	<i>b</i> (SE)	<i>b</i> (SE)
Cinsiyet	.20(.06)**	.06(.10)
Yaş	-.03(.00)***	-.01(.00)**
Eğitim Durumu	.28(.04)***	.06(.06)
Ekonomik Durum	.11(.03)**	.15(.06)**
Siyasete Duyulan İlgi	.21(.05)***	-.05(.07)
Hükümet Hakkındaki Memnuniyet	-.03(.01)**	.57(.02)***
Siyasi Haberleri Takip Yakınlığı	.08(.05)	.06(.08)
Siyasi Haberler İçin Yazılı Basın Kullanımı	.31(.02)***	.03(.04)
Siyasi Haberler İçin Televizyon Kullanımı	.03(.03)	.07(.05)
Ana Akım Medyada Algılanan Sansür	.16(.06)**	-.36(.10)***
Siyasi Haberler İçin İnternet Kullanımı	-	-.10(.04)**
Ülkeler için Kukla Değişkenler	Var	Var
Regresyon Sabiti	1.14(.21)***	2.39(.36)***
Açıklanan Varyans (%)	35.56	44.57

\*  $p \leq .05$ , \*\*  $p \leq .01$ , \*\*\*  $p \leq .001$ . Standardize edilmemiş katsayılar ve bootstrap edilmiş standart hatalar bildirilmiştir. Ülkelerin etkisi kukla değişkenler aracılığıyla kontrol edilmiş olup sabit etki katsayıları tabloda ayrıca belirtilmemiştir.

Model 2, algılanan demokrasi arzını öngören basit bir doğrusal regresyonu temsil etmektedir. Hem internet kullanımı ( $b = -.10, < .01$ ) hem de algılanan sansür ( $b = -.36, p < .001$ ) ile algılanan demokrasi arzı arasında istatistiksel olarak önemli ve negatif bir ilişkiye işaret ettiğinden Hipotez 2 ve 3 için destek sağlamaktadır. Bu iki ana bağımsız değişkene ek olarak, hükümetten memnun olmanın da demokrasi arzı ile ilişkili olduğu görülmektedir ( $b = .57, p < .001$ ). Tablo 2’de gösterildiği üzere, genç olmak ( $b = -.01, p < .01$ ) ve ekonomik olarak iyi bir durumda olmak ( $b = .15, p < .01$ ) daha yüksek algılanan demokrasi arzının demografik göstergeleridir.

Hipotez 4’te öne sürülen aracılı ilişki açısından sonuçlar algılanan sansürün demokrasi arzı üzerinde siyasi haberler için internet kullanımı yoluyla önemli bir dolaylı etki uyguladığını göstermektedir ( $b = -.01, GA[-.04, -.00]$ ). Çalışma hipotezlerine göre, ana akım medyada algılanan sansür, algılanan demokrasi arzı üzerinde hem doğrudan (H1) hem de dolaylı olarak (H4) önemli bir etki yaratmaktadır. PROCESS makrosunun aracılık analizi sonuçları incelendiğinde, siyasi haberler üzerinden internet kullanımının aracılık ettiği dolaylı etki, algılanan sansürün algılanan demokrasi arzı üzerindeki toplam etkisinin %95’lik güven aralığında %4’ünü oluşturmaktadır (bu etkinin hesaplanmasındaki detaylar için bkz. Hayes, 2017). Bu bakımdan, dolaylı etki, boyutu küçük de olsa Hipotez 4 desteklenmiştir.

Sonuç olarak, aracılık analizi algılanan sansür ve algılanan demokrasi arzı arasında, siyasi haberler için internet kullanımı üzerinden dolaylı bir ilişkinin varlığını göstermektedir. Bununla birlikte, dört hipotezin tamamı için destek sunulsa da dolaylı etkinin küçüklüğü, belirtilen modelin internet kullanımı üzerinden demokrasi arzının öngörülmesindeki açıklayıcı gücüyle ilgili sorular doğurmaktadır.

## **5. Tartışma**

Medya sansürü, siyaset ile ilgili bilgi ve anlatıların üretilmesine ve yayılmasına müdahale ederek demokrasi önünde ciddi bir engel teşkil etmektedir. Bu engel medya kullanımlarında geleneksel sansür araçlarına uygun medya organlarıyla sınırlı kalan bireylere nazaran çevrimiçi alternatif kaynaklardan etkili bir şekilde faydalanan aktif internet kullanıcıları için daha da öne çıkmaktadır. Bu çalışmada, analizler demokrasiyi ağırlıklı olarak eleştirme özgürlüğüne dayalı olarak kavramsallaştırılanlarla sınırlanmış olup algılanan sansürün siyasi haber ve bilgi arayışında internet kullanımı yoluyla demokratik arzla ilgili daha olumsuz değerlendirmelere yol açtığı ortaya koyulmuştur. Sansüre karşı oluşan direncin yanı sıra, internetin halihazırda demokratik olmayan bağlamlarda vatandaşların demokrasiyle ilgili değerlendirmelerindeki rolü üzerine çalışmalardan yola çıkarak, hipotezler Arap Baharı sonrası dönemde Arap dünyasında gerçekleştirilen anketlerle desteklenmiştir.

Mevcut çalışmanın bulgularının ortaya koyduğu en önemli sonuç, dünyadaki bilgi ortamlarının mevcut durumu göz önünde bulundurulduğunda, medya sansürünün kamuoyunun belirlenmesinde her zaman üstünlük sahibi olmayı başarmadığıdır. En ağır şekilde sansürlenilen medya ortamlarında bile (örn. Çin ve İran), yasak delme teknolojileri, sıradan vatandaşların sansürü çeşitli şekillerde atlatmasına ve demokratik olmayan hükümetlerin susturmayı ve engellemeyi tercih edeceği kaynaklara erişmesine olanak tanır. Nitekim, geçtiğimiz yıllarda medyanın benzer şekilde sansüre maruz kaldığı ortamlarda sosyal medya platformlarının yasaklanmalarını eski kullanım seviyelerine çok kısa zamanda geri dönülmesi ve hatta bu seviyelerde rekor artışlar gözlemlenmesi bu savı destekler niteliktedir (Center for Human Rights in Iran, 2018; Letsch, 2014). Bu durum, yasak delme teknolojilerini kullanmanın pek çok bağlamda yasalara aykırı olmayışı ile birleşince ortaya bu ilginç durum çıkmaktadır. Sonuçta, sansüre karşı koymanın birincil koşulu bu sansürün farkında olmaktır (Roberts, 2020). Bu farkındalık yasak delme teknolojileri popülerleştikçe ve kullanımları kolaylaştıkça kimilerince *Streisand etkisi* olarak adlandırılan sansürlenilen bilginin daha da ilgi çeker hale gelmesi durumunun önünü açabilir (Jansen ve Martin, 2015).

Buna göre, kitle iletişim araçlarındaki anlatılar haberleri ve olayları açık veya örtülü bir şekilde hükümet lehine sunsa da alternatif kaynakların varlığı vatandaşlara hükümetlerinin demokratik performansına dair değerlendirmelerini şekillendirecek araçları sunma imkanını haizdir. Bununla birlikte, basın özgürlüğü veya cezalandırılmadan ve korkmadan eleştirme özgürlüğü gibi değerlere öncelik verenler için sansür, aksi takdirde karartılması olası bilgileri yansıtan tamamlayıcı aynalar sayesinde, medya sansürüne karşı artan direncin daha güçlü bir motivasyon kaynağı olabilir.

Bu çalışmanın bulguları yorumlanırken bazı kısıtlamalar dikkate alınmalıdır. Öncelikle, Arap Barometresi Anketi'nin üçüncü dalgası, bu çalışma kapsamında gereken ana akım medyada algılanan sansür kavramına yönelik anket maddesini içeren son dalga olduğundan daha yakın tarihli mevcut dalgaların yerine kullanılmıştır. Bu dalgayı takip eden anketlerdeki medya soruları, ana akım medyayı sadece kullanım sıklığı ile sınırlı olup detaylı sosyal medya kullanımına odaklanacak şekilde hazırlanmıştır. Bu nedenle, üçüncü dalga Arap Baharı'nı izleyen dönemin başlarında toplandığı için, o zamandan bu yana hem bölgedeki siyasi dinamiklerde hem de geleneksel ve çevrimiçi medya ortamlarında meydana gelen değişiklikler göz önüne alınarak bulgular dikkatle yorumlanmalıdır. Bunun yanı sıra, Arap Barometresi'nin tek bir dalgasının kullanıldığı bu çalışmanın kesitsel bir araştırma olduğu unutulmamalıdır. Her ne kadar test edilen kuramsal mekanizma, mevcut literatür ışığında oluşturulduysa da kullanılan veri ve yapılan analizler işaret edilen nedensellik sırası için kanıt sunmada yetersiz olarak yorumlanabilir. Bu nedenle, ilgili kuramsal mekanizmanın geçerliliğinin boylamsal araştırma yöntemleri kullanılarak teyit edilmesi mevcut çalışmanın değerine katkı sağlayacaktır.

Bir diğer kısıtlama da bireylerin siyasi haberlere erişimi ve siyasi haber tüketimi ölçümünde sosyal medyanın kullanımına yer verilmemesidir. Önceki araştırmalar sosyal medyada bulunan sosyal işaretlerin bireylerin siyasi anlamda harekete geçmesinde önemli bir rol oynayabileceğini göstermektedir (Bond vd., 2016). Buna ek olarak, sosyal medya platformlarının hükümetlerden gelebilen içerik kaldırma gibi talepleri yerine getirmesi ve de algoritmik kürasyon pratikleri üzerinden haber akışlarında ne gösterileceğine sıradan kullanıcıların bilemeyeceği faktörlere dayalı olarak karar verilmesi (Thorson ve Wells, 2016) gibi süreçlerin göz önüne alınması mevcut çalışmanın geliştirilmesine yardımcı olabilir. Bu bağlamda, söz konusu çalışmanın genişletilmiş bir versiyonu demokratik arza ilişkin birey değerlendirmelerinin şekillendirilmesinde rol oynayan daha karmaşık bir mekanizmayı ortaya çıkarabilir. Ayrıca, bölgeye özgü özellikleri nedeniyle, bulgular diğer bağlamlar için genelleştirilememektedir. Gelecekte yapılacak çalışmalar, önerilen kuramsal mekanizmanın diğer bağlamlar için de geçerli olup olmadığını göstermek için farklı siyasi bilgi çevrelerini incelemelidir.

Gelecekte yapılacak çalışmalar ayrıca çevrimiçi sansürün alternatif kaynaklara erişim önünde oluşturduğu güçlüklerin vatandaşların demokrasi değerlendirmelerini nasıl şekillendirdiğine de odaklanmalıdır (Shen ve Zhang, 2018). Vatandaşların alternatif kaynaklara erişmek için çevrimiçi sansürü atlatması gerektiği durumlarda, bunu yapmak için gereken motivasyon seviyesi, çevrimiçi engelleri aşmak için gereken beceri seviyesiyle birlikte değerlendirilmelidir. Bununla birlikte, dijital teknolojileri ekonomik olarak karşılayabilme ve onlara erişebilmenin öneminin yanı sıra, teknoloji kullanabilme becerileri de sıradan vatandaşların medya sansürüne iletişim teknolojilerini etkili bir şekilde kullanarak yanıt verebilme derecesini anlamada kilit bir öneme sahiptir (Behrouzian, 2018). Eğer bu durum toplumun belirli bir kesimiyle sınırlı hale gelirse, sonuçları da alternatif bilgi kaynaklarının sağladığı bilinen fırsatlardan kaynaklanan toplumsal değişimi besleyecek kadar geniş çaplı olmayabilir. Son olarak, algılanan sansürle demokrasi arzı arasındaki dolaylı ilişkinin mevcut çalışmada da önemli bir etkisi olduğu tespit edilen hükümete destek verme gibi faktörlere bağlı olup olmadığı araştırılmalıdır. Çünkü bu makalede açıklanan mekanizma, bireylerin daha önce var olan inançlarıyla tutarlı sonuçlara ulaşmasına yardımcı olan güdülenmiş akıl yürütme gibi bir süreçten kaynaklanabilir (Kunda, 1990; Taber ve Lodge, 2016).

Sonuç olarak, çevrimiçi iletişim teknolojilerinin varlığında, hükümetlerin sansür uygulamaları, bir tarafta bilgi erişimi ve yayılımını sınırlamanın günbegün değişen yöntemleri (Gunitsky, 2015), diğer tarafta ise konulan yasakları delme imkanlarının çoğalması ve yayılması ile birlikte bir silahlanma savaşı meydana getirmektedir (Roberts, 2020). Sansür mekanizmalarının başarısı, en nihayetinde hükümetlerinin tek başına iyi bir vatandaştan bekledikleri karşısında vatandaşların neyi nasıl bildiğine ve bu bilgiyle ne yaptığına dayandığı için, bu yarışın doğurduğu dinamikleri çözmek vatandaş algılarını ve davranışlarını yakından incelemeyi gerektirir. Bu nedenle gelecekteki çalışmalar bireylerin sansür karşısındaki olası tepkiselliklerini ve bu durumdan kaynaklanabilecek davranışlarını göz önüne almalıdır. Bireylerin sürekli değişim geçiren bilgi ve haber ortamlarını mevcut siyasi bağlamlar dahilinde tecrübe etmesi ancak bu şekilde bütüncül ve sistematik bir şekilde anlaşılabilir.

#### **Teşekkür**

Bilkent Üniversitesi İletişim ve Tasarım Bölümü yüksek lisans öğrencileri Yaren Akoluk, Sıla Çetintaş ve Oğuz Kayır'a çalışmanın tamamlanmasına yönelik yardımları için teşekkür ederim.



### **Kaynakça**

- Anderson, C. J. ve Guillory, C. A. (1997). "Political Institutions and Satisfaction with Democracy: A Cross-National Analysis of Consensus and Majoritarian Systems", *American Political Science Review*, 91/1, 66–81.
- Arab Barometer. (2014). Public Opinion Survey, 2012-2014. (15.04.2020) <https://www.arabbarometer.org>
- Bailard, C. S. (2012). "Testing the Internet's effect on democratic satisfaction: A multi-methodological, cross-national approach", *Journal of Information Technology & Politics*, 9/2, 185–204.
- Bailard, C. S. (2014). *Democracy's double-edged sword: How Internet use changes citizens' views of their government*, JHU Press, Baltimore.
- BBC News. (2014, 7 Nisan). Mısır'da üç gazeteci 100 gündür tutuklu. Elde edilme tarihi: 21 Şubat 2021, [https://www.bbc.com/turkce/haberler/2014/04/140407\\_misir\\_elcezure](https://www.bbc.com/turkce/haberler/2014/04/140407_misir_elcezure)
- Becker, L. B. ve Vlad, T. (2011). "The Conceptualization and Operationalization of Country-level Measures of Media Freedom", *Measures of Press Freedom and Media Contributions to Development: Evaluating the Evaluators*, (Ed: M. E. Price, S. Abbott ve L. Morgan), Peter Lang, New York, 24–47.
- Behrouzian, G. (2018). *From Reactance to Political Belief Accuracy: Evaluating Citizens' Response to Media Censorship and Bias* (Doktora Tezi, The Ohio State University).
- Behrouzian, G., Nisbet, E. C., Dal, A., & Çarkoğlu, A. (2016). "Resisting censorship: How citizens navigate closed media environments", *International Journal of Communication*, 10/2016, 4345–4367.
- Berlin, I. (2017). "Two concepts of liberty", *Four Essays on Liberty* (Ed: I. Berlin), Oxford: Oxford University Press, Oxford, 118-172.
- Bond, R. M., Settle, J. E., Fariss, C. J., Jones, J. J., & Fowler, J. H. (2017). "Social endorsement cues and political participation", *Political Communication*, 34/2, 261–281.
- Boulianne, S. (2015). Social media use and participation: A meta-analysis of current research. *Information, Communication & Society*, 18/5, 524-538. doi:10.1080/1369118X.2015.1008542
- Center for Human Rights in Iran. (2018). Closing the gates: Implications of Iran's ban on the Telegram messaging app. (27.05.2021) <https://iranhumanrights.org/2018/06/iran-telegram-ban-strangles-country-amid-struggling-economy-protests/>
- Chen, Y. ve Yang, D. Y. (2019). "The impact of media censorship: 1984 or brave new world?", *American Economic Review*, 109/6, 2294–2332.
- Dahl, R. A. (1971). *Polyarchy: Participation and Opposition*, Yale University Press, New Haven.
- Dal, A., & Nisbet, E. C. (2020). "To Share or Not to Share? How Emotional Judgments Drive Online Political Expression in High-Risk Contexts", *Communication Research*, 0093650220950570.
- Dalton, R. J., Sin, T. ve Jou, W. (2007). "Understanding democracy: Data from unlikely places", *Journal of Democracy*, 18/4, 142–156.
- Diamond, L. (1993). "Introduction: Political Culture and Democracy", *Political Culture and Democracy in Developing Countries*, (Ed. L. Diamond), Lynne Rienner Publishers, Inc, Boulder, CO.
- Entman, R. M. (2007). "Framing bias: Media in the distribution of power", *Journal of Communication*, 57/1, 163–173.
- Farrell, H. (2012). "The consequences of the Internet for politics", *Annual Review of Political Science*, 15.
- Freedom House. (2013). Freedom of the press. (21.02.2021) [https://freedomhouse.org/sites/default/files/2020-02/FOTP\\_2013\\_Booklet\\_PDF.pdf](https://freedomhouse.org/sites/default/files/2020-02/FOTP_2013_Booklet_PDF.pdf)
- Freedom House. (2014). Freedom of the press. (21.02.2021) [https://freedomhouse.org/sites/default/files/2020-02/FOTP\\_2014\\_Full\\_Booklet.pdf](https://freedomhouse.org/sites/default/files/2020-02/FOTP_2014_Full_Booklet.pdf)
- Freedom House. (2015). Freedom of the press. (21.02.2021) [https://freedomhouse.org/sites/default/files/2020-02/FOTP\\_2015\\_Full\\_Report\\_PDF.pdf](https://freedomhouse.org/sites/default/files/2020-02/FOTP_2015_Full_Report_PDF.pdf)
- Geddes, B. ve Zaller, J. (1989). "Sources of popular support for authoritarian regimes", *American Journal of Political Science*, 319–347.



- Gerber, A. ve Green, D. (1999). "Misperceptions about perceptual bias", *Annual Review of Political Science*, 2/1, 189–210.
- Groshek, J. (2011). "Media, instability, and democracy: Examining the Granger-causal relationships of 122 countries from 1946 to 2003", *Journal of Communication*, 61/6, 1161–1182.
- Gunitsky, S. (2015). "Corrupting the cyber-commons: Social media as a tool of autocratic stability", *Perspectives on Politics*, 13/1, 42-54.
- Hayes, A. F. (2013). *Methodology in the social sciences. Introduction to mediation, moderation, and conditional process analysis: A regression-based approach*, Guilford Press, New York, NY.
- Hayes, A. F. (2017). *Introduction to mediation, moderation, and conditional process analysis: A regression-based approach*, Guilford Publications, New York, NY.
- Howard, P. N. ve Hussain, M. M. (2013). *Democracy's fourth wave?: Digital media and the Arab Spring*, Oxford University Press, Oxford.
- Jansen, S. ve Martin, B. (2015). The Streisand effect and censorship backfire. *International Journal of Communication*, 9, 656-671.
- Jha, C. K., ve Kodila-Tedika, O. (2020). Does social media promote democracy? Some empirical evidence. *Journal of Policy Modeling*, 42/2, 271-290.
- Kunda, Z. (1990). "The case for motivated reasoning", *Psychological Bulletin*, 108/3, 480.
- Larreguy, H. ve Marshall, J. (2019). "The Incentives and Effects of Independent and Government-controlled Media in the Developing World", *The Oxford Handbook of Electoral Persuasion*, (Ed: E. Suhay, B. Grofman ve A. H. Trechel), Oxford University Press, Oxford.
- Leeson, P. T. (2008). "Media freedom, political knowledge, and participation", *Journal of Economic Perspectives*, 22/2, 155–169.
- Letsch, C. (2014, 21 Mart). Turkey Twitter users flout Erdogan ban on micro-blogging site. *The Guardian*. (30.05.2021) <https://www.theguardian.com/world/2014/mar/21/turkey-twitter-users-flout-ban-erdogan>
- Marshall, T. H. ve Bottomore, T. (1992). *Citizenship and social class*, Vol. 2, Pluto Press, London.
- Mattes, R. ve Bratton, M. (2007). "Learning about democracy in Africa: Awareness, performance, and experience", *American Journal of Political Science*, 51/1, 192–217.
- McCombs, M. (2018). *Setting the agenda: Mass media and public opinion*, John Wiley & Sons, Hoboken, NJ.
- Mickiewicz, E. P. (1999). *Changing channels: Television and the struggle for power in Russia*, Duke University Press, Durham, NC.
- Miller, A. H., Hesli, V. L. ve Reisinger, W. M. (1997). "Conceptions of democracy among mass and elite in post-soviet democracies", *British Journal of Political Science*, 27, 157–190.
- Morozov, E. (2011). *The net delusion: How not to liberate the world*, Penguin UK, London.
- Nisbet, E. C., Kamenchuk, O., & Dal, A. (2017). "A psychological firewall? Risk perceptions and public support for online censorship in Russia", *Social Science Quarterly*, 98/3, 958-975.
- Nisbet, E. C., Stoycheff, E. ve Pearce, K. E. (2012). "Internet use and democratic demands: A multinational, multilevel model of internet use and citizen attitudes about democracy", *Journal of Communication*, 62/2, 249–265.
- Norris, P. (1999). *Critical citizens: Global support for democratic government*, (Ed. P. Norris), Oxford University Press, Oxford.
- Norris, P. (2001). *Digital divide: Civic engagement, information poverty, and the internet worldwide*, Cambridge University Press, Cambridge.
- Norris, P. (2011). *Democratic deficit: Critical citizens revisited*, Cambridge University Press, Cambridge.
- Ojo, E. O. (2003). "The mass media and the challenges of sustainable democratic values in Nigeria: Possibilities and limitations", *Media, Culture & Society*, 25/6, 821–840.

- Reporters without Borders. (2013). World Press Freedom Index. (21.02.2021) <https://rsf.org/en/world-press-freedom-index-2013>
- Reporters without Borders. (2014a). Government uses repeated seizures to harass newspapers. (21.02.2021) <https://rsf.org/en/world-press-freedom-index-2013>
- Reporters without Borders. (2014b). Libya still extremely dangerous for journalists. (21.02.2021) <https://rsf.org/en/world-press-freedom-index-2013>
- Roberts, M. E. (2018). *Censored: distraction and diversion inside China's Great Firewall*, Princeton University Press, Princeton, NJ.
- Roberts, M. E. (2020). "Resilience to Online Censorship", *Annual Review of Political Science*, 23.
- Rød, E. G. ve Weidmann, N. B. (2015). "Empowering activists or autocrats? The internet in authoritarian regimes", *Journal of Peace Research*, 52(3), 338–351.
- Sanovich, S., Stukal, D. ve Tucker, J. A. (2018). "Turning the virtual tables: Government strategies for addressing online opposition with an application to Russia", *Comparative Politics*, 50/3, 435–482.
- Shen, F. ve Zhang, Z. (2018). "Do circumvention tools promote democratic values? Exploring the correlates of anticensorship technology adoption in China", *Journal of Information Technology & Politics*, 15/2, 106–121.
- Shirky, C. (2008). *Here comes everybody: The power of organizing without organizations*, Penguin, London.
- Shoemaker, P. J. ve Vos, T. (2009). *Gatekeeping theory*, Routledge, London.
- Stoycheff, E. L. (2013). *Free media consolidation in Eastern Europe: Citizen attitudes about political, legal, and economic media freedom*. (Yayımlanmamış Doktora Tezi). The Ohio State University
- Stoycheff, E. ve Nisbet, E. C. (2014). "What's the bandwidth for democracy? Deconstructing internet penetration and citizen attitudes about governance", *Political Communication*, 31/4, 628–646.
- Taber, C. S. ve Lodge, M. (2016). "The illusion of choice in democratic politics: The unconscious impact of motivated political reasoning", *Political Psychology*, 37, 61–85.
- Thorson, K. ve Wells, C. (2016). "Curated flows: A framework for mapping media exposure in the digital age", *Communication Theory*, 26/3, 309–328.
- Voltmer, K. (2008). "Comparing media systems in new democracies: East meets South meets West", *Central European Journal of Communication*, 1/01, 23–40.

#### **Beyan ve Açıklamalar (Disclosure Statements)**

1. Bu çalışmanın yazarları, araştırma ve yayın etiği ilkelerine uyduklarını kabul etmektedirler (The authors of this article confirm that their work complies with the principles of research and publication ethics).
2. Yazarlar tarafından herhangi bir çıkar çatışması beyan edilmemiştir (No potential conflict of interest was reported by the authors).
3. Bu çalışma, intihal tarama programı kullanılarak intihal taramasından geçirilmiştir (This article was screened for potential plagiarism using a plagiarism screening program).





Article Info/Makale Bilgisi

✓Received/Geliş:25.05.2021 ✓Accepted/Kabul:19.07.2020

DOI:10.30794/pausbed.942783

Araştırma Makalesi/ Research Article

Selçuk, E. K. ve Koca, B. (2022). "Solun Aydın Bakışı: Türkiye'de 1960'lı Yıllarda Sol Çevrelerde Asker-Sivil Aydın Zümre Tartışması", *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı 48, Denizli, ss. 61-77.

## SOLUN AYDINA BAKIŞI: TÜRKİYE'DE 1960'LI YILLARDA SOL ÇEVRELERDE ASKER-SİVİL AYDIN ZÜMRE TARTIŞMASI

Ekin Kadir SELÇUK\*, Bayram KOCA\*\*

### Öz

Türkiye'de sol düşünce 1960'lı yıllarda yeni anayasanın getirdiği atmosferden yararlanarak ve giderek sayısı artan üniversite öğrencisi ve sanayi işçisinin de etkisiyle aydınlar, işçiler, öğrenciler arasında yayılmıştır. 1960'larda Türkiye solunda farklı düşünce akımları ve partiler ortaya çıkmış ve bunlar arasında hararetli tartışmalar yaşanmıştır. Türkiye'nin toplumsal yapısı bir devrime hazır mı, sınıflar muhtemel devrimde nasıl bir rol oynayabilir, devrim parlamenter yolla gelebilir mi gibi soruların sorulduğu bu tartışmaların merkezinde aydın meselesi yer almaktadır. Aydın meselesi o yıllarda asker-sivil aydın zümre başlığı altında konuşulmuş ve bu çerçevenin dışına çıkamamıştır. Asker-sivil aydın zümreye devrimde nasıl bir rol düştüğüne dair yorumlar solun Kemalizm'le ilişkisi, cumhuriyet devrimlerini yorumlayışı ve sosyalizm anlayışıyla doğrudan bağlantılıdır. Bu yazıda, birincil metinler üzerinden dönemin üç sol ana akımı olan Yön-Devrim Hareketi, Türkiye İşçi Partisi ve Millî Demokratik Devrim hareketlerinde bu tartışmanın nasıl yürütüldüğüne bakarak Türk solunun o yıllarda aydın meselesini kavrayışı ele alınmaktadır. Bu çerçevede akımların çıkardıkları dergiler, yazdıkları kitaplar ve bildiriler taranmış, bunlar analiz edilerek bir değerlendirilmeye tabi tutulmuştur.

**Anahtar kelimeler:** *Aydın, Türk solu, Yön-Devrim Hareketi, Türkiye İşçi Partisi, Millî Demokratik Devrim.*

### THE PERCEPTION OF THE LEFT ON THE INTELLECTUAL: THE DISCUSSION OF MILITARY-CIVILIAN GROUP OF INTELLECTUALS IN LEFTIST CIRCLES IN THE 1960'S

#### Abstract

Leftist thought in 1960's was spread among intellectuals, workers and university students by the effect of the atmosphere brought by the new constitution and increasing numbers of university students and workers. In the 1960's different currents of thought and leftist parties emerged and there has been debates among them. The intellectual issue is at the center of these debates in which questions like whether Turkey's social structure is ready for a revolution, which role social classes can play in the revolution, whether revolution can occur through parliamentary ways were asked. The issue of the intellectual has been discussed under the heading of military-civilian groups of intellectuals and cannot go beyond this framework. The interpretations of the role of the military and civilian groups of intellectuals in the revolution are directly related to the left's relationship with Kemalism, its interpretation of the Republican revolutions and the understanding of socialism. In this article, Turkish left's approach to the issue of the intellectual is handled by looking at how this debate was conducted in Yön-Devrim Movement, Workers Party of Turkey and National Democratic Revolution movements, which were the three main streams of the period, through the primary texts. In this framework, the journals published by the movements, the books they wrote and the papers were searched, analyzed and evaluated.

**Keywords:** *The Intellectual, Turkish Left, Yön-Devrim Movement, Workers Party of Turkey, National Democratic Revolution.*

\*Dr. Öğr. Üyesi, Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Gazetecilik Bölümü, BOLU.

e-posta: ekinkadirsalcuk@ibu.edu.tr, (<https://orcid.org/0000-0003-4978-3635>)

\*\*Dr. Öğr. Üyesi, Kilis 7 Aralık Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Bölümü. KİLİS.

e-posta: bayramkoca@kilis.edu.tr, (<https://orcid.org/0000-0003-3269-7132>)

## GİRİŞ

1960'larda Türkiye'nin düşünsel ve sosyal atmosferinde meydana gelen en görünür, en çarpıcı değişikliklerden biri sol düşüncenin giderek yayılması ve Türkiye'nin sosyal, düşünsel dünyasında önemli bir güç haline gelmesidir. Bunda 1961 Anayasası'nın getirdiği hak ve özgürlüklerin, sosyal bilincin etkisi de vardır kuşkusuz. 1960'ların başında Türkiye İşçi Partisi (TİP), 1965'te kurulan Türkiye Öğretmenler Sendikası (TÖS), 1967'de kurulan Devrimci İçi Sendikaları Konfederasyonu (DİSK), üniversite gençliğinin sesi olan Fikir Kulüpleri Federasyonu (FKF) gibi bu yıllarda solun öğrenci, öğretmen, işçi gibi toplumun temel kesimlerinde yayıldığını gösteren ve bu yayılmayı daha da arttıran kurumlar ortaya çıkmıştır. Bu yıllarda dünyada da genel olarak sola, solun temel değerlerine bir yöneliş meydana gelmiş, dünyadaki gelişmelerden Türkiye'deki sol düşünce de etkilenmiştir (Bora, 2017: 595-597). 1960'larda sol düşünce içinde en önemli tartışma başlıklarından birisini "aydın" meselesi oluşturmuştur. 27 Mayıs 1960 Darbesi'ni ve 1961 Anayasası'nı yapan güçleri de göz önünde bulundurarak aydınların olası bir devrimde nasıl bir rol oynayacağı, Türkiye'nin içinde bulunduğu şartlarda aydının etkisi gibi konular tartışmayı ister istemez "asker-sivil aydın zümre"ye getirmiştir. Asker-sivil aydın zümreden kasıt genellikle asker-sivil bürokratlar, bağımsız aydınlar, akademisyenler ve üniversite gençliği olmuştur. Bu dönemde sol çevrelerde Türkiye'de Kurtuluş Savaşı'nı, cumhuriyet devrimlerini asker-sivil aydın zümrenin yaptığı düşünölmüş, 27 Mayıs 1960 Darbesi'nin ardında da bu güçlerin yer aldığı belirtilmiş ve bu güçlerin olumlu ya da olumsuz mutlaka değerlendirmeye tabii tutulması ve sosyalist devrimde bir rolü olup olamayacağının konuşulması gerektiği dillendirilmiştir. Asker-sivil aydın zümreye devrimde nasıl bir rol düştüğüne dair yorumlar solun Kemalizm'le ilişkisi, cumhuriyet devrimlerini yorumlayışı ve sosyalizm anlayışıyla doğrudan bağlantılıdır.

Bu çalışmanın amacı, 1960'larda Türkiye solunda aydın meselesine dair tartışmaları ele almaktır. Dönemin üç sol akımı olan Yön-Devrim Hareketi (YDH), TİP, Millî Demokratik Devrim (MDD) hareketi bu araştırmanın üzerinde duracağı odaklardır. Bu çalışma, esas olarak metin analizi yöntemiyle birincil kaynaklar üzerinden yürütülecektir. Yeri geldiğinde de ikincil kaynaklardan faydalanılacaktır. Birincil kaynak olarak, YDH, TİP ve MDD akımlarının resmi yayın organları ve önde gelenlerinin kaleme aldıkları yazılar ve kitaplardan faydalanılacaktır. Ayrıca bu üç akımın aydın meselesini ele alışı kıyaslanacak, benzer ve farklı noktaları tartışılacaktır. 1960'larda solda asker-sivil aydın zümre denildiğinde akla daha çok asker-sivil bürokrasi geldiği söylenebilir. Zira Türkiye'de uzun müddet boyunca aydınlar çoğunlukla bürokrasiyle birlikte düşünölmüştür. Sol içi tartışmalarda bürokrat ile bağımsız aydının birbirinden farklılıkları ya da benzerlikleri pek kıyaslanmamış ve genel olarak aydınlar, "asker-sivil aydın zümre" olarak ele alınmıştır. Bu çerçevede bu çalışmada, aydınlar arasında ayırım yapılmamış, genel olarak "asker-sivil aydın zümre" başlığı altında değerlendirilmiştir. Bu çalışma, 27 Mayıs 1960 Darbesi ile 12 Mart 1971 Muhtırası arasındaki süreci kapsamaktadır zira aydın meselesinin en yoğun yaşandığı dönem bu zaman dilimidir. Bu çalışmada ilk olarak aydın meselesine dair teorik tartışma yapılacak, sonrasında da sırasıyla YDH, TİP ve MDD'nin aydın meselesine bakışı ele alınacaktır.

### 1. AYDIN TARTIŞMASI

Aydın ve entelektüel kavramları üzerine Antonio Gramsci, Karl Mannheim, Edward Said, Zygmunt Bauman gibi düşünürler yazmışlardır. Ayrıca Cemil Meriç, Şerif Mardin, Sabri Ülgener gibi yerli düşünürlerin de ilgisini çekmiş bu kavramlar. Bununla birlikte entelektüel ve aydın, birbirlerinin yerine kullanılsa da farklı anlamlar taşımaktadır. Entelektüel, idrak olarak çevirebileceğimiz *intellect* kökünden gelir ve genel olarak idraki güçlü, geniş ve derin olan kişi anlamına gelir. Entelektüel bağımsızdır ve genel olarak "hakikatin" peşindedir. Said, entelektüelin bu dünyaya ait olmayan "ebedi hakikat ve adalet standartlarının bayraktarlığını" yaptığını söyler (1994: 23). Aydını ise toplumu aydınlatan, doğrunun, iyinin, güzelin bayraktarlığını yapan, bir siyasal programın ya da ideolojinin altyapısını inşa eden kişi şeklinde tanımlayabiliriz (Dellaloğlu, 2020: 134). Dolayısıyla aydının Karl Marx'ın meşhur "filozoflar dünyayı farklı şekilde yorumladılar, aslanan ise onu değiştirmektedir" cümlesinden yola çıkarak toplumsal dönüşüm yaratmak istediğini söyleyebiliriz. Bu çerçevede 1960'lardaki Türkiye'deki solcu düşünürleri, aşağıda da tartışacağımız üzere, toplumu dönüştürme, aydınlatma ve onlara yön verme amaçları doğrultusunda değerlendirdiğimizde, "aydın" olarak ele alabiliriz. 1960'lardaki YDH, TİP ve MDD'nin rolleri ele alındığında bu akımların Bauman'ın "yasa koyucu aydın" ve Gramsci'nin "organik aydın" kavramları ile açıklanabileceği öne sürülebilir.

Bauman, modernite ve postmodernite üzerine yaptığı çalışmalarla bilinmektedir (2003a). Aydın meselesine dair öne sürdüğü “yasa koyucu aydın” ve “yorumlayıcı aydın” tanımlamaları da modernite ve postmodernite ile ilişkilidir. Bauman, Aydınlanma çağıyla birlikte modernitenin doruk noktasına ulaştığını ve modernitenin en belirgin vasfı olan “bilgi sendromu”nun da bu dönemde belirginlik kazandığını söyler (2003b: 8). Özellikle modern devletin yükselişiyle birlikte “bilgi sendromu”nun da öneminin arttığını ve devletin amacının halkı aydınlatmak olduğunu belirtmiştir. Toplumun bilgiye sahip kesimi olan aydınların da bu dönemde ortaya çıktığını öne sürmüştür. Bauman, yasa koyucu aydınların 19. yüzyılın sonunda ortaya çıktığını ve özellikle de 20. yüzyılda revaçta olduğunu belirtmiştir. Yasa koyucu aydınlar, devleti yönetme amacındadırlar ve meşruiyetlerini toplumun aydın olmayan kesimine kıyasla bilgiye sahip olmasından alırlar. Hatta Bauman, yasa koyucu aydınların bilgilerinin bu dünyadan olmadığını öne sürerek onların bilgeliğine kutsallık dahi atfetmiştir (2003b: 11). Bu kesim, kendisinde “tek” ve “doğru” olan düzeni sağlamak için toplumu disipline etme, eğitme, terbiye etme, iyileştirme, cezalandırma yetkisine sahip görür. (2003b: 135). Zira onların amacı, “halka bilgi götürme, gözleri batıl inançla kör olanlara net bir görüş sağlama, cahil kesimlere bilgeliğe kazandırma”dır (Bauman, 2003b: 91). Bu çerçevede yasa koyucu aydınlar halkı aydınlatmak için gerekirse despotikleşebilirler. Dolayısıyla bu kesimin, aydınlanmanın bilginin demokratikleştirilmesi vaadinden kopartılarak iktidara tabi kılınması yönünde hareket ettiği söylenebilir (Taşkın, 2019: 41).

Türkiye çerçevesinde değerlendirildiğinde erken cumhuriyet döneminde yasa koyucu aydınların Kemalist bir düzen anlayışı içerisinde aktif olduklarını belirtebiliriz. Bununla birlikte 20. yüzyılın ikinci yarısından itibaren Bauman’a göre modernite düşüşe, postmodernite ise yükselişe geçmiş, yasa koyucu aydınlar da yerini “yorumcu aydınlara” bırakmıştır. Yorumcu aydınlar, tek bir düzen çerçevesinde toplumu dönüştürmek yerine postmodern dönemde bilginin görecelini öne sürmüş, çoğulculuğa vurgu yapmış ve birçok farklı düzenin olduğunu belirterek görece pasif konumda kalmışlardır. Yorumcu aydınların yükselişini, Türkiye’nin de dâhil olduğu II. Dünya Savaşı sonrası demokrasiye geçişlerle yorumlayabiliriz. Demokrasilerde farklı partiler farklı düzenler öne sürebilmektedir. Bu bağlamda Türkiye’de demokrasiye geçişle birlikte yasa koyucu aydınlar yerlerini yorumcu aydınlara bırakmışlardır. Yorumcu aydınların aktif olduğu 1960’larda YDH ve MDD, iktidarı yasadışı yollarla alarak tıpkı Kemalist dönemdeki gibi tekrar yasa koyucu aydın olmak ve kendi “ideal” düzenlerini kurmak istemişlerdir. Nitekim YDH ve MDD, çeşitli eleştirileri olsa dahi Kemalizm’i sahiplenmekte, onun “millî bir demokratik devrim” olduğunu düşünmekte, kendilerine de o devrimi tamamlama rolü atfetmektedirler. Hatta Kemalizm’in erken cumhuriyet döneminde kültür reformunu (üstyapı) gerçekleştirdiğini, geriye kalan ekonomik reformları (altyapı) da kendilerinin gerçekleştireceklerini ileri sürerler (Bora, 2017: 165). Bu bağlamda YDH ve MDD’nin öne sürdüğü asker-sivil aydın zümrenin iktidara gelerek kendi düzenlerini tesis etme çabasını, Türkiye’nin yasa koyucu aydınları olma şeklinde değerlendirebiliriz.

Bu çalışmanın teorik çerçevesi bağlamında ele alınacak ikinci aydın tanımı, Gramsci’nin öne sürdüğü “organik aydın” kavramıdır. Gramsci, teorisinin çerçevesini çizdiği *Hapishane Defterleri* (1986) adlı çalışmasında devrim için şartların oluşmasına rağmen neden devrimin olmadığını sorgular. Bu kapsamda hem somut durumun (kapitalizmin) tahlili yaparken hem de yeni düzen (sosyalizm) için stratejiler ve çözüm önerileri sunmuştur. Marksistler, genel olarak ekonomiyi temel alan mücadele yürütürken Gramsci ise ekonominin son kertede belirleyici olduğunun altını çizmekle birlikte siyasete de belirleyicilik rolü atfeder. Bunu ise, “tarihsel blok” olarak adlandırdığı üstyapı ile altyapının tarihin bir evresine denk düşen bütünleşme ile gerçekleştirdiğini söyler. Gramsci, tarihsel blok kavramıyla gerek altyapının ekonomi kurumlarıyla gerekse üstyapının siyaset kurumlarının ideolojik ve kültürel olarak analiz edilmesini belirtmiş ve Marksizm’in indirgemeci/teleolojik bir bağlama yerleştirilmesini engellemek istemiştir (Yetiş, 2009: 137). Bu kapsamda tarihsel blok aracılığıyla egemen sınıfın siyaset aracılığıyla belirleyici olmaya başladığını öne sürmüştür. Gramsci, tarihsel blokun organik birliği bağlamında sivil toplum ve devlet arasındaki ilişkileri ele almış ve “rıza”nın sağlandığı sivil toplumun mücadele alanı olduğunu belirtmiştir. Gramsci’nin siyaset kuramında sivil toplum, hegemonya, ikna, rıza ve oydaşma ile, devlet ise tahakküm, diktatörlük ve zorlama kavramlarıyla eşdeğer gözükmür (Yetiş, 2009: 142). Gramsci, sivil toplum ile devlet arasındaki hegemonya mücadelesinde aydınlara önemli rol atfetmiştir. Hegemonya bir sınıfın kendi ortaya koymuş olduğu değerlerin her kesim için geçerli olabilecek evrensel değerler olduğuna ikna etmesidir. Bu anlamda hegemonya oluşturmak, bir sınıfın kendi dünya görüşünün bütün topluma yaymasıdır. Hegemonyanın ekonomik, politik ve ideolojik düzeylerde yansımalarının olduğu belirtilebilir. Aydın, bir sınıfın kendi hegemonyasını kurmasında önemi



rol oynar ki Gramsci de aydınları, zihinsel etkinliklerinden ziyade toplumdaki işlevleriyle tanınması gerektiğini belirtir (1986: 314).

Gramsci, “geleneksel aydın” ve “organik aydın” olmak üzere iki tür aydın tipi tanımlamıştır. Geleneksel aydın, feodal düzende faaliyet gösteren ve köylülere bağlı olan aydın tipi olmakla birlikte günümüzde bu kesimin savunduğu tarihsel blok iktidardan düşmüştür (Gramsci: 312-313). Gramsci’nin kapitalizm düzeninde ideoloji ve kültürü toplumu yayan temel aktör olarak tanımladığı kesim ise “organik aydın”dır. Organik aydın belli bir sınıfa bağlı aydın olup hem işçi hem de burjuva sınıfının kendine has organik aydınları vardır ve bunlar kendi hegemonyalarını kurmak ya da devam ettirmek isterler. Burjuva sınıfının organik aydını, kültürel ve ideolojik olarak burjuva sınıfının hegemonyasının devamını sağlamaya çalışır. İşçi sınıfının organik aydınının görevi ise hem işçi sınıfını bilinçlendirmek hem de işçi sınıfının mücadelelerini belirlemede önemli rol oynayıp bunu, ulusal bazda yaymaya çalışmaktır (Yetiş, 2009: 161). Ancak Gramsci, organik aydınların egemen sınıfa karşı mücadelesinde başarılı olabilmeleri için işçi sınıfının partisiyle (devrimci parti) birlikte hareket etmesi gerektiğini söyler. Gramsci’ye göre işçi sınıfı ile burjuva arasındaki hegemonya mücadelesinde, işçi sınıfının hegemonyasını kurmada liderliği üstelenecek yapı “Modern Prens” olarak gördüğü “devrimci parti”dir. Modern Prens, işçi sınıfının hegemonyasını oluşturması ve bağımlı sınıfların ortak hedefe yönelik birlikte hareket etmesi için mücadele eder (Gramsci, 1984: 36). Bu çerçevede aydınlar, işçilerle birlikte devrimci parti içerisinde faaliyet yürüttükleri sürece anlamlıdır. Ayrıca devrimci parti sayesinde işlevlerini yerine getiren kişi sayısı artacak, daha çok insan politik açıdan katılım sağlayacak ve böylece karar verme yetkisi tek başına aydınların tekeli olmaktan çıkacaktır (Yaralı-Akkaya, 2014: 43). Devrimci partide aydınlar, teori ve pratiğin birlikteliğini ifade eden *praksisin* örgütleyicileri olarak önem kazanırlar (Sezer-Şanlı, 2020: 21). Bu kapsamda, Türkiye’deki aydınların da devrimci parti (TİP, 1960’larda devrimci partinin kendisi olduğunu düşünmektedir) içerisinde organik aydın olarak işçilerle birlikte faaliyet göstermeleri beklenmektedir. Dolayısıyla TİP’in aydınlara bakışını organik aydınların devrimci partinin yanında saf tutmak şeklinde ele alabiliriz.

## 2. YDH VE AYDINLAR

*“Zinde Kuvvetler kalkınmamızın ilk şartı olan bağımsızlık savaşını yürütecek güce ve yeteneğe sahiptirler”*  
Doğan Avcioğlu

1960’ların başlarında Doğan Avcioğlu önderliğinde çıkarılan Yön dergisi ve onun 1967’de kapanmasıyla yine 1969’da yayın hayatına başlayan *Devrim* gazetesi etrafında toplanan aydınlardan oluşan YDH 1960’larda, Türk solunun (TİP ve MDD ile birlikte) üç ana akımından birini oluşturmaktadır (Şener, 2015). YDH, 1960’ların en etkili sol örgütlenmelerinden biridir. Doğan Avcioğlu, İlhan Selçuk, Mümtaz Sosyal ve İlhami Soysal gibi aydınların hazırladığı *Yön* dergisi yayın hayatına 20 Aralık 1961 yılında bir aydın bildirisiyle başlamıştır. Bildirinin temel sorunsalı Türk aydınının 200 yıllık temel meselesi olan “ülkeyi içinde bulunduğu kötü halden nasıl kurtarabiliriz”e bir cevap arayışıdır. Bu yönüyle YDH kendisinden önceki Jön Türk ve Kemalist aydın kuşaklarıyla bir paralellik gösterir. Gökhan Atılğan YDH’nin aydınlarının Gramsci’nin geleneksel aydınlar kategorisi içerisinde yer aldığını söylemektedir. YDH içinde bulunan aydınlar Türkiye’nin 1960’lar koşullarında ne hâkim sınıf olan burjuvazi ve toprak ağaları ne de ona muhalif olan işçi sınıfıyla organik bir ilişki kurmamış ve dolayısıyla geleneksel aydın statüsü içinde kalmıştır (Atılğan, 2002: 20-21). Ancak teorik kısımda ele alındığı üzere, iktidarı ele aldıktan sonra kendi “ideal” düzenlerini kurma çerçevesinde değerlendirdiğimizde YDH’nin Türkiye’nin “yasa koyucu aydın” olma niyetinde oldukları söylenebilir.

*Yön* dergisinin daha ilk sayısında yayımlanan bildiride “vatan nasıl kurtarılır” sorusunu soran YDH aydınlarının buna anahtar bir yanıtı vardır. Bildiride bütün sosyal, siyasal ve kültürel problemlerin çözümü olarak az gelişmişlikten kurtulmak ve bunun için de bir kalkınma felsefesine sahip olmak gerektiği ifade edilir:

Atatürk devrimleriyle amaç edinilen çağdaş uygarlık seviyesine ulaşmanın, eğitim davasını sonuçlandırmanın, Türk demokrasisini yaşatmanın, sosyal adaleti gerçekleştirmenin ve demokrasi rejimini sağlam temeller üzerine oturtmanın ancak iktisadi alanda hızlı kalkınmakta; yani millî istihlal seviyesini hızla yükseltmekte göreceğimiz başarıya bağlı olduğuna inanıyoruz (*Yön*, 1962: 12).

Bildiride bu kalkınmanın nasıl gerçekleştirilebileceği tartışılır. Öncelikle özel teşebbüse yaslanan bir kalkınma stratejisinin yavaş, ıstıraplı olduğu, sosyal adalete dayanmadığı ve siyasi gücü iktisadi güce tabi kıldığı için demokratik olmadığı ifade edilir. Üstelik Batı ülkelerinde özel teşebbüse dayanan kalkınma modeli sömürge devletlerden beslenerek gerçekleşmiştir oysa Türkiye için böyle bir şans yoktur (Yön, 1962: 12). Birkaç sayı sonra kalkınma yöntemi olarak sosyalizm önerilir: “*Biz demokratik bir sosyalizmin tek çıkar yol olduğuna inanıyoruz*” (Avcioğlu, 1962a: 3). Buradan anlaşıldığı kadarıyla sosyalizm YDH için öncelikle bir sınıfın yüzyıllar süren sömürden kurtulup bütün insanlar için eşit bir toplum modeli yaratma projesi olarak değil, bir kalkınma tekniği olarak anlamlıdır. YDH’ye göre bu aynı zamanda “*gerçek milliyetçiliktir*”, az gelişmiş ülkelerin milliyetçilik akımları “*kapitalizmin sömürgecilik karakterine isyanla başlamıştır*” (Selçuk, 1962: 7).

YDH’nin merkezinde bulunan Doğan Avcioğlu “*Sosyalizm Anlayışımız*” başlıklı yazısında “*gerçek milliyetçilik*” olarak da tarif edilen sosyalizm anlayışını tartışmaya açar ve üç tip sosyalizm olduğunu belirtir. Bunlardan biri Doğu sosyalizmi, diğeri Batı sosyalizmi ve üçüncüsü de Az Gelişmiş Ülkeler sosyalizmidir. Doğu sosyalizmi komünist ülkelerin hızlı bir kalkınma sürecine girdiği fakat bunun totaliter bir idare altında ve çok sayıda insani kayıp vererek gerçekleştiği bir modeldir ve ödenilen bedeller düşünülduğünde tercih edilmemelidir. Avcioğlu ikinci olarak Batı sosyalizmini ele alır ve bu modelde emekçilerin sosyal örgütlenmelerinin sağlandığını, belli bir sermaye birikiminin gerçekleştiğini ve bu sosyalizm modelinin daha yumuşak bir yöntem olduğunu ileri sürer. Batı sosyalizmi için temel mesele ortaya çıkan birikimin daha adil paylaşılmasıdır. Oysa az gelişmiş ülkelerde ilk sorun belli bir birikim yaratmaktır. Bunun tek yolu hızlı kalkınmadır ve az gelişmiş ülkelerde sosyalizm öncelikle bunu sağlayacaktır. Bu modelin Türkiye’ye uyduğunu söyleyen Avcioğlu bu sosyalizmin aynı zamanda Atatürkçülüğün bir devamı olduğunu öne sürer: “*Esasında sosyalizmi halkçılık, devletçilik, devrimcilik, laiklik, Cumhuriyetçilik ve milliyetçilik ilkelerine dayanan Atatürkçülüğün en tabii sonucu ve devamı sayıyoruz*” (Avcioğlu, 1962b: 3).

YDH’nin aydın kavramını ele alışında temel nokta burası olduğunu söyleyebiliriz. Az gelişmiş ülkelerdeki sosyalizmi gerçekleştirecek olanlar zaman zaman zinde kuvvetler, ara tabakalar, milliyetçi devrimciler olarak kavramsallaştırılan asker-sivil aydın zümredir. Avcioğlu, “*Sosyalist Gerçekçilik*” başlıklı yazısında temel sorunun Türkiye’nin hangi aşamada bulunduğunu saptamak ve sosyalizmin hangi tabakalara yaslanarak gerçekleştirilebileceğini araştırmak olduğunu öne sürer (Avcioğlu, 1962c: 20). Yine bir başka yazısında Avcioğlu meseleyi şöyle ortaya koyar: “*Anlaşılmıştır ki teorik planda ilk önemli sorun Türk toplumunun hangi gelişme aşamasında bulunduğu ve bu aşamaya nereden ve nasıl geldiğinin tespiti ve bu aşamada bizi bekleyen ilk devrimci adımın tayinidir*” (Avcioğlu, 1966e: 8). Ona göre Türkiye iktisadi ve siyasi bağımsızlığını kaybetmiş, emperyalizm tarafından sömürülen bir ülkedir. Avcioğlu’na göre aslında Türkiye 1919’da başlattığı kurtuluş mücadelesiyle siyasi bağımsızlığını sağlamıştır. Atatürk’ün temel felsefesi bağımsızlıktır ve onun fikirleri bütün az gelişmiş ülkeler için bir örnektir. Buna karşın Kemalist aydınlar önemli hatalar yapmıştır. Avcioğlu’na göre Kemalist aydınların en büyük hatası yerli bir kapitalist sınıf yaratarak Batı tipi kalkınma yöntemini benimsemektir. Kemalist aydınlar ülkedeki aşiret ve ağa tabakasının egemenliğini yıkacak sosyal reformlar yerine hukuk, eğitim, kıyafet gibi alanlarda yenilikler yapmış böylece sosyal yapının değişmeden kalmasına sebep olmuştur (Avcioğlu, 1964: 3).

Bu eleştirilere bakıldığında YDH’nin bir yanıyla Jön Türk ve Kemalist aydın kuşağının devamı olduğunu öne sürerken diğer yanıyla onların bu kuşağı çok temel bir noktada eleştirdiğini görürüz: YDH’ye göre Kemalist aydınların tutarlı bir sosyo-ekonomik stratejileri yoktur. Bir dönem devletçilik uygulanmış fakat bu yine yerli sermaye sınıfını yaratmak amacıyla gerçekleşmiş ve birkaç fabrika kurmakla sınırlanmıştır. YDH aydınları 1946’dan sonra burjuvazi ve toprak ağalarının Kemalist aydınların iktidarına son vererek gücü ele aldığını ve ilk fırsatta ülkeye yabancı sermayeyi çağırarak ülkenin yeniden bağımlı hale gelmesine sebep olduğunu savunurlar (Avcioğlu, 1964: 3).

YDH, kendi teorisini ortaya koyarken öncelikle dünyada sosyalizmin nasıl gerçekleştiğini ele almıştır. Klasik Marksist analize göre Batı’da feodaliteden sonra kapitalist aşamaya geçilmiş, burjuvazi toprak reformu yoluyla ortaçağ kalıntılarını son vermiş, güçlü bir sanayi yapılanmasına gidilmiş, bunun neticesinde işçi sınıfı ortaya çıkmıştır. Sonraki aşamada işçi sınıfının güçlenerek sosyalizmi kurması beklenir. YDH aydınları burada az gelişmiş ülkeler sosyalizmi kavramına atıfta bulunarak şu temel soruyu ortaya atarlar: Peki Batı dışı ülkeler de öncelikle kapitalist aşamadan geçmek, yerli burjuvazinin ortaçağ kalıntılarını ortadan kaldırıp sanayiye kurmasını beklemek

mi zorundadırlar? Avcıoğlu ve arkadaşlarına göre az gelişmiş ülkelerde bunu beklemek doğru değildir çünkü az gelişmiş ülkelerin burjuvazisi sanayi devrimini gerçekleştirecek, ağalığı ortadan kaldıracak bir kapasite ve niyete sahip değildir. Az gelişmiş ülkelerin burjuvazisi kompradordur, yani kendi ülkelerinde bir millî sanayi kurmak, ağa, eşraf takımını ortadan kaldırmak yerine emperyalizmle işbirliği yapar, kâr peşinde koşarken ülkenin sanayileşmesini ikinci plana atar, alt sınıfların siyasi uyanışını engellemek amacıyla toprak ağalarını ve eşrafı destekler. Dolayısıyla az gelişmiş ülkeler için burjuva demokratik devrimini gerçekleştirmek artık mümkün değildir:

20. yüzyılda bu yol kapalıdır. Kapitalist olmayan gelişmeye yönelmiş bir intikal devresi kapitalizmi atlayarak sosyalizmi kurmaya hazırlanmak için en kısa yoldur. Bu ülkeler sosyalizm inşasına başlamadan önce süresi (İşçi sınıfının gücü ve tecrübesi, köylü ve işçi sınıfı arasındaki dayanışma seviyesi, milletlerarası kapitalizme bağlılık derecesi) gibi iç ve dış kuvvet dengesine bağlı olan bir intikal devresi geçirmek zorundadır. Bu intikal devresi milli kurtuluş hareketlerinin devamıdır (Avcıoğlu, 1963b: 8-9).

Yukarıda tekrar vurgulandığı gibi Avcıoğlu bu intikal devresinin “Atatürk’ün devletçilik ve halkçılık ilkelerinin uygulanmasından başka bir şey” olmadığını savunur. Avcıoğlu ve arkadaşları Atatürkçülüğün ilkelerini Atılğan’ın ifade ettiği gibi yeniden yorumlayarak sosyalizm öncesi aşamaya bu şekilde geçileceği görüşündedir (2008a: 597). Dünyada Mısır, Cezayir gibi Üçüncü Dünya ülkelerinde bu modelin uygulanmaya çalışıldığını öne süren Avcıoğlu bu ülkelerde öncelikle mücadelenin emperyalizme karşı verildiğini öne sürer. Bu mücadele klasik sosyalist aşamadaki gibi bir işçi-burjuvazi mücadelesi değil, emperyalistlere ve komprador burjuvazi ile toprak ağaları ve eşrafa karşı verilen milletçe mücadeledir. Türkiye’nin önündeki aşamada budur Avcıoğlu’na göre:

Türkiye’de bugün temel çelişme Batı’daki gibi işçi burjuva çatışması değil, 1919’dakine benzer biçimde emperyalizme karşı milletçe mücadeledir. Kalkınma, ilerleme ve demokrasi yolunda ilk durağı teşkil eden bu ekonomik ve politik bağımsızlık mücadelesi elbette ki kendilerini millettten koparmış olan kompradorlara ve emperyalizmin içerideki müttefiklerine de yönelecek ve onlara yöneldiği ölçüde bir sınıfı nitelik kazanacaktır. Fakat mücadele özünde emperyalizme karşı milletçe girişilen milliyetçi bir hareket olarak gelişmektedir (Avcıoğlu, 1966b: 3).

Bu mücadele emperyalizme karşı verildiği için antiemperyalist ve ortaçağ kalıntılarına karşı verildiği için antifeodaldır. Bu mücadele sonucunda büyük sanayi devletleştirilecek, planlı bir ekonomiye geçilecek ve toprak reformu gerçekleştirilecektir (Avcıoğlu, 1965: 10-11). Bu milletçe mücadeleyi gerçekleştirecek öncü kuvvet ise Avcıoğlu’nun zinde kuvvetler adını verdiği asker-sivil aydın zümredir:

Emperyalizm bağımlı ülke temel çelişmesini bugün en derinden duyanlar ve bilincine varanlar genellikle küçük burjuva çevrelerden çıkan ve siyasi edebiyatımızda artık yerleşmiş bir deyimle Zinde Kuvvetler adı verilen güçlerdir. Üçüncü Dünya ülkelerinin birçoğunda da görüldüğü üzere ekonomik ve politik bağımsızlık mücadelesinin öncülüğünü istesek de istemesek de onlar yapmaktadır. Kapitalist emperyalizmin dünya tekeline kaybettiği bugünkü milletler arası durumda Zinde Kuvvetler kalkınmamızın ilk şartı olan bağımsızlık savaşını yürütecek güce ve yeteneğe sahiptirler (Avcıoğlu, 1966b: 3).

Bu noktada YDH asker-sivil aydın zümreye tarih ve toplum ötesi evrensel bir rol biçer ve onları sınıfsal kimliklerinden bağımsız olarak düşünür. Gerçi YDH’ciler bilhassa bu kategori içinde orduyu ele alırken yine de sınıfsal bir çıkarımda bulunmaya çalışırlar. Örneğin İlhami Soysal bir yazısında ordu mensuplarının Avrupa ve Güney Amerika’daki modellerinin tersine emekçi çocuklarından oluştuğunu ve bu yönüyle halkın yanında yer alacaklarını iddia eder (Soysal, 1962: 7).

Her ne kadar böyle düşünseler de YDH aydınları zaman zaman bunun tersi bir bakış açısıyla Türkiye’de politik hayatın düğüm noktasının asker-sivil aydın zümre ile halk arasındaki kopukluk olduğunu öne sürer ve bunun nedeninin aydınların yaptığı hatalar olduğunu söylerler. Bu vesileyle daha önce vurguladığımız gibi cumhuriyeti kuran kadrolara karşı eleştirilerini ortaya koyan özellikle Avcıoğlu gibi aydınlar, Türkiye’nin kurtuluşunun bu kopukluğun giderilmesi sayesinde mümkün olabileceğini savunurlar:

Türk politika hayatının düğüm noktası sanırsanız ki buradadır. Halk halk düşmanlarının peşindedir ve halkçı zinde kuvvetlere karşıdır. Bu kördüğüm çözülmedikçe Türkiye baş aşağı duran bir ağaca benzemekten kurtulamayacaktır. Huzur Türkiye'yi ayaklarının üzerine oturtabildiğimiz gün gelecektir. Mesele böyle ortaya konunca çözüm yolu kendiliğinden ortaya çıkmaktadır: Ancak halkçı bir politika halkı halk düşmanlarının pençesinden kurtarabilir ve onu halkçı zinde kuvvetlerle kaynaştırabilir. Bu kaynaşma ilerleme yolunu kesin şekilde açmanın temel şartıdır (Avcıoğlu, 1963a: 3).

Aydın tartışmasında YDH ve Avcıoğlu dönemin diğer sol akımlarından biri olan TİP'le zaman zaman çatışma halinde bulunur. TİP'i, asker-sivil aydın zümrenin öncü rolünü göz ardı ederek işçi sınıfının öncülüğünde ısrar etmesi ve antiemperyalist mücadeleyi sosyalist mücadeleyle bir ve aynı şey sayması dolayısıyla safları bölmekle ve sosyalistlerin tecrit edilmesine yol açmakla suçlarlar. *"Birçok ülkede geçilmesi zorunlu aşamaları atlayarak bir çırpıda sosyalizme ulaşmaya heveslenen bu yüzden ister istemez öteki milliyetçi güçlerle çatışmaya düşen ve sonunda fiilen milliyetçi mücadelenin dışında kalan bütün sosyalist hareketler hüsrana uğramışlardır"* diyen Avcıoğlu (1966d: 3) TİP'i şu sözlerle de eleştirir:

Türkiye'nin bir numaralı meselesinin bugünkü bağımlı durumdan kurtulmak olduğu konusunda sanırsanız bütün sosyalistler birleşmişlerdir. Bu görüşün gerektirdiği antiemperyalist milliyetçi mücadele henüz sosyalizme hazır olmayan fakat sağlam Atatürkçü ile antiemperyalist mücadeleye açık olan önemli çevrelerde destek bulmaktadır. Milliyetçi mücadele bu çevrelerin bilinçlendirilmesi ve kazanılması ile ancak gerçek bir ağırlığa kavuşacaktır. Ne var ki TİP bir yandan antiemperyalist mücadeleyi bir numaralı mesele sayarken öte yanda klasik bir burjuva-proleter mücadelesinin sloganlarını ön plana çıkararak güçleri dağıtmakta ve zayıflatmaktadır. Başka bir deyişle TİP aynı zamanda iki meydan muharebesi vermekte üstelik ikinci muharebe yüzünden ilk muharebeye hazır güçlerin azalmasına ve amaçların dağılmasına yol açmaktadır (Avcıoğlu, 1966c: 3).

1967'de *Yön* dergisinin kapanmasından sonra Doğan Avcıoğlu *Türkiye'nin Düzeni*<sup>1</sup> (1969) adlı eserini kaleme alır. Bu eserde de yine Türkiye'nin "nasıl kurtulacağına" kafa yoran Avcıoğlu *Yön*'deki çizgiyle uyumlu olarak bunun ancak hızlı kalkınma ile mümkün olduğu görüşündedir (1969: 232). Dünyada üç tip kalkınma modeli olduğunu öne süren Avcıoğlu bunları komünist kalkınma, Amerikan tipi kalkınma ve millî devrimci kalkınma yolları olarak üçe ayırır. Amerikan tipi kalkınma modelinin özel girişime dayandığını söyleyen Avcıoğlu özel girişim ile az gelişmiş ülkelerin kalkınamayacağı tezini öne sürer ve daha önce bu yolla ilgili eleştirilerini tekrarlar. Ardından komünist kalkınma yolunu ele alan Avcıoğlu bu modelin Doğu ülkelerini çok hızlı geliştirdiğini fakat bu sistemde insani yöntemler kullanılmadığını dolayısıyla bu yöntemin savunulamayacağını dile getirir. Dikkat edilirse bu eleştiriler daha önce Avcıoğlu'nun *Yön* dergisindeki "Sosyalizm Anlayışımız" başlıklı yazısında vurguladığı noktalarla aynıdır. Avcıoğlu üçüncü kalkınma yolunun, Türkiye için aynı zamanda en uygun model olan Millî Devrimci Kalkınma yolu olduğunu öne sürer (1969: 339). Avcıoğlu daha önce bunu "Sosyalizm Anlayışımız" başlıklı yazısında "Az Gelişmiş Ülkeler için Sosyalizm" kategorisinde anlatmıştır. Dolayısıyla *Türkiye'nin Düzeni* adlı eserinde Avcıoğlu daha önce *Yön* dergisinde ortaya konulan görüşleri bütünlüklü hale getirir ve kitabında bahsettiği "Millî Devrimci Kalkınma Yolu" nun öncelikle milliyetçi devrimciler, yani asker-sivil aydın zümre tarafından gerçekleştirilebileceği görüşünü tekrarlar (1969: 1091).

1969 yılında yayına başlayan haftalık *Devrim* gazetesi Avcıoğlu ve arkadaşlarının bu görüşleri çerçevesinde yeni dönemdeki stratejilerine uygun olan bir yayın politikası izlemiştir. *Devrim*'in sahibi *Yön*'ün de sahibi olan Cemal Reşit Eyüboğlu, genel yayın müdürü yine Doğan Avcıoğlu, yazı işleri müdürleri ise Uluç Gürkan ve Hasan Cemal'dir (Atılğan, 2002: 310). 1965 seçimlerinden itibaren parlamenter demokrasinin yalnızca tutucu güçleri iktidara getirdiğini öne süren (Avcıoğlu, 1966a: 3) Avcıoğlu ve arkadaşları tek yolun asker-sivil aydın zümre öncülüğünde darbe olduğunu görmüştür. *Devrim*'in yayına başlamasından itibaren temel strateji asker-sivil aydın zümre denilen kesim içinde ayrıcalıklı bir yeri olan subaylara dayanarak bir askeri darbeye iktidarı ele almak ve darbenin ardından aydınların, askerlerin, işçilerin, öğrencilerin katılacağı bir siyasal partiyle "yasa koyucu aydınlar"

<sup>1</sup> Avcıoğlu'nu bu çalışması, çıktığı dönemde sol ve sağ kesimde en çok tartışılan kitaplardan olmuştur. Celil Gürkan, dönemin Kara Kuvvetleri Komutanı Faruk Gürler'in *Türkiye'nin Düzeni*'ni "başucu kitabı" yaptığını ve "bu kitabı okumayan subayı eksik sayarım" dediğini aktarır (1985: 104-130). Nitekim Ordu içinde Avcıoğlu'nun düşüncelerine değer veren bu eklele YDH, sol bir darbe girişiminde bulunmuş ancak başarılı olamamışlardır.

olarak toplumu sosyalizme hazırlayacak reformları gerçekleştirmektir. Başka bir ifadeyle YDH, *Yön*'le Türkiye'nin yönünü belirlemiş, *Devrim*'le de devrime odaklanmıştır. Bu çerçevede *Devrim*'in kadrosu *Yön* dergisine göre çok daha dardır. *Yön*'ün sosyalizme açık, farklı fikirlere tahammül gösteren yayıncılığı yerine *Devrim*'de çubuk sosyalizmden ziyade Kemalizm'e bükülmüş, daha çok subaylara seslenen bir yayıncılık anlayışı ortaya çıkmıştır. *Devrim* 12 Mart 1971 Askeri Muhtırası'nın ardından kapatılmıştır.

### **3. TİP VE AYDINLAR**

*“Ancak işçi örgütünün içinde (...) aydın yararlı insan olur.”*  
Mehmet Ali Aybar

1960'lardaki sol canlanmanın en önemli merkezlerinden biri de ilk defa doğrudan işçi sınıfının temsilcisi sendikacıların önderliğinde kurulan sosyalist bir parti, TİP olmuştur. Parti kurulduktan yaklaşık bir yıl sonra başta Mehmet Ali Aybar olmak üzere Behice Boran, Sadun Aren gibi aydınların dâhil olmasıyla adından daha çok söz edilir hale gelmiştir. Bu tarihten sonra TİP, sosyalizmi aydın çevrelerin dışına da çıkarabilmiş, sosyalizmi halka götürmeyi belli bir ölçüde de olsa başarabilmiştir:

TİP'in ideolojik hattı üzerinde dururken partinin farklı kesim ve gruplardan oluştuğunu, bu grup ve kesimlerin fikirlerinin zaman içinde değiştiğini, dolayısıyla net, tutarlı, açık yorumlar yerine zamanla değişen görüşlerden, çatışan ve çelişen fikirlerden bahsetmenin daha yararlı olacağı söylenebilir. TİP'te sendikacılar, bağımsız aydınlar, Doğulu aydın ve siyasetçiler gibi farklı kesimler yer almaktadır ve dolayısıyla TİP'i temsil eden tek bir görüş olduğunu ve bunun zaman içinde hiç değişmediğini söylemek doğru olmaz (Ünsal, 2002: 8).

Bununla birlikte başta aydın meselesi olmak üzere TİP'i yöneten çevrelerin belli temalar üzerinde ısrarla durduklarını da vurgulamak gerekir. TİP'li liderlerin aydın meselesine bakışlarında temel yaklaşımları Gramsci'nin “organik aydın” tanımına yaklaşmaktadır. TİP'liler aydınların ancak işçi sınıfının partisinde işçilerle birlikte mücadele vererek, hem onları eğiterek hem de onlarla birlikte deneyim kazanarak devrimde etkili bir rol oynayacağına inanmaktadır. Parti'nin genel sekterliğini ve 1968'deki ayrışmadan sonra kısa bir dönem genel başkanlığını yapan Behice Boran meseleyi ele alırken öncelikle aydınların sosyalist harekette yeri ve rolü nedir sorusunu cevaplandırmak gerektiğini söyler. Sosyalizmin öncelikle “*işçi sınıfı ile kader birliği yapmış aydınlar*” tarafından geliştirilen bir teori olduğunu vurgulayan Boran, “*Sosyalizmin o günden bugüne her toplumda da önce aydınlar arasında bir fikir akımı olarak tutulduğu ve sosyalizmi işçilere öğretmede, hareketi başlatıp yürütmeye aydınların faal rol oynadığı görülmüştür,*” diye yazar (Boran, 2016: 266).

Buradan *Yön*'de başlayan tartışmalara geçen ve Türkiye'de asker-sivil aydın zümrenin devrimde öncü bir rolü olup olamayacağı konusuna eğilen Boran, Türkiye'de aydınların sınıfsal konumları gereği çelişkili bir yapı arz ettiğini ifade eder. Buna göre aydınlar belli bir derecede de olsa ülkede devrimci ilerici bir rol oynamıştır. Saltanatın kaldırılmasını, Cumhuriyet'in ilanını, hukuk ve eğitimdeki laik reformları göz ardı etmemek gerektiğini söyleyen Boran, bununla birlikte asker-sivil yönetici aydınların aynı zamanda halka tepeden bakan, halkı hor gören bir nitelik gösterdiklerini de belirtir. Boran aydın tabakasının bu çelişkili yapısını şu cümlelerle anlatır:

Devletin memuru, hizmetlisi, subayı oldukları ölçüde iktidarın bu sınıflar yararına, ezilen ve sömürülen sınıflar zararına yürüttüğü bugünkü bozuk düzeni ayakta tutma politikasına ister istemez hizmet etmek durumundadırlar, en küçük, en imtiyazsız memur ve hizmetli dahi egemen sınıflar iktidarının uygulayıcı aygıtının bir ucudur. Öte yandan belirttiğimiz nedenlerle egemen sınıfların iktidarına karşı çıktığı, devlet aygıtına yeniden hâkim olmak için mücadele ettiği ölçüde de egemen sınıflarla çatışma halindedir. İkincisi, devlet aygıtını yürüten az çok özerk bir tabaka olarak farklılaştığı için kendine özgü, bazı sosyal değerler de oluşmuştur. ‘Devletin yüksek menfaatini korumak,’ ‘devlet haysiyeti,’ ‘milli şeref ve vekar’ sivil asker tabakanın değerleri arasındadır. Bugünkü kapkaç düzeninin ve politikacılarının ülke kaynaklarını hesapsızca har vurup harman savurmasına, yabancı ve yerli çıkarıcılara peşkeş çekmesine, milli bağımsızlık ve şerefle hiçbir ölçüde bağdaştırılamayacak bir politika izlenmesine bir noktada karşı çıkmaktadır bu tabaka (Boran, 2016: 276-277).



Sosyalistlerin, aydınlarla komprador burjuvazi ve toprak ağaları arasında yaşanan iktidar çatışmalarından faydalanmasını ve aydınları sosyalist mücadeleye kazanmasını isteyen Boran, aydın bürokratların bir sınıf değil bir tabaka olduğunu ve dolayısıyla iktidara gelse dahi belli sınıflara dayanması gerektiğini vurgular. Boran'a göre eğer aydınlar işçilerle birlikte mücadeleye katılmaz ve işçi sınıfının organik aydınları olarak ortaya çıkmazlarsa, ister istemez başka bir sınıfın, bu durumda egemen sınıfların organik aydınları olacaklar ve iktidara geldiklerinde bu sınıflara yaslanacaklardır (Boran, 2016: 282).

YDH'nin dolaylı olarak da ifade ettiği *"asker-sivil aydın zümre önce devrim ya da ihtilal yapar sonra iktidara gelince halkın lehine reformlar yaparak onların gönlünü kazanır"* şeklindeki varsayımlarını şiddetle eleştiren Boran onlara cevaben *Sosyal Adalet* dergisinde *"Kestirme Yol Yoktur"* diye yazar. Öncelikle bu düşünceyi yöntem olarak eleştiren Boran şunları belirtir:

İyi niyetli namuslu, bilgili vatansever bir aydın kadronun işbaşına geçtiğini, bir an için varsayalım. Böyle bir kadro kendi kuvvetiyle iktidarı alamayacağına göre iktidarı kuvvete dayanarak ele alanlar bu kadroyu iş başına çağıracaklar demektir. İlk soru çağırırlar mı? Çağırımları sadece bir ihtimal, şu veya bu derecede kuvvetli bir ihtimal ama yine de bir ihtimal, bir zorunluluk değildir. Çağırımlar tam yetki verirler mi? Verseler gerçek kuvveti ellerinde tutanlar her an müdahale etme imkânına sahip değiller midir? (Boran, 1963: 3).

Ardından her şey sorunsuz ilerlese ve aydınlar iktidara gelip istediğini yapabilme yetkisine ulaşsa bile halk tarafından benimsenmeyeceğini belirten Boran burada yine organik aydınlarla emekçiler arasındaki ilişkinin gerekliliğine vurgu yapar:

Anayasa teminatı altında demokratik, teşkilatlı politik hareket içinde halk kütleleriyle aydın kadrosu kaynaşmadıkça, kütleler kadar aydınlar da bu hareket içinde politik eğitim, karşılıklı itimat, ekip halinde çalışma ve iktidar için demokratik mücadele tecrübesi kazanmadıkça yukarıdaki şekilde kestirmeden işbaşına getirilecek bir kadro halkın yararına reformları sanıldığı gibi kısa zamanda yapıp başarıyla uygulayamaz (Boran, 1963: 3).

Tepeden inme aydın hareketlerine karşı partinin genel başkanı Mehmet Ali Aybar'ın tavrı da nettir. *"Demokrasilerin en aksak, en bozuk şekli bile en vaatkâr diktatörlükten bin kere iyidir"* diyen Aybar şunları belirtir:

Ve gene biliyoruz ki sosyalizmi anayasaya sahip çıkarak biz emekçi halk kütleleri aşağıdan yukarı kendi ellerimizle kuracağız. Konuşmalarımda bu noktaları açıklamış bulunuyorum. Ayrıca tepeden inme sosyalizmin bizi sonunda faşizme götüreceğini, emekçi kütlelere piyon gözü ile bakan halktan kopmuş aydınların sosyalizmi asla kuramayacaklarını da anlatmaya çalıştım (Aybar, 1968: 493).

Sosyalizmi, YDH'den farklı olarak yalnızca bir kalkınma tekniği değil Aylin Özman'ın da vurguladığı gibi işçilerin, emekçilerin kendi yaşamları üzerinde söz sahibi olmasını, emeklerinin ürünlerinden ve üretim süreçlerinden yabancılaşmamasını sağlayacak bir ahlaki hümanizma olarak gören Aybar bu nedenle işçilerin, emekçilerin sosyalist iktidarın kuruluşunda da pasif değil aktif bir rol oynaması gerektiğini savunur (2008: 383). Aybar da tıpkı Boran gibi aydınların ancak işçi sınıfıyla organik birliği halinde sosyalist devrime katkı yapabileceği görüşündedir:

Küçük burjuva aydınları mensup oldukları sınıf bakımından bireyci ve genellikle kapitalizme ve onun ideolojisine dönüktürler. Bunlar iki veçheli bir şahsiyet taşır. Ancak halkın ağırlığını koyduğu bir politik hareket içinde buldukları hallerde olumlu hareket ederler. Yalnız kaldıkları zaman halka karşı olmasalar da tepeden ve dışarıdan bakma alışkanlığı içindedirler. Gerek psikolojileri bakımından gerek üretim faaliyetinin dışında bulunmaları dolayısıyla bu aydınlar kapitalizme kayma eğilimindedirler. Ancak işçi örgütünün içindedir ki aydın yararlı insan olur. Onun dışında oldu mu etiketi ne olursa olsun ona güven caiz değildir (Sargın, 2001: 406).

TİP liderleri arasında 1960'ların ilerleyen zamanlarında fikir ayrılıkları ortaya çıkmıştır. Dönemi içinde Asya Tipi Üretim Tarzı (ATÜT) tartışmalarından etkilenen Aybar, Türkiye'de asker-sivil aydın bürokrat tabakanın Osmanlı zamanında hem siyasi ve askeri güce hem de köylüden devlet adına artı değeri olarak ekonomik güce sahip olduğunu ve bu anlamda egemen bir sınıf olduğunu iddia eder. Bu, Osmanlı'da devletin her şeye hâkim olması,



kendisi dışında özerk bir gücün gelişmesine izin vermemesiyle ilgilidir. Bunun neticesinde devletteki yönetici sınıf olan kapıkulları doğrudan üretim araçlarına sahip olmasa bile artı değere sahip olma imkânını sağlayan çalışma şartlarını düzenleme yetkisini elinde bulundurarak *sui generis* egemen bir sınıf konumundadır. Ve bu sınıf halkı hor görerek, üzerinde ceberut bir baskı kurarak hükmetmektedir (Aybar, 1968: 8). Aybar bu sınıfın erken cumhuriyet döneminde asker-sivil bürokrasi olarak varlığını devam ettirdiğini, halkı ezdiğini ve egemenliğini sürdürdüğünü savunur (1968: 639-640). Başka bir ifadeyle komprador burjuvazi ve toprak ağalarının yanına “Amerikancı” bürokrasiyi de egemen bir sınıf olarak koyar. Bu tabii diğer sol akımlarca devrimci bir potansiyel taşıdığı düşünülen asker-sivil bürokrat aydınının tam tersine devrimin karşısında mücadele edilecek güçlerden biri olarak değerlendirilmesi anlamına gelir (Aybar, 1968: 12). Aybar ilerleyen yıllarda bu bürokrasi eleştirisini Sovyet bürokrasisi eleştirisine doğru ilerletmiştir (Ünlü, 2002: 278-283).

1968’de parti içinde Aybar ile Boran-Aren ve arkadaşları arasında başlayan ayrışma giderek büyümüş ve partiden kopmalar başlamıştır. Taraflar arasındaki görüş ayrılıkları arasında aydın meselesine bakış da vardır. Boran ve ekibinin muhalefetteyken kurduğu *Emek* dergisinde bir taraftan MDD ve taraftarlarıyla bir fikir mücadelesi yürütülürken bir yandan da Aybar’ın fikirleriyle bir çatışma yaşanır. *Emek* dergisinin ilk sayılarında bürokrasi tartışmasına giren Boran’ın bürokrasiden kastettiği yazılarda da vurguladığı gibi asker-sivil aydın zümredir. Bu zümre hakkındaki yorumlarına önce bu konuda iki farklı görüş olduğunu vurgulayarak başlar. Birincisi asker-sivil aydın zümrenin tarihte ilerici, devrimci bir rol oynadığını savunan YDH ve MDD’cilerin görüşüdür. İkincisi ise bu zümreyi mutlaka halka baskı yapan, halkı gör gören ve toplumsal ilerlemenin önünde duran bir yönetici sınıf olarak tasvir eden Aybar’ın ve İdris Küçükömer’in görüşüdür. Boran’a göre bu iki görüşten birini tercih etmek zorunlu değildir. “*Ya asker sivil aydın tabakayı devrimci gücün öncüsü temel gücü saymak veya onu ağa ve komprador burjuvazi ile aynı safa koyup karşımıza almak gibi kesin ayrı şık ve bunlardan mutlaka birini tercih etmek gibi bir durum bir zorunluluk yoktur,*” diyor Boran, daha önce *Türkiye ve Sosyalizm Sorunları* (2016) kitabında yazdığı görüşlere benzer fikirler ileri sürer. Aybar ve Küçükömer’in asker-sivil aydın zümrenin hep gerici ve halk karşıtı bir noktada durduğu tezini Batılılaşma yolunda atılan adımları ve özellikle “*27 Mayıs’ı gerici saymak mümkün müdür*” diye eleştiren Boran, Avcioglu ve MDD’cileri ise bu tabakanın oynadığı devrimci rolün belli bir tarihsel momente özgü ve döneminin koşulları içinde geçerli bir durum olduğunu görmemekle eleştirir. Ardından bu konudaki üçüncü görüş olan kendi görüşlerini ortaya koyan Boran her şeyden önce bu tabakanın çelişkili yapısını tekrar vurgular: “*Sivil asker aydın tabaka ise ister bürokrasiye dâhil kesimiyle olsun ister bunun dışındaki serbest kesimiyle olsun toplum katları arasında tümüyle çelişik ve tutarsız bir tabaka olmakla belirlenir*” (Boran, 1969a: 4-6).

Aybar’ın Osmanlı’dan bugüne halkı hor gören bir tutum içinde olmakla suçladığı ve üretim araçlarına doğrudan sahip olmasa bile üretimin koşullarını düzenleme yetkisini elinde bulundurduğu için *sui generis* egemen bir sınıf olduğunu söylediği asker-sivil aydın zümrenin Osmanlı’dan bu yana hiç değişmediğini düşünmenin yanlış olacağını savunan Boran, bir sonraki yazısında bu tabakanın Osmanlı zamanında bir sınıf olsa bile bugün büyük değişiklikler geçirdiğini, artık bürokrasi özelliği gösterdiğini ve bu yönüyle bir tabaka olduğunu iddia eder:

19. yüzyıldan bu yana yönetici grup artık bir bürokrasi niteliğini almıştır, yani devletin yönetim mekanizmasında yer alıp yine devletten para olarak maaş, ücret alan, belli tayin, terfi, görevden çekilme kurallarına tabii olan, bir grup olarak kendine özgü bir takım imtiyazlara sahip bulunan, kendisi bir sınıf olmayıp esas itibarıyla toplumdaki egemen sınıflara hizmet eden, ama toplumdaki çelişkilerin ölçüsüz keskinleşip toplumu patlatmaması için de bir yandan baskı usullerini kullanırken bir yandan da şartların zorlamasıyla bir ölçüde sömürülen alt sınıfları da kollayan, az çok özerk ama sınıf ilişkilerinden bağımsız değil, bir tabaka haline gelmiştir (Boran, 1969b: 5-6).

Daha önceki görüşleriyle paralel bir biçimde bir tabaka olarak bu yapının mutlaka belirli sınıflara dayanması gerektiğini öne süren Boran bu kez bu tabakayla yapılması gereken bir ittifak üzerinde eskisinden daha fazla durur. Daha önce *Türkiye ve Sosyalizm Sorunları* (2016) kitabında Boran bu tabakayla ve genel olarak bu tabakaya yaslanan diğer örgütlerle bir ittifak çabasına karşı olumsuz bir tutum takınmıştır:

Anayasadan ve millî bağımsızlıktan yana bütün demokratik antiemperyalist örgütlerin güçlerin, kişilerin asgari bir ortak program üzerinde bir cephe hareketi halinde birleşmesine ise bugün

Türkiye’de şartlar elverişli değildir. Böyle bir birleşik cephe hareketine katılmayı TİP asla reddetmez. Ama Türk burjuvazisinin ilerici unsurları ve burjuva ideolojisinden ayrılmayan ara sınıf ve tabakalar sınıfsal durum konusunda hayli bilinçlidirler, ne kadar anayasadan bağımsızlıktan yana olmak isteseler de sosyalist hareket karşısında tedirgindirler. Sınıf durumları ve çıkarları ağır basmaktadır, işçi-emekçi sınıfların uyanmasından, anayasa hak ve hürriyetlerine sahip çıkıp politik bir güç haline gelmesinden ürkmektedirler. Onun için de ne anayasa ne bağımsızlık konusunda kesin tutarlı, sebatlı bir vaziyet almamakta, çelişkilere tutarsızlıklara düşmektedirler ve sosyalistlerle işbirliğinden, aynı safta olmaktan kaçınmaktadırlar (Boran, 2016: 405-406).

Oysa *Emek*’teki yazılarında bu kez hiçbir sınıfın devrimi tek başına yapamayacağını savunan Boran bu noktada müttefik arayışlarına yönelir:

Ama bunu böylece belledikten sonra işçi emekçi sınıflara müttefik veya yardımcı olabilecek öbür sosyal güçler üzerinde durmak, bunların desteğini ve belli ortak amaçlar üzerinde işbirliğini sağlama yolunda aktif girişimlerde bulunmak egemen sınıflar arasındaki her türlü çelişki ve sürtüşmeden yararlanmak doğru sosyalist politika ve taktik gereğidir. Bilimsel sosyalizmin objektif gerçeklerin tahlilinden çıkardığı ve daha sonraki gelişmelerin de doğruladığı şu temel yargıyı da asla unutmamak gerekir. Hiçbir sosyal sınıf ne kadar güçlü ve devrimci bir çizgiye gelmiş olsa da devrimi kendi başına öbür yardımcı ve müttefik sınıf ve tabakaların desteği ve katkısı olmadan başaramaz. Bürokrasiyi tümünde bir sınıf sayıp ağa ve burjuva sınıflarla aynı safa koymak hele Türkiye’ye özgü şartlar ışığında işçi emekçi sınıfların politik hareketini yalnız bırakmak, tecrit edilmiş vaziyete düşürmek olur (Boran, 1969a: 4-6).

Koşulların değiştiğini bilhassa 1950’den itibaren aydınların egemen sınıflarla çatışma içinde olduğunu öne süren Boran asker-sivil aydın zümreye göz kırpar: *“Bu tabaka 1950’lerden beri ağa ve burjuva sınıflarıyla iktidar mücadelesi içindedir, bugün bu mücadele daha da keskinleşmiştir. Sosyalistlere düşen görev bu durumdan yararlanarak bürokrasiyi ağa ve burjuvalardan burjuva ideolojisinden daha da koparmaya onu işçi-emekçi sınıfların davasına kazanmaya çalışmaktır”* (Boran, 1969a: 4-6).

Boran ve Aybar’ın fikirleri aydın-bürokrat tabaka tartışması da dâhil olmak üzere ayrışsa bile TİP liderleri dönemleri boyunca aşamacı devrim teorilerine ve devrimin öncüsünün aydınlar olması gerektiği görüşüne karşı çıkmışlardır. Türkiye’de demokratik devrimin asker-sivil aydın zümre öncülüğünde tamamlandığını ve ülkede sosyalizme izin veren bir anayasa olduğunu, bunun da ilerlemenin bir ölçütü olduğunu savunan TİP liderleri Türkiye’nin önündeki aşamanın sosyalist devrim olduğunu savunurlar. Devrime öncülük konusunda işçilerin öncülüğünü her fırsatta vurgulayan TİP liderleri YDH’nin ve MDD’nin “öncelikli hedef sosyalizm değil bağımsızlık olmalı bunun için *de milletçe mücadele edilmeli*” şeklindeki tezlerine karşı antiemperyalist mücadelenin sosyalist mücadeleyle bir ve aynı şey olduğu savını öne sürerler (Aybar, 1968: 660). Daha önce bir millî kurtuluş savaşı veren Türkiye’nin bu savaşın öncülüğünü işçiler ve emekçiler değil küçük burjuva aydınlar yaptığı ve sosyalizm bir hedef olarak seçilmediği için bağımsızlığın tekrar yitirildiğini savunurlar (Aybar, 1968-659-660). Bu çerçevede TİP, asker-sivil aydın zümrenin “organik aydın” olarak işçilerle birlikte sosyalizm için mücadele etmesi gerektiğini savunmuştur.

Hiçbir zaman asker-sivil aydın zümreye ve özellikle orduya sosyalist devrimde öncü bir rol biçmeyen TİP bu şartlar altında parçalanmış ve dağılmış bir yapı halinde 12 Mart’a gelir. 12 Mart Muhtırası’na en net tepkiyi veren sol akım TİP olmuştur. Parti daha 12 Mart yaşanmadan, bu sürece gelirken bir “askeri faşizm” tehlikesinden bahsetmiş ve pek ses getirmese de 8 Ocak 1971’de “Faşizme Karşı Birleşelim” kampanyası başlatmıştır. 12 Mart Muhtırası’nın ardından 27 Mayıs Anayasası’nın çiğnendiğini ve emperyalizmin desteğiyle askeri bir faşizm geldiğini savunan TİP bütün demokratları parlamenter rejimi savunmaya çağırmıştır. 12 Mart sürecinin ardından kapatılan TİP 1970’lerde yeniden siyasi hayata girse de 1960’lardaki etkinliğini sağlayamamıştır.

#### 4. MDD VE AYDINLAR

*“Yüzyıldan uzun bir süredir Türkiye’nin kaderine hükmetmiş olan asker sivil bürokrat zümre bir geçmişin, bir geleneğin temsilcisidir. Bu geçmişte örneğin bir Çanakkale var, bir Kurtuluş savaşı var”*  
Mihri Belli

MDD hareketi eski TKP’li Mihri Belli önderliğinde bir grup sosyalistten oluşmaktadır. Hareket görüşlerini ilk defa 1960’ların başlarında *Yön* dergisi içinde duyurmuş, TİP içinde örgütlenmeye çalışmış bunu başaramasa da 1960’ların sonlarında sosyalist üniversite gençliğinin TİP’ten kopmasında önemli bir rol oynayarak o yıllarda gençliğin sahiplendiği düşünceleri ortaya koymuştur. Mihri Belli, 1960’ların başlarında TİP ile *Yön* arasında başlayan tartışmalara takma adlarla yazdığı yazılarla katılmış, militan, atak bir portre çizmiş, eski TKP’li kimliğinin üzerinde yarattığı efsanevi imgeden de yararlanarak 1960’ların sonunda gençliği etkisi altına almış, MDD teorisini çizmiş bir sosyalisttir (Atılğan, 2008b: 548). 1960’ların ortalarında *Yön* dergisinde yazdığı yazılarla MDD teorisini kurgulayan Belli ve takipçileri 1967’de *Türk Solu* dergisini çıkararak kendi yayın organına kavuşmuştur. Hareket daha sonra da *Aydınlık Sosyalist Dergi*’yi çıkarmıştır. Şener’in belirttiği gibi dönemin en geç ortaya çıkan sol akımlarından biri MDD’dir. TİP’te örgütlenmeye çalışan hareket bunu başaramasa da üniversite gençliği tarafından sahiplenilince o yılların en etkili fikir akımı haline gelmiştir (Şener, 2015: 173).

MDD teorisinin kurucusu Mihri Belli için de temel mesele Türk aydınının 200 yıllık meselesi olan *“vatan nasıl kurtulur”* sorusudur. Belli, *Yön* dergisinde yazdığı *“Türk Milliyetçilerine Sesleniş”* (1965: 8) adlı makalesinde, *“Bugün Türk milletinin karşısındaki en önemli sorun Türkiye’nin içine düşürüldüğü çıkmazdan kurtuluş yolunun tespiti sorunudur,”* diyerek meseleyi ortaya serer. Sosyalizm fikrine nasıl ulaştığını anlattığı bir konuşmasında kişisel tarihiyle ülkenin tarihi arasında bir koşutluk kurar. Söylediğine göre Türkiye’de *“Bir Türk Dünyaya Bedel”* gibi iddialı laflarla yetiştikten sonra Anglo Sakson dünyaya adım attığında Türk genci kimliğiyle kendisini ikinci sınıf vatandaş olarak görür. Dünyada Anglo Sakson hâkimiyeti vardır, diğer uluslar gibi Türkiye de sömürülmektedir ve sömürülen bir Türk olarak bu durumdan kurtulmak istemektedir. Bu milliyetçi hıncı duygusuyla sosyalizm fikrine vardığını belirten Belli, *“milli gurur insanı sosyalizme götürür”* diye konuşur (1969: 14). Mihri Belli başta olmak üzere MDD hareketi’nin Baumann’ın *“yasa koyucu aydın”* kategorisine girdiğini söyleyebiliriz.

Mihri Belli *Yön* dergisine E. Tüfekçi takma adıyla yazdığı *“Demokratik Devrim Kimle Beraber Kime Karşı”* (1966: 10-11) başlıklı yazıda dönemin sosyalistlerinin hemen hepsinin yaptığı gibi *“toplumsal gelişme açısından bugün hangi aşamadayız”* diye sorar. Bu soruya cevap verebilmek için onunla bağlantılı iki soru daha ortaya atar: *“Türkiye tam bağımsız bir ülke midir ve feodal kalıntıları temizlemiş midir?”* Mihri Belli’nin bu iki soruya da cevabı *“hayır”*’dır. Bir başka yazısında Belli Türkiye’yi *“geri kalmış bir tarım ülkesi”* olarak nitelendirmiş, *“toprakta feodalite fişkırdığını”* iddia etmiştir (1965: 8). Belli’ye göre Batı’da feodaliteyi ortadan kaldıran ve sanayi kalkınmasını gerçekleştiren millî bir burjuvazi Türkiye’de yoktur:

Demokratik devrimi burjuva demokratik devrim eş anlamında kullandık. Burjuva sıfatı bu devrimin geçmişte Batı’da burjuvazinin hegemonyası altında gerçekleşmiş olmasından gelmez. Batı’da burjuva demokratik devrimler çağında henüz devrimci bir nitelik taşıyan burjuvazi yani millî sermayedar sınıfı toplumdaki feodalizme karşı tüm devrimci güçlerin başına geçerek demokratik devrimi gerçekleştirmiş, ekonomik kalkınma ve ulusal gelişme olanaklarını yaratabilmiştir. Ama on sekizinci, on dokuzuncu yüzyıllar Batı’ında bu böyle oldu diye içinde yaşadığımız emperyalizm çağında Türkiye gibi geri kalmış bir Doğu ülkesinde tarihin tekrarlanmasını ummak, burjuva hegemonyasında bir demokratik devrim beklemek büyük gaflet olur. Çünkü emperyalizm çağında Doğu’nun ve Güney’in sömürülen ülkelerinde demokratik devrime önderlik edecek güçte tutarlı devrimci bir çizgiyi sonuna kadar izleyebilecek bilinçte bir millî burjuvazi yoktur ve olmayacaktır (Belli, 1966: 10-11).

Alıntıda da görüldüğü üzere MDD’cilerin tespiti hem YDH hem de TİP ile aynıdır, Türkiye’de burjuvazi kompradordur ve dolayısıyla burjuva demokratik devrimi yapma kapasitesi yoktur. Bu halde bu devrimi kim yapacak sorusu ortaya çıkar ve işte bu noktada MDD’cilerin asker-sivil aydın zümre ile ilgili görüşleri berraklaşır. Aslında Belli’nin üzerinde az durulmuş bir yorumunda asker-sivil aydın zümreyi tıpkı Behice Boran gibi çelişkili bir yapı arz etmekle eleştirdiğini görürüz. Kemalist devrimin yarım kaldığını söyler ve bunun sebebi olarak da devrimi

yapan asker-sivil aydın zümrenin çelişkili bir yapıya sahip olmasını gösterir. Belli pek çok yazısında asker-sivil aydın zümreyi küçük burjuvazi içinde değerlendirmek gerektiğini savunur. Küçük burjuvaziye ise şöyle değerlendirir:

Küçük burjuvazinin özellikleri var. Bütün dünyada ve bizde de. Küçük burjuvanın bir üretim araçları sahibi yanı vardır bir de emekçi yanı vardır. Bu yüzden küçük burjuvazinin kendine özgü tutarlı tek bir ideolojisi olmamıştır. Kimi sola, kimi sağa kayar bu sınıf. Küçük burjuva sosyalizmi diye bir şey vardır, öte yandan en gerici fikirler de barınır küçük burjuvazi saflarında (Belli, 1969: 14).

Öte yandan asker-sivil aydın zümreyi *“küçük burjuvazinin en bilinçli kesimi, öncü müfrezesi”* olarak niteleyen Mihri Belli’ye göre asker-sivil aydın zümre bütün çelişkili karakterine rağmen bağımsızlık tehlikeye girdiğinde devrimci bir role bürünür: *“Asker sivil aydın zümre tutarsızdır, sallantılıdır ama emperyalizm çıplak yüzü ile karşımıza dikildiğinde her zaman antiemperyalist tutum benimsemiştir”* (Belli, 1969: 14). Bağımsız olmayan bir toplumda asker-sivil bürokrat aydınının konumu değersizleşir. Bu bakımdan Belli Aybar’ın asker sivil bürokrat aydını Amerikancı bürokrat aydın olarak tarif etmesini eleştirir.

Bir albayın göğsünü gererek ben albayım diyebilmesi için bağımsız bir devletin ordusunda bir alaya kumanda etme olanağına sahip bulunması gerekir. Böyle bir ordu olmayınca o albay görkemli üniforması içinde bir operet subayına döner. Sivil bürokrasi için de durum aynıdır. Bir valinin göğsünü gererek ben valiyim diyebilmesi için bağımsız Türkiye devletinin falan vilayetini yönetme olanağına sahip olması gerekir. Onun için uydurma terminoloji serisinden ‘Amerikancı bürokrasi’ terimi yanlış bir terimdir. Birey olarak Amerikancı bürokratlar olabilir ve böyleleri eksik değildir. Ama zümre olarak Amerikancı bürokrasi olamaz. Nasıl ki birey olarak Amerikancı olabilecek kadar bilinçsiz proleterler olduğu halde Amerikancı proleterya olamayacağı gibi (Belli, 1968: 1).

Mihri Belli bu tabaka ile komprador burjuvazinin ve toprak ağalarının arasında bir çıkar çatışması bulunduğunu savunur. Ona göre bunun iki sebebi vardır. Birincisi, her şeyden önce aradaki maddi problemlerdir:

Asker sivil aydın zümre ile komprador-feodal ağa ittifakı arasında bir uzlaşma olabilir mi? Böyle bir uzlaşmayı mümkün kılacak maddi temel Türkiye’de yoktur. Türkiye’de nimetler sayılıdır. Ve söz konusu köklü reformlar gerçekleştirilmedikçe sayılı kalacaktır. Oysa ekonomiye hükmeden sınıflar doğaları gereği statükocudurlar, her türlü değişikliğe karşıdırlar. Reform yapmak onlar için bindikleri dalı kesmek anlamını taşır. Bu duruma göre üretimi önemli ölçüde arttıracak altyapı değişikliklerini bu hâkim sınıflardan beklemek yersizdir. Bunlar hâkimiyetlerini sürdürdükçe değişiklik yapılmayacaktır, üretim artmayacaktır ve nimetler sayılı kalacaktır. Bu sayılı nimetler her iki tarafı da sevindirecek biçimde üleştirilemez. Bugün Türkiye’de kese kâğıdı ticareti yapan ilk tahsilden yoksun Kayserili Hasan Efendi’nin ya da Balatlı Moiz Efendi’nin büyük vurgunlara kıyasla mütevacı sayılması gereken ticaretinden sağladığı gelir bir generalin, bir profesörün gelirinin birkaç mislidir (Belli, 1966: 11).

Öte yandan Belli bunu vurgulamakla yetinmez. Asker-sivil aydın zümre miras aldığı tarihsel gelenek itibarıyla da farklı bir konumdadır:

Bu konunun hiç küçümsenmemesi gereken bir de manevi yanı var. Yüzyıldan uzun bir süredir Türkiye’nin kaderine hükmetmiş olan asker sivil bürokrat zümre bir geçmişin, bir geleneğin temsilcisidir. Bu geçmişte örneğin bir Çanakkale var, bir Kurtuluş savaşı var... İşte söz konusu zümre böyle bir geleneğin mirasçısıdır. Ve miras elbette ki zümrenin politik bilinci üzerinden etkili olmaktadır. Onun için bu zümre ile komprador-feodal ağa ittifakı arasında uzun süreli bir uzlaşma yalnızca maddi değil, manevi bakımdan da gelenek ve tarih bakımından da imkânsız görünmektedir. Çünkü emperyalizmin Türkiye’de iç destekçilerinin yardımıyla tam hâkimiyetini kurması demek Türk ordusunun bütün marifeti yerli yabancı sömürücüler emrinde kendi halkını ezme olan, tarihinde hiçbir zaman yabancı bir düşmana karşı savaşmamış Güney Amerika peyklerindeki ordular durumuna düşmesi ve Türk mülki mekanizmasının da gene bu tip bağımlı ülkelerinkine benzemesi demektir. Türkiye’de asker sivil aydın zümre tüm tarihini inkâr etmeden böyle bir durumu kabullenemez (Belli, 1966: 11).

Tıpkı Kemalist aydınlar gibi MDD'ciler de Türkiye'de çok uzun süreli bir aydın-yobaz çatışması olduğunu savunurlar. Yüz elli yıllık Türkiye tarihi "*aydın yobaz çatışması biçiminde tezahür etmiştir*" (Belli, 1968: 1) diyen MDD'ciler 27 Mayıs Anayasası'nın getirdiği üst yargı mekanizmalarını asker-sivil aydın zümrenin kaleleri olarak değerlendirir. Buna göre her zaman gerici kuvvetleri iktidara getiren burjuva parlamentarizmine fren olacak olan asker-sivil aydın zümreye bağlı Anayasa Mahkemesi, Yargıtay, Danıştay gibi kurumlardır ve sosyalistlerin bu kurumları savunması gerekir.

MDD'ciler ve Belli asker-sivil aydın zümrenin aceleye getirilmiş sosyalizm sloganlarıyla "*ürkütülmesi*" tehlikesinden sürekli olarak bahsederler. "*Türkiye'de milyonlarca emekçi, binlerce ve binlerce halkı kökten gelme aydın biz sosyalist değiliz demektedir şu anda. Bizim onlara karşı tutumumuz tekke kurup sosyalistler bir yana ötekiler öte yana tutumu olamaz,*" diyen Belli sahiplenilmesi gereken sloganın sosyalist Türkiye değil bağımsız Türkiye olduğunu, Türkiye'nin önündeki aşamanın bağımsız demokratik bir Türkiye kurmak olduğunu savunur:

Şehir ve köy emekçilerinin çoğunluğu emperyalist sistem içinde kapitalist yoldan kalkınma hayali peşinden koşan bir partiye oy verdiği bir ülkede, yani emekçi halkın çoğunluğu henüz kendi devrimi olan sosyalist devrimden yana olmak şöyle dursun, milli bağımsızlık gibi ve bağımsızlığın gereği işbirlikçi sermaye çevrelerinin eylem alanlarının millileştirilmesi gibi, toprak reformu gibi bir burjuva demokratik reformun kapsamına giren dönüşümlerden bile yana olmadığı bir ülkede, emperyalizm işbirlikçi sermaye-feodal ağa üçlü ortaklığının ekonomiye hükmettiği ve siyaseti de geniş bir şekilde etkilediği bir ülkede, toprağında yabancı üslerini barındıran ve ekonomisi, siyaseti, savunması, kültürü Amerikan vesayeti altında bulunan bir ülkede temel devrimci şiar ancak, 'Emperyalizm-işbirlikçi sermaye-feodal ağaya şehir ve köy emekçisi, şehir ve köy küçük burjuvazisi, asker-sivil aydın zümre omuz omuza tam bağımsız ve gerçekten demokratik bir Türkiye için' olabilir (Belli, 1967: 4).

Bu hedefi gerçekleştirmek konusunda kimin öncü olacağı meselesine de değinen Belli sürekli olarak asker-sivil aydın zümreye "*yasa koyucu aydın*" olarak özel bir önem verilmesi gerektiğini söyler. Öte yandan açıkça asker-sivil aydın zümrenin öncü olacağını belirtmez ve konuyu şu şekilde bağlar: "*Yani devrimci güç birliği. Burada kim öncü kim artçı pazarlığı da yok. Kim en iyi savaşırsa o öncü. Öncünün kim olacağını mücadele gösterecektir. Ben kendi hesabıma eminim ki geniş Kemalist çevreler sosyalizmi benimseyecekler ve sosyalizmin öncülüğünde olacaktır bu mücadele. Ama pazarlık yok. Pazarlık bölücülüktür. Kardeşçe, omuz omuza, bilinçli olarak ve temel devrimci şiar Tam Bağımsız ve Gerçekten Demokratik Türkiye şiarıdır*" (Belli, 1969: 14).

1960'ların sonuna doğru Mihri Belli'nin, tıpkı YDH gibi, askeri bir darbeyle gelecek bir devrimden medet ummasıyla üniversite gençliği içinde bir yarıлма meydana gelmiş ve MDD içinden irili ufaklı pek çok fraksiyon çıkmıştır. Bu fraksiyonların da hemen hepsi teoride işçi sınıfının öncülüğünü savunsa da bunun fiili bir öncülük olamayacağını iddia ederek kimi asker ve sivil aydınlar, kimi silahlı gerilla mücadeleleri yoluyla devrimin beklentisi içinde olmuşlardır.

## **SONUÇ**

12 Mart 1971 askeri muhtırası aynı zamanda yukarıda ifade edilen dönemin de sonu olmuştur. Muhtıra 27 Mayıs'ın aksine bir hiyerarşi içinde gerçekleşmiştir. Belirtildiği gibi bazı sol akımlar muhtırayı bekledikleri sol darbe olduğunu sanarak başta muhtıraya destek vermişlerdir. Fakat muhtıranın ardından kısa bir süre sonra demokratik kitle örgütleri ve kurumlar kapatılırken, sol görüşlü gazeteciler, yazarlar, aydınlar tutuklanmış, işkence görmüştür. Muhtıranın öncesinde silahlı mücadeleye karar vermiş sol görüşlü gençlerin hemen hepsi bu süreçte devlet görevlileri tarafından öldürülmüşlerdir. 12 Mart sol canlanışa kısa bir ara verse de birkaç yıl içinde sol daha da kitleselleşerek yayılmış ve 1970'ler boyunca Türkiye siyasetinde hegemonyasını korumuştur. Bu çalışmaya 1970'leri dâhil etmememizin en büyük nedeni asker-sivil aydın zümre tartışmasının 12 Mart'la birlikte sona ermiş olmasıdır. 12 Mart, ordudan devrime destek bekleyenleri büyük bir hayal kırıklığına uğrattıncaya bu tartışmalar da büyük oranda işlevsiz kalmıştır. Üstelik 1960'larda ne kadar kitleselleşse de ağırlıklı olarak hala aydınlar ve gençlik tarafından yürütülen sol mücadele 1970'lerde daha da kitleselleşerek eğitim seviyesi yüksek olmayan topluluklar içinde de gelişmiş ve bu yönüyle aydın meselesi birincil meselelerden biri olmaktan çıkmıştır. Başka



bir deyişle 1970'lerde sol, aydın tartışmasını ve hatta genellikle tartışmayı "gevezelik" olarak değerlendirmiş ve "tam bağımsız Türkiye" için silahlı mücadele yürütmüştür.

YDH, TİP ve MDD 1960'lar boyunca genellikle rekabet içerisinde olmuş ve birbirlerini eleştirmişlerdir. TİP, yasal parti olarak mücadele etmesi, asker-sivil aydın zümreye partinin organik aydını olarak işçi birlikte mücadele etme rolünü vermesi itibarıyla YDH ve MDD'den ayrılır. YDH ve MDD ise, yasa dışı yolla iktidarı ele geçirip Türkiye'nin yasa koyucu aydını olma konusunda ortaklaşırlar. YDH ile TİP'in ele geçirilmesi konusunda birlikte hareket eden MDD'nin YDH'den en büyük farkı, fikri kaynaklarının doğrudan Marksist klasiklere dayanıyor olmasıdır. Hem kadrosunu oluşturan tüm önemli isimler TKP kökenlidir hem de aşamalı devrim ve millî cephe tezi daha çok Lenin'in 1905 Rus devrimi ile ilgili yazdığı İki Taktik adlı eserine yaslanmaktadır (Ulus, 2016: 212). Başka bir deyişle MDD, YDH'ye kıyasla daha Marksist ve daha az Kemalist'tir. Ayrıca MDD'ciler işçi sınıfını değerlendirirken YDH kadar umutsuz değildir. Her şeyden önce demokratik devrimin nihai olarak tamamlanmasının işçi sınıfı öncülüğünde gerçekleşebileceğini düşünen MDD hareketinin en önemli eksisi bir parti kuramamış olmasıdır.

1960'larda görüldüğü üzere TİP ve özellikle Aybar gibi aydınlar dışında Türkiye solu bütün akımlarıyla asker-sivil aydın zümre dediği tabakadan görev beklemiştir. Bunda Türkiye tarihini yorumlama biçimlerinin ve Türkiye'nin bulunduğu aşamayı değerlendiriş biçimlerinin büyük payı vardır. Onlara göre Türkiye, cumhuriyet devrimleriyle tarihsel olarak ilerleme kaydetmiş ve bu ilerlemeyi asker-sivil aydın zümre sağlamıştır. Bu düşünceden dolayı 1960'lar solu, Kemalizm'e dair olumlu düşüncelere sahiptir. Fakat Kemalistlerin ekonomi aklına sahip olmadığı, altyapı değişikliklerine gitmediği dolayısıyla yeniliklerin yarım kaldığı şeklinde eleştiriler sol çevrelerde yaygındır. Bu çerçevede YDH, TİP, MDD ve hatta 1960'larda genel olarak sol, Türkiye'yi "kalkındırma" planları çerçevesinde sosyalizm tartışmaları yürütmüştür. Şimdi yapılması gereken asker-sivil aydın zümreyi sosyalist akla sahip aydınlarla ve gençlikle birleştirip yarım kalan demokratik devrimi tamamlamak, sosyalizm için uygun koşulların yaratılmasını sağlamaktır. İçinde buldukları dönem de böylesi bir düşünüş biçiminin yaygınlaşmasını sağlamıştır. Asya ve Afrika'da yeni bağımsızlığını kazanmış ülkeler ya da o zamana kadar Batı'ya bağımlı şekilde yaşamış devletler, Mısır'da Nasır öncülüğünde başlayan süreçte olduğu gibi asker-sivil kadrolar öncülüğünde sosyalizan bir yönelişe kaymışlar, bağımsızlık şiarı çerçevesinde kendi demokratik devrimlerini tamamlama arayışına girmişlerdir. İşte bu koşullar altında Türkiye'deki sol akımlar da Türkiye'de kapitalizmin henüz hâkim üretim biçimi olmadığını, özellikle işçi sınıfının nicel ve nitel olarak henüz tam gelişmediğini düşünerek asker-sivil kadrolar öncülüğünde bir devrim beklentisi içine girmişlerdir. Bu düşünceye ulaşmalarında elbette 27 Mayıs darbesinin asker-sivil kadrolar tarafından yapılması ve darbenin ardından solun da gelişebileceği özgürlükçü bir ortamın kurulması etkili olmuştur.

#### **KAYNAKÇA**

- Atılğan, G. (2002). *Kemalizm ile Marksizm Arasında Geleneksel Aydınlar Yön Devrim Hareketi*, TÜSTAV Yayınları, İstanbul.
- Atılğan, G. (2008a). "Yön-Devrim Hareketi", *Modern Türkiye'de Siyasi Düşünce Cilt: 8 Sol*. (Ed: M. Gültekingil), İletişim Yayınları, İstanbul, 597-646.
- Atılğan, G. (2008b). "Mihri Belli", *Modern Türkiye'de Siyasi Düşünce Cilt: 8 Sol*. (Ed: M. Gültekingil), İletişim Yayınları, İstanbul, 548-570.
- Avcıoğlu, D. (1962a). "Yapıcı Milliyetçilik", *Yön*, 1/4, 3.
- Avcıoğlu, D. (1962b). "Sosyalizm Anlayışımız", *Yön*, 1/36, 3.
- Avcıoğlu, D. (1962c). "Sosyalist Gerçekçilik", *Yön*, 1/39, 20.
- Avcıoğlu, D. (1963a). "Tepesi Üstü duran Ağaç", *Yön*, 2/68, 3.
- Avcıoğlu, D. (1963b). "Sosyalizmden Önce Atatürkçülük", *Yön*, 2/69, 8-9.
- Avcıoğlu, D. (1964). "Medrese Atatürkçülüğünden Gerçek Atatürkçülüğe", *Yön*, 3/85, 3.
- Avcıoğlu, D. (1965). "Halkçı, Devletçi, Devrimci, Milliyetçi Kalkınma Yolu" *Yön*, 4/111, 11.
- Avcıoğlu, D. (1966a). "Parlamentoculuk", *Yön*, 5/158, 3.
- Avcıoğlu, D. (1966b). "27 Mayıs", *Yön*, 5/165, 3.
- Avcıoğlu, D. (1966c). "TİP'e Dair", *Yön*, 5/168, 3.



- Avcıoğlu, D. (1966d). "Sınıf Mücadelesi, Sosyalizm ve Milliyetçilik", *Yön*, 5/182, 3.
- Avcıoğlu, D. (1966e). "Bir Sosyalist Stratejinin Esasları", *Yön*, 5/185, 8.
- Avcıoğlu, D. (1976). *Türkiye'nin Düzeni 1 Dün Bugün Yarın*. Tekin Yayınevi, İstanbul.
- Avcıoğlu, D. (1978). *Türkiye'nin Düzeni 2 Dün Bugün Yarın*. Tekin Yayınevi, İstanbul.
- Bauman, Z. (2003). *Modernlik ve Müphemlik*, (Çev: İsmail Türkmen), Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- Bauman, Zygmunt (2003). *Yasa Koyucular ile Yorumcular – Modernite, Postmodernite ve Entelektüeller Üzerine*. (Çev: Kemal Atakay), , Metis Yayınları, İstanbul.
- Belli M. (1965). "Türk Milliyetçilerine Sesleniş", *Yön*, 4/110, 8-9.
- Belli, M. (1966). "Demokratik Devrim: Kimle Beraber Kime Karşı". *Yön*, 5/175, 10-11.
- Belli M. (1967). "Devrimci Şiar", *Türk Solu*, 1/5, 4.
- Belli, M. (1968). "O Ezanlar Senin İçin Okunuyor", *Türk Solu*, 1/39, 1.
- Belli M. (1969), "Türkiye'de Karşı Devrim", *Türk Solu*, 2/64, 12-20.
- Bora, Tanıl (2017). *Cereyanlar – Türkiye'de Siyasi İdeolojiler*, İletişim Yayınları, İstanbul.
- Boran, B. (1963). "Kestirme Yol Yoktur", *Sosyal Adalet*, 1/11, 3.
- Boran, B. (1969a). "Bürokrasi Üzerine Tartışmalar", *Emek*, 1/4, 4-6.
- Boran, B. (1969b). "Bürokratlar Bir Sınıf mıdır", *Emek*, 1/5, 5-6.
- Boran B. (1969c). "Bürokratların Çelişmeli Durumu", *Emek*, 1/6, 6.-7.
- Boran, B. (2016). *Türkiye ve Sosyalizm Sorunları*, Yordam Kitap, İstanbul.
- Dellaloğlu, F. B. (2020). *Poetik ve Politik – Bir Kültürel Çalışmalar Ansiklopedisi*, Timaş Yayınları, İstanbul.
- Gürkan, C. (1985). *12 Mart'a Beş Kala*. Tekin Yayınevi, İstanbul.
- Gramsci, A. (1986). *Hapishane Defterleri – Seçme Yazılar*, (Çev. Kenan Somer), Onur Yayınları, İstanbul.
- Gramsci, A: (1984). *Modern Prens*, (Çev. Pars Esin), Birey ve Toplum Yayınları, Ankara.
- Özman, A. (2008). "Mehmet Ali Aybar", *Modern Türkiye'de Siyasi Düşünce Cilt: 8 Sol*. (Ed: M. Gültekinil), İletişim Yayınları, İstanbul, 376-403.
- Said, E. (1994). *Entelektüel*. (Çev: Tuncay Birkan), Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- Selçuk, İ. (1962). "Bizim Milliyetçiliğimiz", *Yön*, 1/3, 7.
- Sezer-Şanlı, A. (2020). "Kuramdan Eyleme Akademiden Aktif Siyasete: Behice Boran'ın Aydın Kimliği Üzerine Kuramsal Bir Değerlendirme", *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 38, Denizli, 19-38.
- Soysal, İ. (1962). "Çıkmazlar içinde bir ışık: Ordu", *Yön*, 1/43, 7.
- Şener, M. (2015). *Türkiye Solunda Üç Tarz-ı Siyaset*, Yordam Kitap, İstanbul.
- Taşkın, Yüksel (2019). *Anti-Komünizmden Küreleşme Karşıtlığına Milliyetçi Muhafazakâr Entelijansiya*, İletişim Yayınları, İstanbul.
- Ulus, Ö.M. (2016). *Türkiye'de Sol ve Ordu (1960-1971)*, İletişim Yayınları, İstanbul.
- Ünlü, B. (2002). *Bir Siyasal Düşünür Olarak Mehmet Ali Aybar*, İletişim Yayınları, İstanbul.
- Ünsal, A. (2002). *Umuttan Yalnızlığa Türkiye İşçi Partisi (1961-1971)*, Tarih Vakfı Yurt Yayınları, İstanbul.
- Yaralı Akkaya, A. (2014). "Antonio Gramsci'de Entelektüelin Bir Eleştirisi Olarak Praxis Düşüncesi", *Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, 21/1, 35-46.
- Yetiş, M. (2009). "Antonio Gramsci (1891-1937)", *1900'den Günümüze Büyük Düşünürler -1*, (Ed: Ç. Veysal), Etik Yayınları, Ankara.
- Yön* (1962). "Bildiri", 1/1, 12.

**Beyan ve Açıklamalar (Disclosure Statements)**

1. Bu çalışmanın yazarları, araştırma ve yayın etiği ilkelerine uyduklarını kabul etmektedirler (The authors of this article confirm that their work complies with the principles of research and publication ethics).
2. Yazarlar tarafından herhangi bir çıkar çatışması beyan edilmemiştir (No potential conflict of interest was reported by the authors).
3. Bu çalışma, intihal tarama programı kullanılarak intihal taramasından geçirilmiştir (This article was screened for potential plagiarism using a plagiarism screening program).





Article Info/Makale Bilgisi

✓Received/Geliş:05.06.2021 ✓Accepted/Kabul:09.07.2021

DOI: 10.30794/pausbed.948345

Araştırma Makalesi/ Research Article

Bağırlar, B. (2022) "Cultural Materialist Reading of *Dealing With Clair*", *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı 48, Denizli, ss. 79-87.

## CULTURAL MATERIALIST READING OF *DEALING WITH CLAIR*

Belgin BAĞIRLAR\*

### Abstract

Throughout history, an authority with certain rules has governed all societies, and each authority has had different impacts on society. Since theatre is a reflection of society and culture, it carries the traces of the development and changes of political and ideological concepts over time. With the emergence of playwrights such as Edward Bond, Caryl Churchill, and Martin Crimp in the British political theatre after the 1970s, the stagnation of British theatre during the Thatcher period has begun to end. The purpose of this article is to explore the interconnection between the political and social changes of the period through the lens of Martin Crimp's play *Dealing with Clair* (1988). Moreover, in the light of cultural materialist critics (e.g. Alan Sinfield, Jonathan Dollimore, and Raymond Williams), it will put forth Crimp's perspective against power ideologies in the late twentieth century.

**Keywords:** *Cultural materialism, Neoliberalism, Class distinction, Contemporary British theatre, Martin Crimp.*

## *DEALING WITH CLAIR*'İN KÜLTÜREL MATERYALİST OKUMASI

### Öz

Tarih boyunca bütün toplumlar belirli kuralları olan bir otorite tarafından yönetilmişlerdir ve her otorite toplumlarda farklı etkiler yaratmıştır. Tiyatro da toplumun ve kültürün yansıması olduğu için politik ve ideolojik kavramların zaman içindeki gelişimlerinin ve değişimlerin izlerini taşır. 1970 sonrası İngiliz politik tiyatrosunda Edward Bond, Caryl Churchill, Martin Crimp gibi oyun yazarlarının ortaya çıkması ile Thatcher dönemi boyunca İngiliz tiyatrosunun durağanlık dönemi sona ermeye başlar. Bu makalenin amacı, çağdaş bir yazar olan Martin Crimp'in döneminin politik ve sosyal değişimlerin aslında nasıl da birbiri ile bağlantılı olduğunu *Dealing with Clair* (1988) başlıklı oyununda keşfetmektir. Dahası, Alan Sinfield, Jonathan Dollimore ve Raymond Williams, gibi kültürel materyalist eleştirmenlerin ışığında, Crimp'in yirminci yüzyılın sonlarındaki güç ideolojilerine karşı olan bakış açısını ortaya koymaktır.

**Anahtar Kelimeler:** *Kültürel materyalizm, Neoliberalizm, Sınıf farklılıkları, Çağdaş İngiliz tiyatrosu, Martin Crimp.*

\*Dr Öğr. Üyesi, Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, İngiliz Dili Eğitimi Bölümü, AYDIN.  
e-posta: belgin.bagirlar@adu.edu.tr (<https://orcid.org/0000-0001-5575-3227>)

## Introduction

In the twentieth century, namely after the Second World War, European society, politics, and science have witnessed radical and critical changes. In the late twentieth century, rapid economic, industrial, and cultural shifts also paved the way for the spread of capitalism. Individuals trying to adapt to these developments faced – and still face – various difficulties. Therefore, theatre – which is about society and its values – reflected those changes. In the British theatrical context, different critics have given late twentieth century playwrights and the genre of works different labels. Feminist critics label this period “New Laddism,” because of the lack of female playwrights, while Gottlieb refers to it as “Cool Britannia” by virtue of the “marketing ploy” (Saunders 2002:5). Many a playwright has presented the realities of British society to their audiences in an uncensored and plain manner. Aleks Sierz claims that young writers who emerged in the 1990s were the pioneers of the in-her-face movement. Citing Philip Ridley, Anthony Neilson, Mark Ravenhill, Sarah Kane and Martin Crimp, Gottlieb notes that young writers from this period “are very much in touch with malaise amongst their generation, all too aware of consumerism, drug culture and sexuality paralyze the plays” (1999: 212).

Martin Crimp, born in 1956, Kent, England, caught the attention of critics such as Kent, Sierz, Angelaki, and Agusti back in the 1990s. They described him as an ‘enigmatic’ and a ‘mysterious’ playwright. Although he writes complex and enigmatic plays, some critics, such as Heiner Zimmermann (2003: 70), Adam Ledger (2010: 122), Mary Luckhurst (2003: 51), praise Crimp’s experimental style and argue that he deserves more praise and attention. Dramaturge Edward Kemp mentions that “Martin is perfectly aware of... developments in playwriting in Continental Europe, especially France and Germany, and his work bridges the gap between the English and Continental traditions” (Sierz, 2006: 205). Moreover, his plays are rather remarkable in terms of the wide variety of topics that he deals with. His body of work – beginning in the 1980s – bear traces of both postmodern and Thatcher-era British theatre. In fact, according to Sierz, British theatre of the 1980s and ‘90s is full of plays criticizing Thatcher’s policies. (2011: xv). Angelaki claims that;

Crimp is not outspokenly political. His name does not come to mind when considering contemporary playwrights who produce work with a clear message, or readily discuss their personal beliefs in the media. But this does not mean that Crimp’s theatre is not strongly characterised by political sensibility, or that Crimp himself is socially detached - far from it (2012: 121).

Crimp does not write explicitly political plays. Instead, he creates them within the framework of his own political views and criticisms. In one particular instance, the story of a real woman had inspired him to write *Dealing with Clair*, a piece that very much reveals his realistic viewpoint. James Macdonald approves Crimp’s political criticism, asserting that “Martin is a brilliant political playwright precisely because he is prepared to put himself and his own world publicly into question. The writing is both self-critical and clever sleight of hand which turns the tables on a liberal audience” (Sierz 2006: 220). Drawing people’s attention with both his innovative style and implicit critique, Crimp’s audience can find itself at the centre of criticism, because Crimp leans towards creating a dystopic world image in the bulk of his plays. This article, therefore, sets out to reveal the impact of the political structure of the aforementioned period on British society through the lens of Martin Crimp’s *Dealing with Clair*, and through how Crimp’s take on these power relations within a cultural materialist framework. Supporting that, this study touches upon the social and economic developments of the 1980s as well.

### 1. Cultural Materialism

The fall of the Berlin Wall and the collapse of Communism in 1989 accelerated the spread of capitalism across Europe. Economic and industrial policies – which, at that point, were already rapidly changing in both the United States and the UK – had a deep impact on most European societies. They also triggered major social problems, such as violence, personal interest, racism, and unemployment. Moreover, Neema Parvini states that “the anti-humanist way of seeing individuals as products of their time and place gave academics - and women, and black people, and homosexuals - a powerful weapon with which to expose and attack the status quo” (2012: 175). Unable to ignore that reality, Parvini argues that the emergence of Cultural Materialism and New Historicism, was necessary in the 1980s as a reaction to the change in economies and human relationships due to the “ideology of the individual, in the triumph of self-belief and self-interest over society.” In this sense, cultural materialism

emerged to counter the unrest and inequality that neoliberalism created within society. Raymond Williams, a pioneer of cultural materialism in the 1980s, defines cultural materialism as:

A theory of the specificities of material cultural and literary production within historical materialism. Its details belong to the argument as a whole, but I must say, at this point, that it is, in my view, a Marxist theory, and indeed that in its specific fields it is, in spite of and even because of the relative unfamiliarity of some of its elements, part of what I at least see as the central thinking of Marxism (1977: 5-6).

In that manner, Williams speaks of the strength of the spiral link between Marxism and cultural materialism. He argues that – on the basis of both cultural materialism and Marxism – people are shaped by ideologies, economic power, and those who are bound to that power. From birth, people are raised in accordance with predetermined ideologies, in terms of thought, culture, values, and belief(s). For exactly this reason, cultural materialists view literature as a unique window through which we can examine both people’s ideologies and politics as well as societal power relations. Therefore, “all literature is history” (Williams, 2013: 169).

Alan Sinfield and Jonathan Dollimore assert that, “historical context undermines the transcendent significance traditionally accorded to the literary text and allows us to recover its histories” (Dollimore & Sinfield, 1994: vii). Sinfield argues that literary works contain many clues about the social structure and thinks that cultural materialism is a versatile and very comprehensive approach, citing that its aim is to look for “dissident politics of class, race, gender, and sexual orientation, both within texts and in their roles in culture” (Sinfield, 1992: 9-10). In this regard, we must not ignore both the history of the said period and the culture around when examining texts if we are to reveal the message that the author wants to give and if we want to understand the resisting groups. In *Beginning Theory: An Introduction to Literary and Cultural Theory*, Barry states there is a valid reason why cultural materialists place so much emphasis on literary works and history: “cultural materialism is much more optimistic about the possibility of change and is willing at times to see literature as a source of oppositional values” (2002: 184). In this context, for cultural materialists written texts represent more than just the imagination or consciousness of the author in question. Therefore, their goal is to create resistance to power by revealing power relations within literary works that are intertwined with history.

In reflecting his experiences, observations, and the structure of British society in his plays, Crimp creates awareness by forcing his audience to confront corruption caused by neo-liberal politics within a socio-economic ecosystem. He “unmasks the social changes brought about by Thatcherite politics” (Sierz et al. 2011: xv) and thus creates a kind of resistance.

## **2. Dealing with Clair**

*“A work of art is not one that we read, but one that reads us.”*

-- Wystan Hugh Auden

*Dealing with Clair* attracted the attention of the public and theatre critics alike when it first hit the stage back in 1988. *The Independent’s* Georgina Brown called the play a cross between ‘a delicious satire on yuppie moral and emotional bankruptcy and a bleak, black comedy thriller’ (Sierz, 2006: 24). Stating that the play has a very dominant political side, Middeke noted that “Crimp acidly asserts that something is indeed rotten in the state of Britain that will sooner rather than later pull the rug from under a nation’s feet” (2011: 84). *The Evening Standard’s* R. Henry Hitching (2018) criticised the end of the play: “The play is chilly and clever, perceptive about the hollow language of greed and suburban conformism. A weak ending aside, it’s a disquieting experience” (*Evening Standard*). The play consists of five acts and does not end in the way most audiences are familiar. Crimp succeeds in surprising them in this play – as he does in other plays – and consciously wraps it up with “a false happy ending” (Sierz, 2006: 96).

In *Dealing with Clair*, Crimp does not allow the audience to sit back and be passive. During the play, his effective use of pauses and hesitations stimulates both their curiosity and ability to ask questions. His language is far from ordinary and simple. Sierz advocates that “[a]t the time [Crimp] was interested in psychological disorders and a clang disorder is when people pick up words by rhyming association, which figured in the play’s



language” (2006: 3). This is perhaps why he does not avoid playing with language, and peppering it with irony, humour, and repetition. At the beginning of the play, Clair – talking to her mother – unconsciously blurts out, “Who knows what I’ll do? Maybe make a killing and just-... - disappear” (Crimp, 2018: 9). Clair’s terrible joke takes place at the end of the play and the audience catches onto Crimp’s ironic and enigmatic language explicitly. In the play, the mechanical train sound and the house constitute important symbols. At the beginning of the play, the mechanical train sound keeps Clair from talking to her mother about Clair’s anger, her boyfriend’s selfishness and buying a mansion for her parents. In this regard, Crimp initially uses the mechanical train sound to emphasise the negative changes in the middle class. At the end of the play, it prevents the phone call between Clair’s mother and James, so it covers the insidious act of James. In this sense, the mechanical train sound (used at the beginning and end of the play) refers to the degenerated British society. As for the house: “[...] itself an object of desire, becomes a central symbol of the perverted, decaying system of Thatcher’s ideology” (Middeke, 2011: 84).

The names of Crimp’s characters are common among the middle class, so these names are familiar to anyone unfamiliar with his other plays. He also uses the same names (i.e. Clair, Liz, and Anne) in his other plays such as *No One Sees the Video*, *Attempts on Her Life*, and *The Country*. Therefore, it can be deduced that the characters bearing these names, in a way, reveal a stereotype. Crimp often uses middle-class characters in his plays – *Dealing with Clair* is no exception – to question their changing societal values, their struggle for survival, and their conflicts with each other.

When Crimp wrote *Dealing with Clair*, Margaret Thatcher (1926 – 2013) reigned over the United Kingdom as its prime minister. Many criticised Thatcher over her economic policies – both when and after she was prime minister. European countries that experienced economic stagnation due to the aftermath of The Second World War and the oil crisis in 1973 followed a different direction in their economic policy. “In the United States and Britain, the economic crisis led to a sustained and committed effort to cut taxes, spending levels, and the role of the state in overseeing industry - neoliberalism” (Prasad, 2006: 2). Thus, with the spread of neoliberalism, privatization came back to the agenda, as in capitalism. Moreover, the rich got stronger and more laws were introduced to protect their rights, thereby driving a wedge in society in terms of class distinction. Clair, the protagonist, who had bought a small house close to the railway line for investment, and Ashley, a plumber, who also resides near the same railway track, represent Britain’s middle class. In the 1980s in England, a new “social group with particular forms of employment and consumption” emerged and “their existence is due to the rise of non-manual and especially managerial and professional categories of employment” (Short, 1989: 175). This new social group is called yuppies. In the play, the Walsums, who want to sell their five room-house with [large] gardens, represent yuppies. Lastly, an immigrant, Anna, who works as a nanny for the Walsums, reveals the exclusion of Britain’s immigrant class.

Thatcher had accelerated the spread of neoliberalism in Britain, leading us to witness profound changes in British society – not only in economic but also in social terms. David Harvey asserts that “the process of neo liberalization has entailed much creative destruction of... divisions of labour, social relations, welfare provisions, technological mixes, ways of life and thought, reproductive activities, attachments to the land and habits of the heart” (2005: 3). In that sense, neoliberalism supports society’s ownership and consumption motives, thereby triggering individuality to come to the fore, as there is no solidarity between anyone. Rather, everyone has to work harder if they want to fulfil their dreams.

Crimp confronts his audience with fundamental social changes to society from the very beginning of the play through the symbolic use of the sound of high-speed train. He integrates features from the new generation of British society into Clair, the protagonist. He also bases his play on an actual event. In 1986, Suzy Lamplugh, a real estate agent, unexpectedly disappeared after meeting one of her clients. Suzy’s body was never found and, as required by law, her death was announced in 1994. In this context, Crimp maintains his objectivity and avoids making a clear comment on Clair’s death. His neutral approach takes the play to a more realistic level.

Clair, a single real estate agent, represents a middle-class woman trying to make a living in a neoliberal society. At the beginning of the play, Crimp presents the difficulties of living conditions and the lack of communication of individuals directly through Clair’s phone conversation with her mother. The mechanical sound of the train

makes it difficult for the two to hear one another properly. When her mother points out that her daughter is unhappy and aggressive, Clair angrily denies it and replies, "... [w] ell I'm sorry. I'm sorry if I don't sound happy. Just tell me what 'happy' sounds like..." (Crimp, 2018: 9). Clair is an example of an individual trying to survive alone in consumer society, and condemned to a life mechanised by the neoliberalist system. Clair's anger stems from loneliness and fear of failure and – in a way – reflects her unhappy and dissatisfied life.

Inan states that *Dealing with Clair* is "an alarming portrayal of the UK housing market ..." (2012:104). In the 1980s, there was a sudden explosion in England's housing market thanks to bank support. According to Ball, there were some crucial characteristics of this boom "financial systems were being liberalised so that credit was easy to come by; consumer spending was rising fast; and there was widespread optimism..." (1994: 671). Even though it appeared as an outstanding opportunity at first, the outcomes were tragic such as "tumbling prices for property, huge debts held by households and ... the greed and ridiculous optimism of developers..." (1994: 671). During that time, the property boom shift benefited the rich and the middle class. In this sense, the small house that Clair bought for investment represents her first step towards fulfilling her dream of becoming rich. In his play, Crimp criticises both the privileges provided to the middle class, their greed and lifestyle by addressing that explosion in the housing market. Two other characters, Mike and Liz Walsum, negotiate with Clair, who is a broker, to sell their big house. Clair has no trouble finding two customers who would like to buy the house. The prospective purchasers are the Harraps, a well-to-do family, and James, who pretends to be rich and has treacherous plans.

Alan Sinfield claims that "[r]elations between the strong and the weak - in the household, at school, at work, in the local community and the state - were characterised by personal cruelty and the exercise of autocratic power" (1992: 167). In this sense, we see that class differences negatively affect social relationships. In *Dealing with Clair*, Crimp reveals this cruel relationship between the upper and lower class through Anna, the nanny of Liz and Mike's child. Anna represents the alienated immigrant woman whose attitudes come off to the Walsums as weird. Although the Walsums have many rooms, they force Anna to sleep in a small room without windows. Anna's relationship with Liz and Mike is cold – she is merely their child's babysitter. Owning a phone among lower classes became a privilege among Britain's lower class after the government privatised British Telecom in 1984. Crimp does not hesitate to emphasise this inequality. Anna asks Mike for permission to phone her family, and while he agrees to her request, he does not hesitate to mock her in disdain at the same time. Thus, Crimp exposes the oppressive and condescending view that Britain's upper class [generally] held towards the lower class in the 1980s. He also criticises the racist air of Thatcher's policies. Early 1980s Britain saw a flood of immigration that the Thatcher administration viewed as a threat:

We are a British nation with British characteristics. Every nation can take some minorities, and in many ways, they add to the richness and variety of this country. But the moment a minority threatens to become a big one, people get frightened. (Witte, 2014: 54).

After Thatcher's speech, racist violence exploded across Britain. In Crimp's play, the alienation of Anna reflects British society in the 1980s. Throughout the play, Anna's negative and strange attitudes are emphasised by both Liz and Mike. Anna walks around the house wearing "a kind of Chinese dressing gown, one of these... kimonos" (Crimp, 2018: 39) and smokes cigarettes, but no one cares about her. Moreover, Anna would rather communicate with her household less than learn and communicate in English. Sinfield states, "English was not thought just as a foreign language but was the means of imposing a culture, a cluster of ideologies, a way of being and seeing..." (1992: 35). Thus, she rejects not only the English language but also British culture. This is exactly why the Walsums both ignore and belittle her. While she does not mind communicating with Liz and Mike, she prefers to talk about everyday issues with Ashley, a plumber and someone from her class who comes to fix the ceiling of the house.

Engels examined the change in family structure due to the capitalist system and asserted that "monogamous marriage is the cellular form of civilised society, in which the nature of the oppositions and contradictions fully active in that society" (2010: 35). He notes that power relations already exist between husband and wife – meaning that conflicts and contradictions between husband and wife only become more aggressive. In Crimp's

play, we also notice the contradictory reflection of the values held by families of different classes and of the relationship between husband and wife in British society.

Ashley expresses how much he is fond of his children and shows Anna a photograph of them as a sign of his love and interest. In contrast, Liz and Mike do not interact with their daughter throughout the play.

A baby's crying.

Liz! Anna (Louder.) Anna, she's awake. She goes to the hall doorway and calls. Anna, she's awake.

She's about to go out, when the crying stops.

MIKE returns.

Mike What is it?

! Anna, she's awake.

Mike Won't Anna go

Liz! She just has.

They embrace (Crimp 2018: 12).

After Anna hushes their baby, Liz and Mike recklessly continue to bargain for their house. Actually, although Liz has enough time on her hands, she prefers shopping over looking after her daughter. Here, Crimp reveals the corrupt and artificial family ties of the upper class. For them, the sale of property and the struggle for class advancement are more interesting than meeting the needs of their baby. Throughout the play, Crimp also highlights the contradictions in Liz and Mike's marriage. William Perkins asserts: "a couple is that whereby two persons standing in mutual relation to each other are combined together, as it were, into one. And of these two the one is always higher and beareth rule: the other is lower and yieldeth subjection" (Sinfield, 1992: 44). In the Walsum family, Liz is the submissive one; Mike is the oppressor. Liz accuses Mike of his sexual interest in Clair after noticing a mark on Mike's neck. Mike seriously denies this accusation but does not hesitate to harass Anna in the meantime openly. Thus, Crimp criticises both the institution of marriage in the neoliberal society in the context of loyalty, and he examines Liz's silence over her husband's adulterous behaviour. On the other hand, Clair – a lone working woman – prefers to remain silent in the face of both Mike's and James' harassment.

Neoliberalism sustains society's desire to consume. The more people desire to consume, the more motivated they become to purchase, and thus they work harder. On the contrary, that same desire to consume and the class difference has a negative impact on society as a whole. According to Raymond Williams, this "Inequality in the various aspects of man is inevitable... The inequality that is evil... Such inequality, in any of its forms, in practice rejects, depersonalises, degrades in grading, other human beings" (1977: 317). In other words, individuals' desire to satisfy their desire to consume can trigger them to commit violence, theft, and even fraud. Crimp creates the character of James to put that negative change in society out there. Although the Walsums promise to sell the Harraps their home, they change their mind after they hear that James will pay for it in raw cash. Witnessing the Walsums' immoral action, Clair calls James to arrange an appointment with him. After the appointment, the Walsums feel relieved because they just agreed to sell their home at a very good price. However, James is just a greedy and demonic actor who pretends to be rich. He chooses Clair as his prey to satisfy his desire to belong to the upper class. Under the pretext of buying the house, no one is aware of James' insidious plans as soon as he discovers that Clair lives alone and has a small house. During their conversation, catching a hint from Clair's glance, gestures or movements James articulates her feelings, so he gains her confidence and makes her believe that he is just a trustful customer with cash and a gentleman who is respectful of women's rights. Even though James is a sneaky character, he is an obvious echo of Crimp's thoughts on the corruption of society:

James ... And I think there's a lot of nonsense spoken about cities, don't you. Because yes yes yes, we all know that strangers live next door to strangers. We've all passed friends in the street because the moment of

recognition has occurred too late, and you're both too embarrassed – or something else – too... fixed, too fixed in your mind to turn. And yes yes yes, we've all, as strangers, woken up in the morning to find our faces inches away from the open eyes of another stranger. We get up. We dress on opposite sides of the bed. Then we fold the bed away maybe... A little ashamed perhaps, or at any rate too preoccupied to speak. But what does any of that matter? Because surely the great advantage is, that since we don't know each other, since we've never seen into each other's hearts, then we respect each other. (Crimp, 2018: 31).

He explicitly depicts the dreadful dimension of alienation and destructive artificiality of relations in the British society. At the end of the play, we see James talking to Clair's mother on the phone at Clair's house. He states that "... Clair and her colleagues – those boys of hers – they do feel soiled after a day of buying and selling, selling and buying. They feel a kind of ... filth, quite frankly." (Crimp, 2018: 48). In this regard, Crimp obviously refers to the materialist relationships of the people involved with in the property boom. Even though they feel "a kind of disgust with themselves" (Crimp, 2018: 48), they keep up with the necessities of the consumerist culture and unconsciously deprive themselves. No matter how much Clair's mother insists that he gives the phone to her daughter, he devilishly distracts her by telling her that Clair will call her back later. Even though the audience has a strong suspicion that James killed Clair, Crimp avoids making this explicit. One might say that Crimp has attempted to reveal how human nature can succumb to consumption ambitions and effectively turn monstrous.

In the final act of the play, Crimp heightens the audience awareness by criticizing how the middle class attaches importance to human values. The Walsums cannot get the news they have been waiting for from Clair and James, and they cannot understand why or how Clair suddenly disappeared:

Mike ... Let's be realistic about this. What are we supposed to imagine he took her by the throat and dragged her off...

Liz: No obviously not.

Mike: Dragged her off in broad daylight - this was what, lunchtime - to his... whatever it was.

Liz: BMW.

Mike: BMW.

*Both faint laugh. They relax a little.* (Crimp, 2018: 79).

Liz and Mike's rather sharp dialogue implies that Clair's disappearance actually makes no sense. Sierz feels that the Walsums' "sheer greed encouraged by Thatcher's ideology of a property-owning democracy, but also captures perfectly the essence of contemporary English identity" (2006: 24). In this context, we see that what is important for the Walsums is selling their house at a good price and buying themselves a more comfortable and beautiful home. They believe that more comfort and luxury is proof that they are of high class. Without thinking twice, they call Toby, another negotiator, who then contacts another buyer, the Baldwins. The play ends with Toby leaving the stage to make the Walsums' dream come true.

### **3. Conclusion**

In *Dealing with Clair*, Crimp exposes the negative impact that capitalism [can] have on society by drawing from actual event. Thus, the play stands out from traditional theatre because of its innovative approach. According to Crimp, class segregation, degenerating human relations, desire, ambition, and violence are all negative by-products of neoliberalism in British society. He clearly criticises power ideologies and their dire effects on the individual. The social class differences between his characters are obvious. Aware of their social privileges, Clair and Toby are mere tools through which Walsums try and sell their home. The possibility that Clair may have died after her disappearance does not arouse their curiosity at all.

On the other hand, Anna, the babysitter, is negligible, worthless, and has strange habits, both because she is an immigrant and because she hails from Britain's lower class. Clair and Toby are middle-class people who work

to fulfil their dreams, and are unhappy with power ideologies. In fact, Anna, an immigrant, is a marginalised, alienated, and subordinate victim of society's ideologies.

Crimp slates what neoliberalism has done to individuals, focusing on alienation and marginalization. In a sense, none of Crimp's characters is satisfied with their lives and does not know how to be happy. In *Dealing with Clair*, Crimp also highlights moral corruption in society. Liz, Mike, and James are characters who appear normal, but in fact they harbour disturbing feelings below their normality. When the Walsums hear about James's cash offer, they forget their promise to the Harraps altogether. James – who belongs to the lower class – harms Clair and ruthlessly takes over Clair's home in order to satisfy his desire to consume. Thus, Crimp reveals that neoliberalism has played a major role in the spike in violence in society. According to Crimp, the more people desire to consume, the more violent society gets.

Crimp also emphasises submissive female bodies in male/female relationships. All the female characters in the play get their share of the pressure of patriarchal hegemony. Liz and Anna's labour go underestimated; whilst high-class Liz lets herself get crushed to maintain the privileges she has through her husband. Clair's disappearance at the end of the play, in a way, reveals Crimp's despair. Consequently, he draws a picture of a corrupt contemporary society riddled with immoral, cruel, and alienated individuals. All of his characters are actually victims of various power ideologies. Crimp implicitly blasts such problems as class segregation, dissatisfaction, and increased violence faced by British society, in turn revealing its negative attitude towards neoliberalism.

## References

- Angelaki, V. (2012). *The Plays of Martin Crimp: Making Theatre Strange*, Palgrave Macmillan, New York.
- Ball, M. 1994, "The 1980s Property Boom", *Environment and Planning A*, 26 (1): 671-695.
- Barry, P. (2002). *Beginning Theory: An Introduction to Literary and Cultural Theory*, Manchester University Press.
- Crimp, M. (2018). *Dealing with Clair*, Nick Hern Books, London.
- Dollimore, J., & Sinfield, A. (Eds.). (1994). *Political Shakespeare: essays in cultural materialism*, Manchester University Press.
- Engels, F. (2010). *The Origin of the Family, Private Property and the State*, Penguin, London.
- Gottlieb, V & Chambers, C. 1999. *Theatre in a Cool Climate*, Amber Lane Press.
- Harvey, D. (2005). *A Brief History of Neoliberalism*, Oxford University Press.
- Hitchings, H. (2018). "Dealing with Clair review: Timely and perceptive revival of missing estate agent mystery". *Evening Standard*, November 01. <https://www.standard.co.uk/culture/theatre/dealing-with-clair-review-timely-and-perceptive-revival-of-missing-estate-agent-mystery-a3977551.html>
- İnan, D. 2012, "Exploring Crimland : A play is a game. at the end of each dialogue there is a winner and a loser", *Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi Dergisi*, 52 (2): 103-115.
- Luckhurst, M. 2003. "Political Point-Scoring: Martin Crimp's Attempts on her Life." *Contemporary Theatre Review*, 13: 47-60.
- Middeke, M & Schnierer, P. (2001). *Contemporary British Playwrights*, Methuen Drama, London.
- Parvini, N. (2012). *Shakespeare and Contemporary Theory: New Historicism and Cultural Materialism*, A&C Black.
- Prasad, M. (2006). *The Politics of Free Markets: The Rise of Neoliberal Economic Policies in Britain, France, Germany, and the United States*, University of Chicago Press, Chicago.
- Saunders, G. (2002). *'Love me or kill me': Sarah Kane and the Theatre of Extremes*, Manchester University Press, Manchester.
- Short, J.R. 1989, "Yuppies, Yuffies and the New Urban Order", *Transactions of the Institute of British Geographers*, 14 (2): 173-188.
- Sierz, A. (2006). *The Theatre of Martin Crimp*, Methuan Press, London.

- Sierz, A., Middeke, M., & Schnierer, P. P. (Eds.). (2011). *The Methuen Drama Guide to Contemporary British Playwrights: Landmark Playwrights from 1980 to the Present*, Bloomsbury Publishing.
- Sinfield, A. (1992). *Faultlines: cultural materialism and the politics of dissident reading*, OUP Oxford.
- Sinfield, A. (2007). *Literature, Politics and Culture in Postwar Britain*, London, A&C Black.
- Williams, R. (1977). *Marxism and Literature*, Oxford, Oxford University Press.
- Williams, R. (2013). *Border country*, Parthian Books.
- Witte, R. (2014). *Racist Violence and the State: A Comparative Analysis of Britain, France and the Netherlands*, Routledge, London.
- Zimmermann, H. 2003, 'Images of Woman in Martin Crimp's Attempts on Her Life,' *European Journal of English Studies*, 7 (1): 69-85.

#### **Beyan ve Açıklamalar (Disclosure Statements)**

1. Bu çalışmanın yazarları, araştırma ve yayın etiği ilkelerine uyduklarını kabul etmektedirler (The authors of this article confirm that their work complies with the principles of research and publication ethics).
2. Yazarlar tarafından herhangi bir çıkar çatışması beyan edilmemiştir (No potential conflict of interest was reported by the authors).
3. Bu çalışma, intihal tarama programı kullanılarak intihal taramasından geçirilmiştir (This article was screened for potential plagiarism using a plagiarism screening program).







Article Info/Makale Bilgisi

✓Received/Geliş:01.06.2021 ✓Accepted/Kabul:30.07.2021

DOI:10.30794/pausbed.946397

Araştırma Makalesi/ Research Article

Pektaş, Ç. ve Aydın, S. (2022). "Sanal Kaytarma Konusunda Hazırlanan Lisansüstü Tezlerin Bibliyometrik Profili", *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı 48, Denizli, ss. 89-108.

## SANAL KAYTARMA KONUSUNDA HAZIRLANAN LİSANSÜSTÜ TEZLERİN BİBLİYOMETRİK PROFİLİ

Çağdaş PEKTAŞ\*, Sinem AYDIN\*\*

### Öz

Bu çalışmada, sanal kaytarma konusunda hazırlanmış olan lisansüstü tezlerin çeşitli parametrelerle incelenerek bibliyometrik profilinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Bu doğrultuda, Yüksek Öğretim Kurulu Tez Merkezi'nin internet veri tabanında yer alan 2010-2021 yılları arasındaki sanal kaytarma konulu tezler taranmış ve bibliyometrik analiz tekniğiyle incelenmiştir. Tarama sonucunda 71 teze ulaşılmış ve araştırma bu tezler üzerinden gerçekleştirilmiştir. Elde edilen veriler, Microsoft Excel programında analiz edilmiştir. Çalışma sonucunda; tezlerin çoğunluğunun yüksek lisans düzeyinde ve Türkçe dilinde hazırlandığı, Bahçeşehir Üniversitesi ve Trakya Üniversitesinde yoğunlaştığı, en çok tezin 2019 yılında hazırlandığı, Doç. Dr. unvanlı danışmanların daha fazla olduğu belirlenmiştir. Tezlerin daha çok Sosyal Bilimler Enstitüsü bünyesinde İşletme ve Eğitim Bilimleri ana bilim dallarında hazırlandığı, en çok işletme ile eğitim ve öğretim konularında hazırlandığı tespit edilmiştir. Araştırma yöntemi olarak nicel araştırmaların ağırlıklı olduğu, örneklem olarak ise iş görenlerin daha fazla tercih edildiği saptanmıştır. Tezlerin çoğunda 3 anahtar kelime kullanılmış ve kaynakçalarında yabancı kaynakların ağırlıklı olduğu tespit edilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** *Bibliyometrik analiz, Sanal kaytarma, Lisansüstü tez.*

## BIBLIOMETRIC PROFILE OF POSTGRADUATE THESES ON CYBERLOAFING

### Abstract

In this study, it is aimed to determine the bibliometric profile of the graduate thesis prepared on cyberloafing by examining them with various parameters. In this direction, the theses on virtual recording between 2010-2021 in the internet database of the Higher Education Council Thesis Center were scanned and examined with bibliometric analysis technique. As a result of the scan, 71 theses were reached and the research was carried out on these theses. The data obtained were analyzed in Microsoft Excel program. As a result of the study; it has been determined that the theses on cyberloafing are mostly prepared at the master's level and in Turkish. It has been determined that the theses are mainly centered in Bahçeşehir University and Trakya University and prepared in 2019, and the thesis advisors mostly had the title of Associate Professor. It has been determined that the theses are mostly prepared in the Institute of Social Sciences, in the departments of Business Administration and Educational Sciences, and in the subjects of business administration, education and training. It has been determined that quantitative research methods and those who work as sample groups are more preferred as research methods in theses. Another result is that 3 keywords are used in the majority of the theses and foreign resources are preferred more.

**Keywords:** *Bibliometric analysis, Cyberloafing, Postgraduate thesis.*

\*Doktora Öğrencisi, Necmettin Erbakan Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Doktora Programı, KONYA.  
e-posta: pektascagdas22@gmail.com (<https://orcid.org/0000-0003-0496-0183>).

\*\* Doktora Öğrencisi, Giresun Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Doktora Programı, GİRESUN.  
e-posta: aydinsinemin@gmail.com (<https://orcid.org/0000-0002-6626-3466>).

## 1. GİRİŞ

Son yıllarda teknolojiye yaşanan değişim ve gelişimle birlikte cep telefonu, tablet, bilgisayar gibi akıllı cihazlar insanların hayatında daha fazla yer edinmeye başlamıştır. Sosyal yaşantıda aktif bir biçimde kullanılan bu cihazlar iş yerlerinde de yaygın olarak kullanılmaya başlanmıştır. Akıllı cihazların aktif ve yaygın olarak kullanılmaya başlanmasıyla birlikte internetin önemi de artmaktadır. İş yerlerinde sınırı olmayan internet erişimlerinin olması çalışanlara büyük kolaylık sağlamaktadır. Çalışanlar, internet sayesinde artık daha fazla bilgiye ulaşabilmekte, iş yüklerini hafifletebilmekte ve iş yerlerine daha fazla yarar sağlayabilmektedir. Ancak, çalışanların kendilerine iş amacıyla kullanması için sunulan interneti mesai saatleri içerisinde kişisel çıkarları için kullanması sanal kaytarma davranışları sergilemelerine yol açmaktadır (Gezer ve Barutçu, 2020:36; Gülduran ve Perçin, 2020:38).

Sanal kaytarma genel anlamda, çalışanların iş yerinde mesai saatleri içinde kendilerine sunulan akıllı cihazları ve interneti kullanarak kişisel e-postalarını kontrol etmek, sosyal medya hesaplarına girmek, yasal olmayan siteleri ziyaret etmek, eğlence amaçlı sitelerde gezinmek, müzik indirmek, müzik dinlemek, bahis oynak gibi faaliyetlerde bulunması olarak tanımlanmaktadır (Köse vd., 2012:290; Karaca ve Karaca, 2019:29). Sanal kaytarma davranışları çalışanların bilinçli olarak, çalıştığı kamu ya da özel kuruluşlarda işle ilgili olmayan konularda bilgisayar, tablet ve akıllı telefonları kullanarak mesai saatleri içinde zaman geçirmesi şeklinde ortaya çıkmaktadır (Karataş ve Avcı, 2017:2322).

Sanal kaytarma konusu, son on yıldan bu yana işletmelerin ve akademisyenlerin ilgisini çekmeye başlamış ve uzun bir süredir çalışma konusu olmaktadır. Sanal kaytarma davranışları olumsuz birtakım sonuçlara yol açtığından dolayı, çalışanların internet kullanımını etkili bir biçimde yönetebilmek işletmeler için önemli bir hale gelmiştir. Sanal kaytarma davranışlarında bulunan kişiler kısa vadede tatmin olmakta, kendisine fayda sağlamak ve bu durumdan keyif alabilmektedir. Ancak, uzun vadede ise sosyal yaşamlarında ve iş yaşamlarında iş yükümlülükleri ve tükenmişlik gibi sıkıntılar yaşamaktadırlar (Alan, 2019:116; Kuznek ve Güzel, 2019:2735).

Sanal kaytarma konusunun ulusal literatürde 2010'lu yıllardan sonra daha fazla çalışmaya başlandığı görülmektedir. Sanal kaytarma davranışları teknolojinin daha yaygın ve kullanışlı hale gelmesiyle birlikte artış göstermektedir. Bu nedenle, 2010 yılından sonraki süreçte internet ve akıllı cihaz kullanımının artmasıyla bu konuya verilen önemin de arttığı düşünülmektedir. Sanal kaytarma konusunun daha çok örgütsel adalet, kişilik özellikleri, örgütsel güven, liderlik, sağlık, iş tatmini ve iş performansı gibi konularla birlikte çalışıldığı görülmektedir (Karaca ve Karaca, 2019; Kuznek ve Güzel, 2019; Bostan ve Filiz, 2020; Erdem, 2020; Gezer ve Barutçu, 2020; Örücü ve Hasırcı, 2021). Buna bağlı olarak, yapılan literatür taraması sonucunda sanal kaytarma konusunun son yıllarda yüksek lisans ve doktora tezlerinde de sıkça çalışılmaya başlandığı görülmüştür.

Yapılan bu çalışmanın amacı, sanal kaytarma konusunda hazırlanan lisansüstü tezlerin çeşitli parametreler doğrultusunda bibliyometrik profilinin çıkarılmasıdır. Böylece, bundan sonraki süreçte sanal kaytarma konusunda çalışma yapacak olan araştırmacılara kolaylık sağlamak amaçlanmaktadır. Literatürde bibliyometrik açıdan birçok konunun (muhasabe, finans, maliye, girişimcilik, turizm, yiyecek içecek, gastronomi, rehberlik, pazarlama, yönetim) ele alındığı görülmektedir. Ancak, sanal kaytarma konusunda böyle bir çalışmanın olmaması bu araştırmacının özgünlüğünü oluşturmaktadır. Dolayısıyla, çalışmadan elde edilecek olan bulguların sanal kaytarma konusunda hazırlanan lisansüstü tezlere ilişkin bilgi sunması açısından önemli olduğu görülmektedir. Ayrıca, bu çalışmanın ulusal literatürdeki sanal kaytarma konusuyla ilgili eksikliği gidereceği düşünülmektedir.

Çalışma beş kısımdan oluşmaktadır. Giriş kısmında çalışma ile ilgili genel bilgiler verilmiştir. İkinci kısımda sanal kaytarmanın tanımı, olumlu ve olumsuz yönleri, sınıflandırılması gibi konular açıklanmıştır. Çalışmanın üçüncü kısmında araştırma yöntemi (amacı, önemi, veri toplama ve çözümleme tekniği, evren ve örnekleme, güvenilirliği) ile ilgili bilgiler yer almaktadır. Dördüncü kısımda araştırma bulguları yer alırken beşinci kısımda ise araştırma sonuçlarına yer verilmiş ve çalışma sonlandırılmıştır.

## 2. SANAL KAYTARMA

Uluslararası literatürde sanal kaytarma kavramı "cyberloafing", "cyberslacking", "cyberbludging", "cyberdeviance" gibi çeşitli kavramlarla kullanılmaktadır (Yıldız vd., 2015:57; Örücü ve Aksoy, 2018:266). Ulusal literatürde ise "sanal aylıklık", "sanal tembellik", "siber aylıklık", "siber kaytarma", "siber tembellik", "siber

sapma” gibi kavramlarla ifade edilmektedir (Özdem ve Demir, 2015:1030; Karataş ve Avcı, 2017:2323; Güripek vd., 2020:80). Sanal kayıtarma, herhangi bir kurumda ya da işletmede çalışan bireylerin çalışma saatlerinde bağlı bulunduğu kurumun ya da işletmenin internetini kendi kişisel amaçları doğrultusunda kullanmasıdır (Örücü ve Hasırcı, 2021: 24). Çalışan bireyler bu amaç doğrultusunda kişisel e-posta hesaplarını kontrol etmekte, sosyal medya hesaplarına girmekte, işi ile ilgisi olmayan web sitelerinde zaman geçirmekte ya da oyun oynamaktadır (Lim, 2002:675-677; Örücü ve Özüdoğru, 2018:68).

İnternet, günümüzde önemli bir araç haline gelmiştir. İnternetin yaygın kullanılmaya başlamasıyla birlikte kurumlar, işletmeler ve burada çalışan bireyler bu durumdan etkilenmektedir (Wallace, 2004:3; Bostan ve Filiz, 2020:30; Bayer, 2021:140). İnternet kullanımı çalışan bireyleri daha etkin ve daha verimli bir duruma getirmektedir. İnternet, çalışanların iş yüklerini hafifletmiş ve çalışanlar arasındaki iletişimi daha iyi hale getirmiştir (Block, 2001:226; Stanton, 2002:57; Alan, 2019:113; Erdem, 2020: 3844). Bunun yanı sıra, iş hayatında daha sık kullanılmaya başlanan akıllı cihazlarla birlikte, çalışanlar internete her yerden erişebilme imkânına sahip olmuşlardır (Aksoy, 2015:268; Afacan Fındıklı, 2016:37; Çizmeci ve Deniz, 2016:214). Kurumların ya da işletmelerin internet erişimini daha etkin hale getirmesi çalışanlar açısından olumlu olduğu kadar olumsuz durumlar da meydana getirmektedir. Akıllı cihazların daha kullanışlı ve yaygın hale gelmesiyle birlikte çalışanların iş yerinde internet kullanımını kendi menfaatleri doğrultusunda kullanması mesai saatlerini boşa harcamalarına neden olmaktadır (Ovarec, 2002:61; Yağcı ve Yüceler, 2016: 532). İnternetin mesai saatleri içerisinde iş faaliyetlerinin aksine zaman geçirmek, eğlenmek ya da şahsi işler için kullanılması sanal kayıtarma davranışlarını ortaya çıkarmaktadır (Lieberman vd., 2011: 2194; Vitak vd., 2011: 1751).

Çalışanların sanal kayıtarma davranışları sergilemesine neden olan bazı etkenler bulunmaktadır. Bu etkenler örgütlerden kaynaklanabileceği gibi çalışanların kendisinden de kaynaklanabilmektedir. Örgütlerin özellikleri, iş politikaları (Doorn, 2011: 9-10), internet erişim ve kullanım politikaları örgütlerden kaynaklı etkenlerdir (Lim ve Teo, 2005:1082). Çalışanların kişilik özellikleri (Jia, 2008:83), ahlaki değerleri (Johns, 2006:388), psikolojik sorunları (Foster, 2001:39) ve tükenmişlik durumları ise çalışanlardan kaynaklı etkenlerdir (Oravec, 2002:61).

Sanal kayıtarma sonucunda örgütlerde ve çalışanlarda birtakım fırsatlar ve tehditler meydana gelmektedir. İnternetin çalışanlara sunduğu kolaylıklarla beraber, çalışanların yeni bilgilere ulaşma, kendini geliştirme ve keşfetme olanağı elde etmesi öğrenmenin ve verimliliğin artmasına katkı sağlamıştır (Block, 2001:226). Çalışanların, kurum içerisindeki bilgi teknolojilerinden ve internetten olumlu düzeyde faydalanmasıyla ve daha özgür bir hareket alanı yakalamış olmasıyla birlikte kurum içindeki iletişim ve etkileşim de buna paralel olarak olumlu şekilde etkilenmektedir (Örücü ve Yıldız, 2014:100). İş hayatındaki rekabetin artmasıyla birlikte çalışanların da iş stresi yaşadığı görülmektedir. Bu nedenle, çalışanların stresten kurtulup daha verimli olabilmesi için iş saatleri içerisinde kendilerine zaman ayırarak sanal kayıtarma davranışlarında bulunması örgüte fayda sağlayabilmektedir (Özkalp vd., 2012: 22).

Çalışanların kurum ya da işletme içerisindeki interneti kullanırken yasal olmayan sitelere girerek buralardan indirme veya veri kopyalama işlemi yapması bulunduğu kurumu ya da işletmeyi yasal açıdan zor bir durumda bırakabilmektedir (Whitty ve Carr, 2006:237). Çalışanların sanal kayıtarma davranışlarını sürekli bir hale getirmesi verimliliği ve üretkenliği azaltacağından dolayı örgütün mali açıdan yıpranmasına neden olacaktır (Flynn, 2001:5). Sanal kayıtarma davranışları sık sık tekrarlanmadığı sürece örgütler tarafından bir sorun olarak kabul edilmezken, bu davranışların sıklığı arttıkça ve verimlilik azaldıkça büyük bir sorun haline gelmektedir (İşçi vd., 2013:2).

Sanal kayıtarma, literatürde çeşitli şekilde sınıflandırılmaktadır. Bunlardan en fazla kullanılan Blanchard ve Henle'nin yapmış olduğu önemli ve önemsiz şeklinde iki gruba ayrılan sınıflandırmadır. Önemli sanal kayıtarma davranışlarında bulunan çalışanlar, yetişkinlerin girebildiği siteleri ziyaret etme, kumar/bahis oyunlarının olduğu siteleri ziyaret etme ve yasa dışı sitelere girme gibi davranışlar sergilemektedir. Önemsiz sanal kayıtarma davranışlarında bulunan çalışanlar ise, daha çok e-postalarını kontrol etme, sosyal medya hesaplarında vakit geçirme, haber sitelerini ziyaret etme gibi davranışlar sergilemektedir (Blanchard ve Henle, 2008:1067).

Sanal kaytarmanın bir diğer sınıflandırması Li ve Chung tarafından yapılmıştır. Bu sınıflandırma; sosyal işlev, enformasyonel işlev, eğlence işlevi ve sanal duygusal işlev olarak dört gruba ayrılmıştır. Sosyal işlev, interneti sosyal çevre ile iletişimi sağlamak için kullanmak; enformasyonel işlev, interneti daha çok bilgi edinmek amacıyla kullanmak; eğlence işlevi, interneti zaman geçirmek için kullanmak ve sanal duygusal işlev ise interneti

kumar oynamak, chat yapmak için kullanmak şeklinde tanımlanmaktadır (Li ve Chung, 2006: 1069). Bir başka sınıflandırmaya göre ise sanal kaytarma beş gruba ayrılmıştır. Bu sınıflandırmaya göre sanal kaytarma; satın alma ve kişisel ticari etkinlikler, bilgi tarama ve görüntüleme, kişilerarası iletişim, interaktif eğlence ve zaman geçirme, kişisel veri indirme şeklindedir (Mahatanankoon vd., 2004:95).

### **3. YÖNTEM**

Yapılan bu çalışmada, 2010-2021 yılları arasında sanal kaytarma konusunda hazırlanmış olan lisansüstü tezlerin çeşitli parametreler doğrultusunda incelenerek bibliyometrik özelliklerinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Sanal kaytarma konusundaki literatürün özelliklerinin ortaya konulması ve bu konuda çalışma yapacak olan araştırmacılara kolaylık sağlaması çalışmanın bir diğer amacını oluşturmaktadır. Bununla birlikte, sanal kaytarma konusu ile ilgili literatür incelenmiş ve bu konuda daha önce bibliyometrik açıdan hiçbir çalışmanın olmadığı görülmüştür. Bu nedenle, yapılan bu çalışmanın güncel veriler sunması, ilgili literatürdeki boşluğu doldurması ve araştırmacılara yol göstermesi bakımından önemli olduğu düşünülmektedir.

Akademisyenler açısından bir konunun özelliklerinin bilinmesi, o konuyla ilgili yapılmış olan araştırmaların incelenmesi, yazar görüşlerinin değerlendirilmesi ve konunun durumunun anlaşılması kabul gören bir yaklaşımdır. Bir konuyla ilgili literatürün araştırılması ve özelliklerinin belirlenmesi o konu hakkında araştırma yapacak olan yazarlara fikir sunması bakımından önemlidir. Böylece, ortaya çıkan sorunlara araştırmacılar tarafından çözüm önerileri getirilmesinin önü açılmaktadır. Bu da ilgili konunun ve bağlı olduğu bilim dalının gelişmesine yarar sağlamaktadır (İçöz ve Kozak, 1999:9; Kozak, 2001:26; İnce vd., 2017:118).

Bibliyometrik analiz, birçok araştırmacı tarafından birçok bilim dalında kullanılan bir analiz tekniğidir. Bibliyometrik analiz ile bilimsel anlamda yapılan araştırmaların yapılarını ve içeriğini tanımlayabilmek amaçlanmaktadır (Pendlebury, 2008:2). Buna göre bibliyometrik analiz; belirli bir alanda daha önceden yapılmış olan araştırmaların derinlemesine incelenmesini sağlamak, ilgili literatürün gelişmesine ve yenilenmesine imkân tanımak, konunun literatürdeki etkisini artırmayı amaçlamak ve niteliklerini belirleyerek konu hakkında daha çok sayıda araştırma yapılmasına fayda sağlayabilmek için kullanılan bir analiz tekniği olarak tanımlanmaktadır (Borgman ve Furner, 2005:2; Palmer vd., 2005:176; Hall, 2011:16).

Çalışmada, tezlerin düzeyi, yazım dili, hazırlandığı üniversite, hazırlandığı yıl, danışman akademik unvanı, anabilim dalı, yayınlandığı enstitü, konusu, sayfa sayısı, kullanılan anahtar kelime sayısı, yöntemi, örneklem grubu, örneklem sayısı, kaynakça sayısı ve kaynakça türü gibi parametreler analiz edilmiştir. Bu parametreleri belirleyebilmek için daha önceden yapılmış olan çalışmalardan (Özel ve Kozak, 2012; Aydın, 2017; Alımanoğlu ve Ayazlar, 2017; Akkaşoğlu vd., 2019; Aydın ve Aksöz, 2019; Çelik, 2019; Polat Üzümcü, 2019; Albayrak ve Tüzünkan, 2020; Bahçeci ve Yılmaz, 2020) yararlanılmıştır.

Çalışmada incelenen tezler Yüksek Öğretim Kurulu Tez Merkezi'nin (YÖKTEZ) internet veri tabanından elde edilmiştir. Tezler taranırken tarama terimi kısmına "sanal kaytarma" ve "siber aylıklık" terimleri yazılmıştır. Bununla beraber, aranacak alan, izin durumu ve tez türü kısımlarında tümü seçeneği seçilmiş ve tarama yapılmıştır. Tarama sonucunda toplam 71 teze ulaşılmıştır. Daha sonra izin durumu kısmında izinli seçeneği seçilmiş ve tekrar tarama yapılmıştır. Buna göre, bütün tezlerin izinli olduğu görülmüş ve çalışma erişime açık olan 71 tez üzerinden yürütülmüştür. Güvenirliği sağlamak amacıyla tezler 01.05.2021-23.05.2021 tarihleri arasında kontrol edilmiş ve hiçbir değişikliğin olmadığı görülmüştür. Buna göre, elde edilen veriler Microsoft Excel 2013 programında analiz edilmiş ve frekans ile yüzde dağılımları şeklinde sunulmuştur. Yapılan bu çalışma, sanal kaytarma konusu ile ilgili hazırlanan lisansüstü tezlerin incelenmesiyle sınırlandırılmıştır. Ayrıca, çalışmada analiz edilen tezlerin sadece YÖKTEZ'in internet veri tabanındaki tezlerden elde edilmesi araştırmacının bir diğer sınırlılığını oluşturmaktadır. Bu kapsamda, çalışmanın amacı doğrultusunda aşağıdaki sorulara yanıtlar aranmıştır.

1. Sanal kaytarma konusunda hazırlanan lisansüstü tezlerin düzeyi nedir?
2. Sanal kaytarma konusunda hazırlanan lisansüstü tezlerin yazım dili nedir?
3. Sanal kaytarma konusunda hazırlanan lisansüstü tezlerin üniversitelere göre dağılımı nasıldır?
4. Sanal kaytarma konusunda hazırlanan lisansüstü tezlerin yıllara göre dağılımı nasıldır?

5. Sanal kayıtma konusunda hazırlanan lisansüstü tezlerin danışman akademik unvan dağılımı nasıldır?
6. Sanal kayıtma konusunda hazırlanan lisansüstü tezlerin ana bilim dallarına göre dağılımı nasıldır?
7. Sanal kayıtma konusunda hazırlanan lisansüstü tezlerin enstitülere göre dağılımı nasıldır?
8. Sanal kayıtma konusunda hazırlanan lisansüstü tezlerin konu dağılımı nasıldır?
9. Sanal kayıtma konusunda hazırlanan lisansüstü tezlerin sayfa sayılarının sayısal dağılımı nasıldır?
10. Sanal kayıtma konusunda hazırlanan lisansüstü tezlerin anahtar kelime sayıları dağılımı nasıldır?
11. Sanal kayıtma konusunda hazırlanan lisansüstü tezlerin araştırma yöntemleri nedir?
12. Sanal kayıtma konusunda hazırlanan lisansüstü tezlerin örneklem grupları nedir?
13. Sanal kayıtma konusunda hazırlanan lisansüstü tezlerin örneklem sayılarının dağılımı nasıldır?
14. Sanal kayıtma konusunda hazırlanan lisansüstü tezlerin kaynakçalarının sayısal dağılımı nasıldır?
15. Sanal kayıtma konusunda hazırlanan lisansüstü tezlerin kaynakça türü nedir?

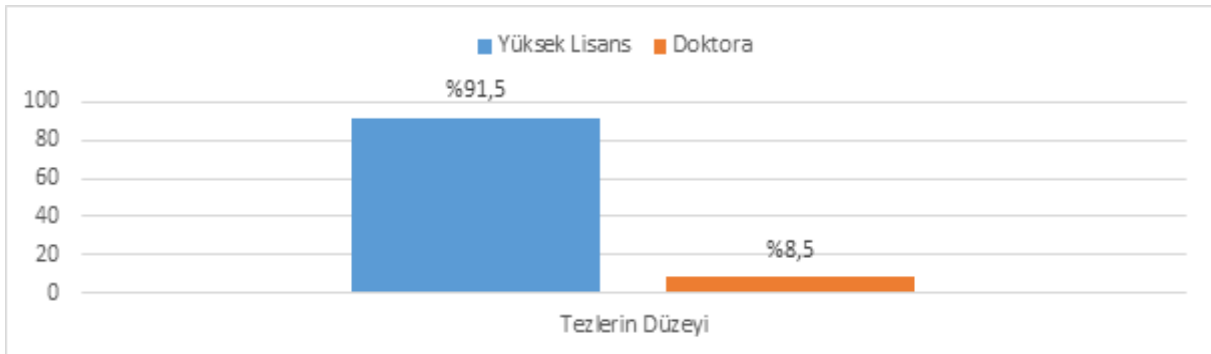
#### 4. BULGULAR

Çalışmanın bu kısmında sanal kayıtma konusunda hazırlanmış olan lisansüstü tezlerin düzeyi, yazım dili, hazırlandığı üniversite, hazırlandığı yıl, danışman akademik düzeyi, anabilim dalı, yayınlandığı enstitü, ana konusu, sayfa sayısı, kullanılan anahtar kelime sayısı, yöntemi, örneklem grubu, örneklem sayısı, kaynakça sayısı ve kaynakça türü ile ilgili bilgiler tablolar halinde sunulmuştur. Sanal kayıtma konusunda hazırlanmış olan lisansüstü tezlerin düzeyleri ile ilgili bilgiler aşağıda Tablo 1’de gösterilmiştir.

**Tablo 1: Lisansüstü tezlerin düzeylerine ilişkin bulgular**

Tez Düzeyi	<i>f</i>	%
Yüksek Lisans	65	91,5
Doktora	6	8,5
<b>Toplam</b>	<b>71</b>	<b>100,0</b>

Tablo 1’e göre; sanal kayıtma konusunda hazırlanmış olan lisansüstü tezlerin %91,5’i yüksek lisans düzeyinde %8,5’i doktora düzeyinde hazırlanmıştır. Sanal kayıtma konusunda hazırlanmış olan lisansüstü tezlerin düzeyleri ile ilgili bilgiler aşağıda Grafik 1’de gösterilmiştir.



**Grafik 1: Lisansüstü tezlerin düzeylerine ilişkin bulgular**

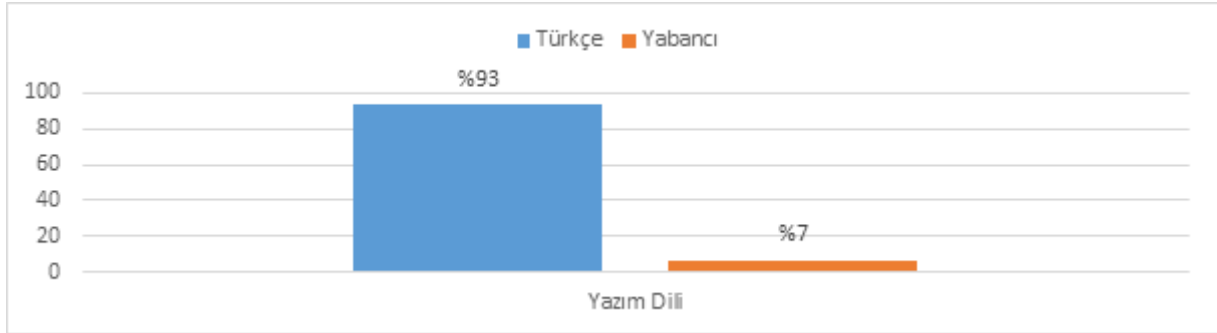
Grafik 1’de gösterildiği üzere, hazırlanan lisansüstü tezlerin büyük bir çoğunluğu yüksek lisans düzeyindedir. Sanal kayıtma konusunda hazırlanmış olan lisansüstü tezlerin yazım dili ile ilgili bilgiler aşağıda Tablo 2’de gösterilmiştir.



**Tablo 2: Lisansüstü tezlerin yazım diline ilişkin bulgular**

Yazım Dili	Yüksek Lisans		Doktora		Toplam	
	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%
Türkçe	60	92,3	6	100,0	66	93,0
Yabancı	5	7,7	--	--	5	7,0
<b>Toplam</b>	<b>65</b>	<b>100,0</b>	<b>6</b>	<b>100,0</b>	<b>71</b>	<b>100,0</b>

Tablo 2'ye göre; sanal kayıtma konusunda hazırlanmış olan lisansüstü tezlerin %93,0'ı Türkçe dilinde, %7,0'ı ise yabancı bir dilde yazılmıştır. Bununla beraber, yüksek lisans düzeyindeki tezlerin %92,3'ü Türkçe dilinde %7,7'si yabancı bir dilde hazırlanırken, doktora düzeyindeki tezlerin tamamı Türkçe dilinde hazırlanmıştır. Sanal kayıtma konusunda hazırlanmış olan lisansüstü tezlerin yazım dili ile ilgili bilgiler aşağıda Grafik 2'de gösterilmiştir.



**Grafik 2: Lisansüstü tezlerin yazım diline ilişkin bulgular**

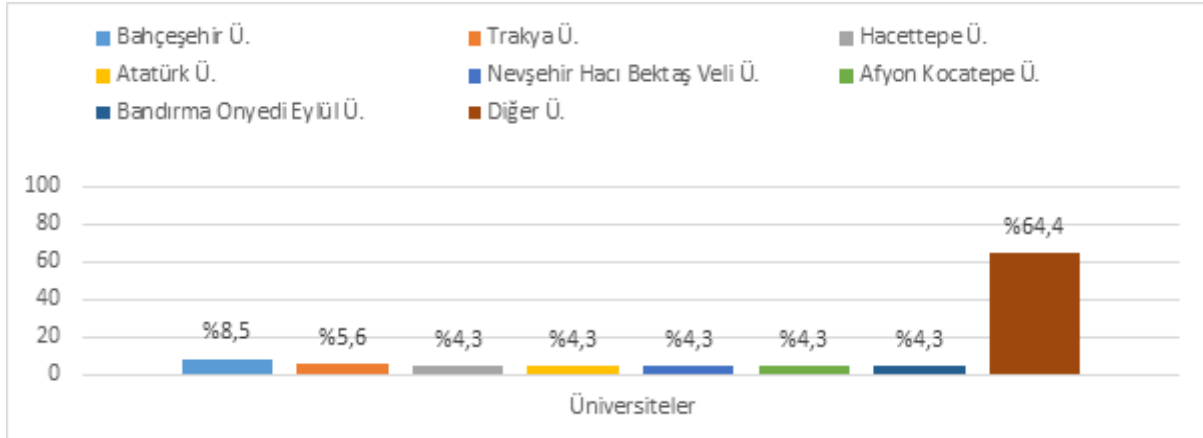
Grafik 2'de gösterildiği üzere, lisansüstü tezlerin çok büyük bir bölümü Türkçe dilinde hazırlanmıştır. Sanal kayıtma konusunda hazırlanmış olan lisansüstü tezlerin hazırlandığı üniversiteler ile ilgili bilgiler aşağıda Tablo 3'te gösterilmiştir.

**Tablo 3: Lisansüstü tezlerin hazırlandığı üniversitelere ilişkin bulgular**

Üniversite	<i>f</i>	%	Üniversite	<i>f</i>	%
Bahçeşehir Ü.	6	8,5	Kahramanmaraş Sütçü İmam Ü.	1	1,4
Trakya Ü.	4	5,6	Munzur Ü.	1	1,4
Hacettepe Ü.	3	4,3	Balıkesir Ü.	1	1,4
Atatürk Ü.	3	4,3	Kastamonu Ü.	1	1,4
Nevşehir Hacı Bektaş Veli Ü.	3	4,3	Düzce Ü.	1	1,4
Afyon Kocatepe Ü.	3	4,3	Ondokuz Mayıs Ü.	1	1,4
Bandırma Onyedli Eylül Ü.	3	4,3	İnönü Ü.	1	1,4
Aksaray Ü.	2	2,8	Yalova Ü.	1	1,4
Fırat Ü.	2	2,8	Karadeniz Teknik Ü.	1	1,4
İstanbul Sabahattin Zaim Ü.	2	2,8	Çukurova Ü.	1	1,4
Aydın Adnan Menderes Ü.	2	2,8	Bilecik Şeyh Edebali Ü.	1	1,4
Süleyman Demirel Ü.	2	2,8	Manisa Celal Bayar Ü.	1	1,4
Marmara Ü.	2	2,8	Erciyes Ü.	1	1,4
Eskişehir Osman Gazi Ü.	2	2,8	Beykent Ü.	1	1,4
Kafkas Ü.	2	2,8	Ankara Yıldırım Beyazıt Ü.	1	1,4
İstanbul Üniversitesi-Cerrahpaşa Ü.	2	2,8	Dokuz Eylül Ü.	1	1,4
Pamukkale Ü.	2	2,8	Alparslan Türkeş Bilim ve Teknoloji Ü.	1	1,4
Yıldız Teknik Ü.	1	1,4	Selçuk Ü.	1	1,4

Gazi Ü.	1	1,4	Osmaniye Korkut Ata Ü.	1	1,4
Akdeniz Ü.	1	1,4	Ortadoğu Teknik Ü.	1	1,4
Cumhuriyet Ü.	1	1,4	Çağ Ü.	1	1,4
İstanbul Aydın Ü.	1	1,4	<b>Toplam</b>	<b>71</b>	<b>100,0</b>

Tablo 3'e göre; sanal kaytarma konusunda hazırlanmış olan lisansüstü tezlerin %8,5'i Bahçeşehir Üniversitesi, %5,6'sı Trakya Üniversitesi, %4,3'ü Hacettepe Üniversitesi, %4,3'ü Atatürk Üniversitesi, %4,3'ü Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, %4,3'ü Afyon Kocatepe Üniversitesi ve %4,3'ü Bandırma Onyedi Eylül Üniversitesi'nde hazırlanmıştır. Sanal kaytarma konusunda hazırlanmış olan lisansüstü tezlerin hazırlandığı üniversiteler ile ilgili bilgiler aşağıda Grafik 3'te gösterilmiştir.



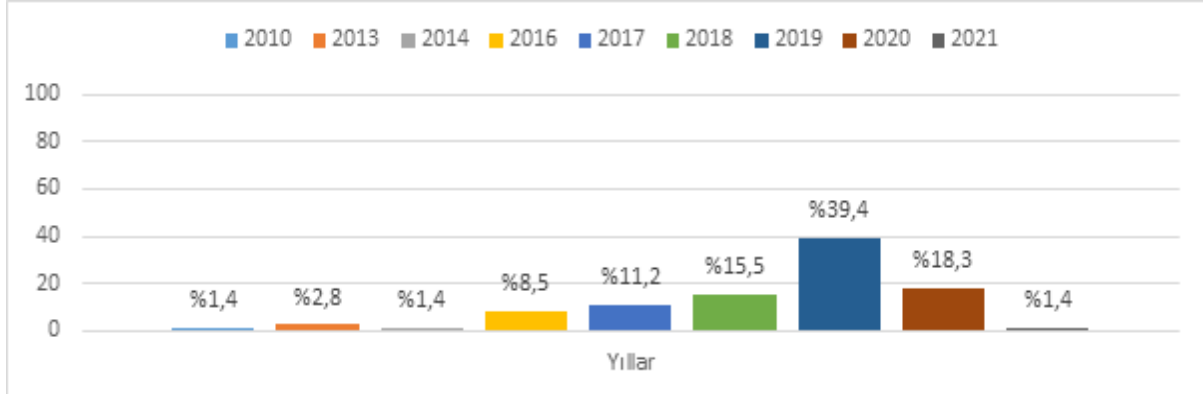
**Grafik 3: Lisansüstü tezlerin hazırlandığı üniversitelere ilişkin bulgular**

Grafik 3'te gösterildiği üzere, lisansüstü tezler Bahçeşehir Üniversitesi, Trakya Üniversitesi, Hacettepe Üniversitesi, Atatürk Üniversitesi, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Afyon Kocatepe Üniversitesi ve Bandırma Onyedi Eylül Üniversitesi'nde daha fazla sayıda hazırlanmıştır. Sanal kaytarma konusunda hazırlanmış olan lisansüstü tezlerin hazırlandığı yıllar ile ilgili bilgiler aşağıda Tablo 4'te gösterilmiştir.

**Tablo 4: Lisansüstü tezlerin yayınlandığı yıllara ilişkin bulgular**

Yıl	f	%
2010	1	1,4
2013	2	2,8
2014	1	1,4
2016	6	8,5
2017	8	11,2
2018	11	15,5
2019	28	39,4
2020	13	18,3
2021	1	1,4
<b>Toplam</b>	<b>71</b>	<b>100,0</b>

Tablo 4' göre; sanal kaytarma konusunda hazırlanan lisansüstü tezlerin %39,4'ü 2019 yılında, %18,3'ü 2020 yılında, %15,5'i 2018 yılında, %11,2'si 2017 yılında ve %8,5'i 2016 yılında hazırlanmıştır. Sanal kaytarma konusunda hazırlanmış olan lisansüstü tezlerin hazırlandığı yıllar ile ilgili bilgiler aşağıda Grafik 4'te gösterilmiştir.



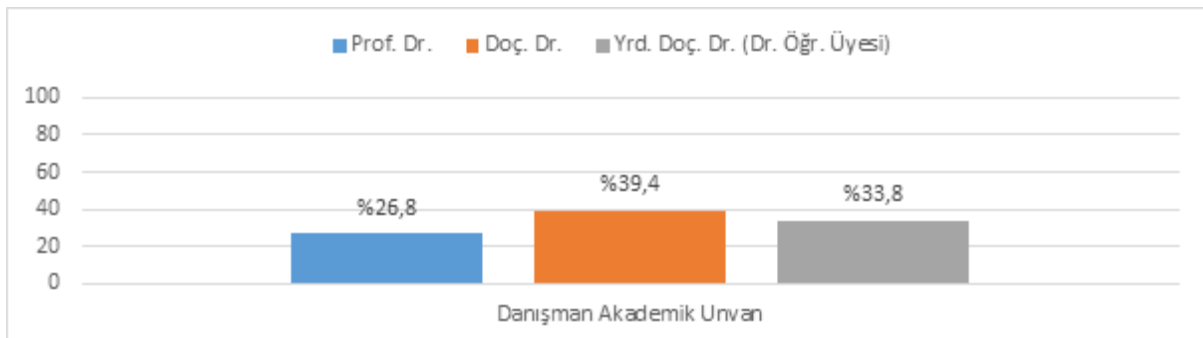
Grafik 4: Lisansüstü tezlerin yayınlandığı yıllara ilişkin bulgular

Grafik 4'te gösterildiği üzere, lisansüstü düzeydeki tezlerin büyük bir bölümü 2016 ile 2020 yılları arasında hazırlanmıştır. Sanal kaytarma konusunda hazırlanmış olan lisansüstü tezlerin danışman akademik unvanları ile ilgili bilgiler aşağıda Tablo 5'te gösterilmiştir.

Tablo 5: Lisansüstü tezlerin danışman akademik unvanlarına ilişkin bulgular

Danışma Unvan	Yüksek Lisans		Doktora		Toplam	
	f	%	f	%	f	%
Prof. Dr.	17	26,1	2	33,3	19	26,8
Doç. Dr.	25	38,5	3	50,0	28	39,4
Yrd. Doç. (Dr. Öğr. Üyesi)	23	35,4	1	16,7	24	33,8
<b>Toplam</b>	<b>65</b>	<b>100,0</b>	<b>6</b>	<b>100,0</b>	<b>71</b>	<b>100,0</b>

Tablo 5'e göre; sanal kaytarma konusunda hazırlanan lisansüstü tezlerin %39,4'ünde Doç. Dr. unvanlı, %33,8'inde Yrd. Doç. (Dr. Öğr. Üyesi) unvanlı ve %26,8'inde ise Prof. Dr. unvanlı akademisyenlerin danışmanlık yaptığı görülmektedir. Bununla beraber, yüksek lisans düzeyindeki tezlerde sırasıyla %38,5 Doç. Dr. unvanlı, %35,4 Yrd. Doç. (Dr. Öğr. Üyesi) unvanlı ve %26,1 Prof. Dr. unvanlı akademisyenler danışmanlık yaparken; doktora düzeyindeki tezlerde sırasıyla %50,0 Doç. Dr. unvanlı, %33,3 Prof. Dr. unvanlı ve %16,7 Yrd. Doç. (Dr. Öğr. Üyesi) unvanlı akademisyenler danışmanlık yapmıştır. Sanal kaytarma konusunda hazırlanmış olan lisansüstü tezlerin danışman akademik unvanları ile ilgili bilgiler aşağıda Grafik 5'te gösterilmiştir.



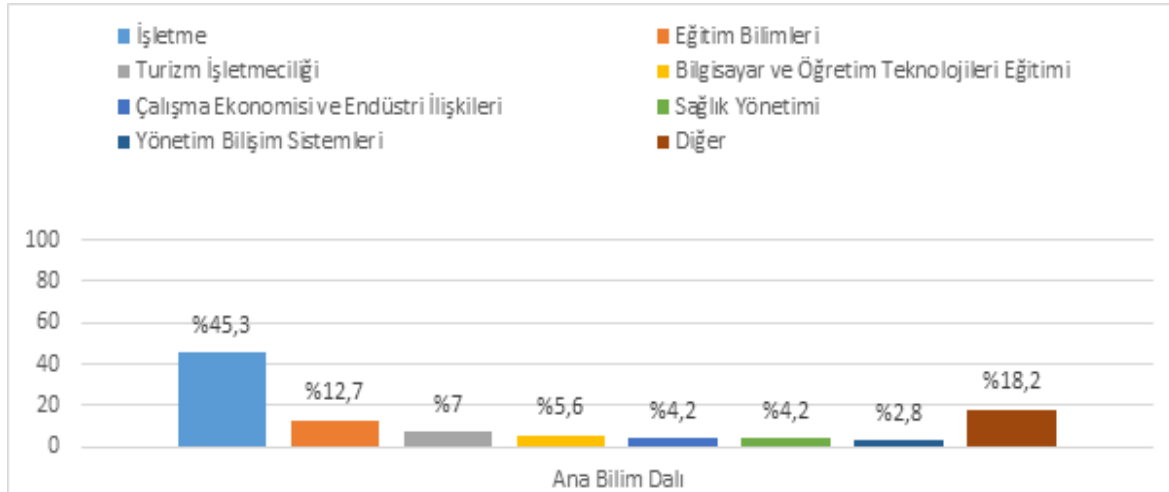
Grafik 5: Lisansüstü tezlerin danışman akademik unvanlarına ilişkin bulgular

Grafik 5'te gösterildiği üzere, hazırlanan lisansüstü tezlere sırasıyla Doç. Dr. unvanlı akademisyenler danışmanlık yapmıştır. Bunu sırasıyla Yrd. Doç. Dr. (Dr. Öğr. Üyesi) ve Prof. Dr. unvanlı akademisyenler izlemektedir. Sanal kaytarma konusunda hazırlanmış olan lisansüstü tezlerin ana bilim dalları ile ilgili bilgiler aşağıda Tablo 6'da gösterilmiştir.

**Tablo 6: Lisansüstü tezlerin ana bilim dallarına ilişkin bulgular**

Ana Bilim Dalı	f	%	Ana Bilim Dalı	f	%
İşletme	32	45,3	Eğitim Yön. Teftişi Plan. ve Eko.	1	1,4
Eğitim Bilimleri	9	12,7	Klinik Psikoloji	1	1,4
Turizm İşletmeciliği	5	7,0	Turizm ve Otel İşletmeciliği	1	1,4
Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Eğitimi	4	5,6	Yiyecek İçecek İşletmeciliği	1	1,4
Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri	3	4,2	Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik	1	1,4
Sağlık Yönetimi	3	4,2	Spor Yöneticiliği	1	1,4
Yönetim Bilişim Sistemleri	2	2,8	Yönetim ve Organizasyon	1	1,4
İlköğretim	1	1,4	Teknoloji ve Bilgi Yönetimi	1	1,4
Kamu Yönetimi	1	1,4	Sağlık Kurumları Yönetimi	1	1,4
Eğitim Yönetimi ve Denetimi	1	1,4	Psikoloji	1	1,4
			<b>Toplam</b>	<b>71</b>	<b>100,0</b>

Tablo 6'ya göre; sanal kaytarma konusunda hazırlanan lisansüstü tezlerin %45,3'ü İşletme Ana bilim dalında, %12,7'si Eğitim Bilimleri Ana bilim dalında, %7,0'ı Turizm İşletmeciliği Ana bilim dalında hazırlanmıştır. Ayrıca tezlerin %5,6'sı Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Eğitimi Ana bilim dalında %4,2'si Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Ana bilim dalında ve %4,2'si Sağlık Yönetimi Ana bilim dalında hazırlanmıştır. Sanal kaytarma konusunda hazırlanmış olan lisansüstü tezlerin ana bilim dalları ile ilgili bilgiler aşağıda Grafik 6'da gösterilmiştir.



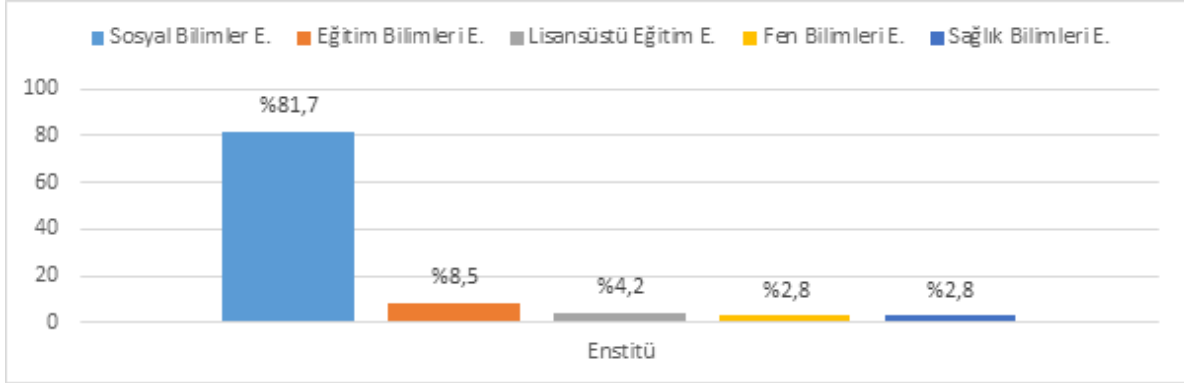
**Grafik 6: Lisansüstü tezlerin ana bilim dallarına ilişkin bulgular**

Grafik 6'da gösterildiği üzere, lisansüstü tezlerin yarısına yakını İşletme Ana bilim dalında hazırlanmıştır. Sanal kaytarma konusunda hazırlanmış olan lisansüstü tezlerin yayımlandığı enstitü ile ilgili bilgiler aşağıda Tablo 7'de gösterilmiştir.

**Tablo 7: Lisansüstü tezlerin yayımlandığı enstitülere ilişkin bulgular**

Enstitü	f	%
Sosyal Bilimler E.	58	81,7
Eğitim Bilimleri E.	6	8,5
Lisansüstü Eğitim E.	3	4,2
Fen Bilimleri E.	2	2,8
Sağlık Bilimleri E.	2	2,8
<b>Toplam</b>	<b>71</b>	<b>100,0</b>

Tablo 7'ye göre; sanal kaytarma konusunda hazırlanan lisansüstü tezlerin %81,7'si Sosyal Bilimler Enstitüsü, %8,5'i Eğitim Bilimleri Enstitüsü, %4,2'si Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, %2,8'i Fen Bilimleri Enstitüsü ve %2,8'i Sağlık Bilimleri Enstitüsü bünyesinde hazırlanmıştır. Sanal kaytarma konusunda hazırlanmış olan lisansüstü tezlerin yayınlandığı enstitü ile ilgili bilgiler aşağıda Grafik 7'de gösterilmiştir.



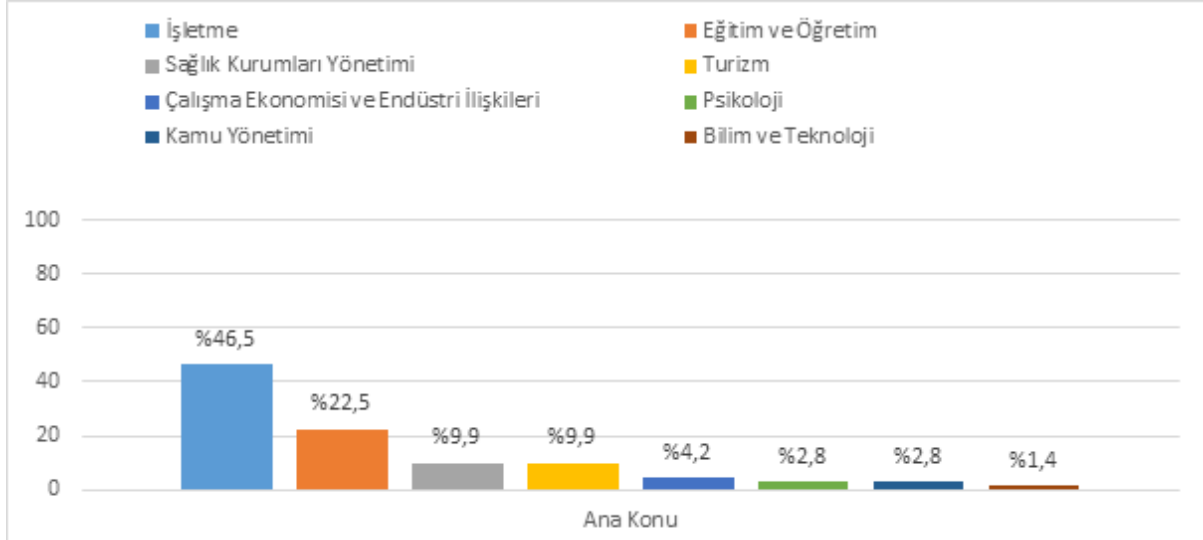
**Grafik 7: Lisansüstü tezlerin yayınlandığı enstitülere ilişkin bulgular**

Grafik 7'de gösterildiği üzere, lisansüstü tezlerin çok büyük bir bölümü Sosyal Bilimler Enstitüsü bünyesinde hazırlanmıştır. Sanal kaytarma konusunda hazırlanmış olan lisansüstü tezlerin ana konuları ile ilgili bilgiler aşağıda Tablo 8'de gösterilmiştir.

**Tablo 8: Lisansüstü tezlerin ana konularına ilişkin bulgular**

Konu	Yüksek Lisans		Doktora		Toplam	
	f	%	f	%	f	%
İşletme	28	43,1	5	83,3	33	46,5
Eğitim ve Öğretim	16	24,5	--	--	16	22,5
Sağlık Kurumları Yönetimi	7	10,8	--	--	7	9,9
Turizm	7	10,8	--	--	7	9,9
Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri	3	4,6	--	--	3	4,2
Psikoloji	2	3,1	--	--	2	2,8
Kamu Yönetimi	2	3,1	--	--	2	2,8
Bilim ve Teknoloji	--	--	1	16,7	1	1,4
<b>Toplam</b>	<b>65</b>	<b>100,0</b>	<b>6</b>	<b>100,0</b>	<b>71</b>	<b>100,0</b>

Tablo 8'e göre; sanal kaytarma konusunda hazırlanan lisansüstü tezlerin %46,5'i İşletme, %22,5'i Eğitim ve Öğretim, %9,9'u Sağlık Kurumları Yönetimi ve %9,9'u Turizm ana konularında hazırlanmıştır. Bununla beraber, yüksek lisans düzeyindeki tezlerin %43,1'i İşletme, %24,5'i Eğitim ve Öğretim, %10,8'i Sağlık Kurumları Yönetimi, %10,8'i Turizm ana konularında hazırlanırken; doktora düzeyindeki tezlerin ise %83,3'ü İşletme ve %16,7'si Bilim ve Teknoloji ana konularında hazırlanmıştır. Sanal kaytarma konusunda hazırlanmış olan lisansüstü tezlerin ana konuları ile ilgili bilgiler aşağıda Grafik 8'de gösterilmiştir.



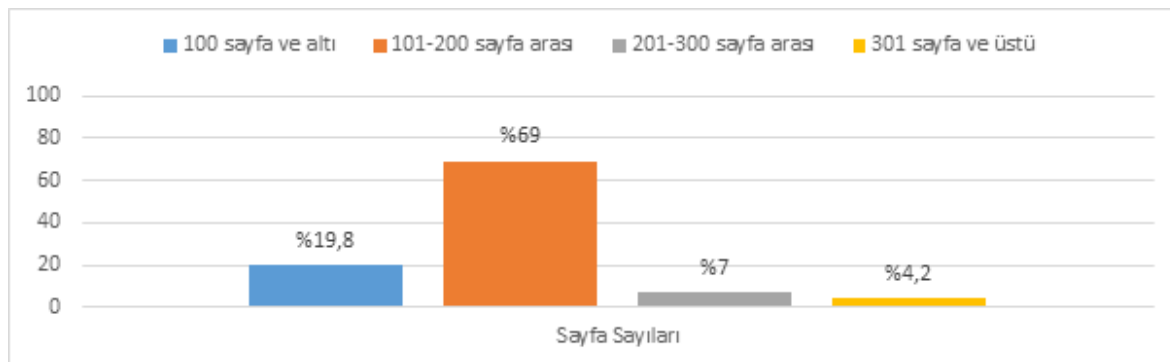
**Grafik 8: Lisansüstü tezlerin ana konularına ilişkin bulgular**

Grafik 8’de gösterildiği üzere, lisansüstü tezlerin yarısına yakını işletme ana konusunda hazırlanmıştır. Bunu sırasıyla; Eğitim ve Öğretim Sağlık Kurumları Yönetimi ve Turizm ana konuları izlemektedir. Sanal kaytarma konusunda hazırlanmış olan lisansüstü tezlerin sayfa sayıları ile ilgili bilgiler aşağıda Tablo 9’da gösterilmiştir.

**Tablo 9: Lisansüstü tezlerin sayfa sayılarına ilişkin bulgular**

Sayfa Sayısı	Yüksek Lisans		Doktora		Toplam	
	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%
100 sayfa ve altı	14	21,5	--	--	14	19,8
101-200 sayfa arası	46	70,8	3	50,0	49	69,0
201-300 sayfa arası	3	4,6	2	33,3	5	7,0
301 sayfa ve üstü	2	3,1	1	16,7	3	4,2
<b>Toplam</b>	<b>65</b>	<b>100,0</b>	<b>6</b>	<b>100,0</b>	<b>71</b>	<b>100,0</b>

Tablo 9’a göre; sanal kaytarma konusunda hazırlanan lisansüstü tezlerin %69,0’ı 101-200 sayfa arasında, %19,8’i 100 sayfa ve altında, %7,0’ı 201-300 sayfa arasında ve %4,2’si 301 sayfa ve üzerinde hazırlanmıştır. Bununla beraber, yüksek lisans düzeyindeki tezlerin %70,8’i 101-200 sayfa arasında, %21,5’i 100 sayfa ve altında hazırlanırken; doktora düzeyindeki tezlerin %50,0’ı 101-200 sayfa arasında, %33,3’ü ise 201-300 sayfa arasında hazırlanmıştır. Sanal kaytarma konusunda hazırlanmış olan lisansüstü tezlerin sayfa sayıları ile ilgili bilgiler aşağıda Grafik 9’da gösterilmiştir.



**Grafik 9: Lisansüstü tezlerin sayfa sayılarına ilişkin bulgular**

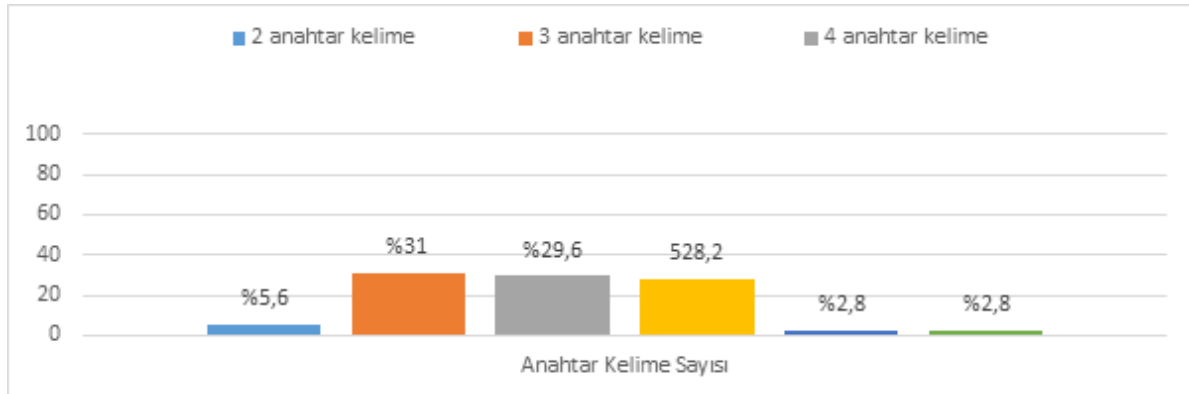


Grafik 9'da gösterildiği üzere, lisansüstü tezlerin yarısından fazlası 101-200 sayfa aralığında hazırlanmıştır. Ayrıca hazırlanan tezlerin çok az bir bölümü 301 sayfa ve üzerindedir. Sanal kaytarma konusunda hazırlanmış olan lisansüstü tezlerde kullanılan anahtar kelime sayıları ile ilgili bilgiler aşağıda Tablo 10'da gösterilmiştir.

**Tablo 10: Lisansüstü tezlerde kullanılan anahtar kelime sayılarına ilişkin bulgular**

Anahtar Kelime Sayısı	Yüksek Lisans		Doktora		Toplam	
	f	%	f	%	f	%
2 anahtar kelime	4	6,2	--	--	4	5,6
3 anahtar kelime	20	30,8	2	33,3	22	31,0
4 anahtar kelime	18	27,6	3	50,0	21	29,6
5 anahtar kelime	20	30,8	--	--	20	28,2
6 anahtar kelime	2	3,1	--	--	2	2,8
7 anahtar kelime	1	1,5	1	16,7	2	2,8
<b>Toplam</b>	<b>65</b>	<b>100,0</b>	<b>6</b>	<b>100,0</b>	<b>71</b>	<b>100,0</b>

Tablo 10'a göre; sanal kaytarma konusunda hazırlanan lisansüstü tezlerin %31,0'ında 3 anahtar kelime, %29,6'sında 4 anahtar kelime, %28,2'sinde 5 anahtar kelime kullanılmıştır. Bununla beraber, yüksek lisans düzeyindeki tezlerin %30,8'inde 3 anahtar kelime, %30,8'inde 5 anahtar kelime ve %27,6'sında 4 anahtar kelime kullanılırken; doktora düzeyindeki tezlerin %50,0'ında 4 anahtar kelime, %33,3'ünde 3 anahtar kelime ve %16,7'sinde ise 7 anahtar kelime kullanılmıştır. Sanal kaytarma konusunda hazırlanmış olan lisansüstü tezlerde kullanılan anahtar kelime sayıları ile ilgili bilgiler aşağıda Grafik 10'da gösterilmiştir.



**Grafik 10: Lisansüstü tezlerde kullanılan anahtar kelime sayılarına ilişkin bulgular**

Grafik 10'da gösterildiği üzere, lisansüstü tezlerin büyük bir bölümü 3 anahtar kelime, 4 anahtar kelime ve 5 anahtar kelime kullanılarak hazırlanmıştır. Sanal kaytarma konusunda hazırlanmış olan lisansüstü tezlerde kullanılan yöntem ile ilgili bilgiler aşağıda Tablo 11'de gösterilmiştir.

**Tablo 11: Lisansüstü tezlerde kullanılan yöntemlere ilişkin bulgular**

Yöntem	Yüksek Lisans		Doktora		Toplam	
	f	%	f	%	f	%
Nicel	63	96,9	5	83,3	68	95,8
Karma	2	3,1	--	--	2	2,8
Nitel	--	--	1	16,7	1	1,4
<b>Toplam</b>	<b>65</b>	<b>100,0</b>	<b>6</b>	<b>100,0</b>	<b>71</b>	<b>100,0</b>

Tablo 11'e göre; sanal kaytarma konusunda hazırlanan lisansüstü tezlerin %95,8'inde nicel araştırma yöntemi, %2,8'inde karma araştırma yöntemi ve %1,4'ünde nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Bununla beraber, yüksek lisans düzeyindeki tezlerin %96,9'unda nicel araştırma yöntemi ve %3,1'inde karma araştırma yöntemi

kullanılırken; doktora düzeyindeki tezlerin %83,3'ünde nicel araştırma yöntemi ve %16,7'sinde nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Sanal kaytarma konusunda hazırlanmış olan lisansüstü tezlerde kullanılan yöntem ile ilgili bilgiler aşağıda Grafik 11'de gösterilmiştir.



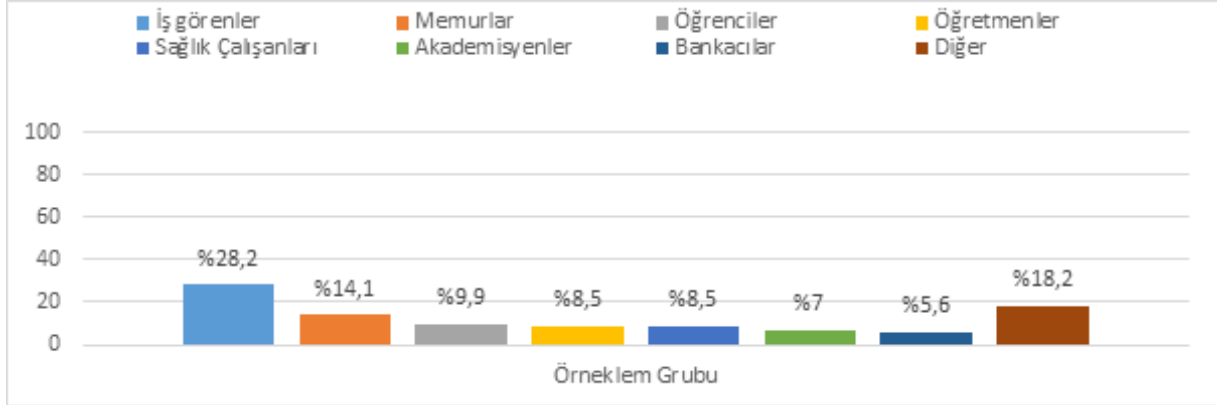
**Grafik 11: Lisansüstü tezlerde kullanılan yöntemlere ilişkin bulgular**

Grafik 11'de gösterildiği üzere, hazırlanan lisansüstü tezlerin tamamına yakınında nicel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Karma ve nitel araştırma yönteminden ise çok az sayıda yararlanılmıştır. Sanal kaytarma konusunda hazırlanmış olan lisansüstü tezlerde kullanılan örneklem grubu ile ilgili bilgiler aşağıda Tablo 12'de gösterilmiştir.

**Tablo 12: Lisansüstü tezlerde kullanılan örneklem gruplarına ilişkin bulgular**

Örneklem Grubu	Yüksek Lisans		Doktora		Toplam	
	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%
İş görenler	19	29,2	1	16,7	20	28,2
Memurlar	9	13,8	1	16,7	10	14,1
Öğrenciler	7	10,8	--	--	7	9,9
Öğretmenler	6	9,2	--	--	6	8,5
Sağlık Çalışanları	6	9,2	--	--	6	8,5
Akademisyenler	4	6,2	1	16,7	5	7,0
Bankacılar	2	3,1	2	33,2	4	5,6
Öğretmenler + Yöneticiler	3	4,6	--	--	3	4,2
Akademisyenler + İdari Personeller	3	4,6	--	--	3	4,2
Memurlar + İş görenler	2	3,1	--	--	2	2,8
Yöneticiler + İş görenler	2	3,1	--	--	2	2,8
Yöneticiler	2	3,1	--	--	2	2,8
Dosya İncelemesi	--	--	1	16,7	1	1,4
<b>Toplam</b>	<b>65</b>	<b>100,0</b>	<b>6</b>	<b>100,0</b>	<b>71</b>	<b>100,0</b>

Tablo 12'ye göre; sanal kaytarma konusunda hazırlanan tezlerin %28,2'sinde iş görenler, %14,1'inde memurlar, %9,9'unda öğrenciler, %8,5'inde öğretmenler, %8,5'inde sağlık çalışanları, %7,0'ında akademisyenler ve %5,6'sında bankacılar örneklem olarak seçilmiştir. Bununla beraber, yüksek lisans düzeyindeki tezlerin %29,2'sinde iş görenler, %13,8'inde memurlar ve %10,8'inde öğrenciler örneklem olarak seçilmiştir. Doktora düzeyindeki tezlerin ise %33,2'sinde bankacılar, %16,7'sinde iş görenler, %16,7'sinde memurlar, %16,7'sinde akademisyenler ve %16,7'sinde dosya incelemesi örneklem olarak seçilmiştir. Sanal kaytarma konusunda hazırlanmış olan lisansüstü tezlerde kullanılan örneklem grubu ile ilgili bilgiler aşağıda Grafik 12'de gösterilmiştir.



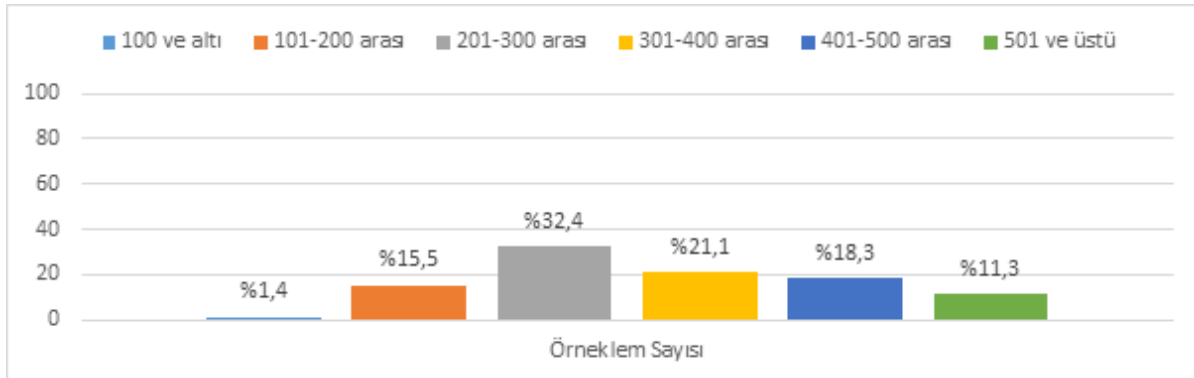
**Grafik 12: Lisansüstü tezlerde kullanılan örneklem gruplarına ilişkin bulgular**

Grafik 12’de gösterildiği üzere, hazırlanan lisansüstü tezlerin yarısında yakınında örneklem grubu olarak iş görenler ve memurlar tercih edilmiştir. Sanal kaytarma konusunda hazırlanmış olan lisansüstü tezlerde kullanılan örneklem sayıları ile ilgili bilgiler aşağıda Tablo 13’te gösterilmiştir.

**Tablo 13: Lisansüstü tezlerde kullanılan örneklem sayılarına ilişkin bulgular**

Örneklem Sayısı	Yüksek Lisans		Doktora		Toplam	
	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%
100 ve altı	--	--	1	16,7	1	1,4
101-200 arası	11	16,9	--	--	11	15,5
201-300 arası	21	32,4	2	33,3	23	32,4
301-400 arası	14	21,5	1	16,7	15	21,1
401-500 arası	11	16,9	2	33,3	13	18,3
501 ve üstü	8	12,3	--	--	8	11,3
<b>Toplam</b>	<b>65</b>	<b>100,0</b>	<b>6</b>	<b>100,0</b>	<b>71</b>	<b>100,0</b>

Tablo 13’e göre; sanal kaytarma konusunda hazırlanan tezlerin %32,4’ünde 201-300 arasında, %21,1’inde 301-400 arasında, %18,3’ünde 401-500 arasında, %15,5’inde 101-200 arasında ve %11,3’ünde 501 ve üzerinde örneklem kullanılmıştır. Bununla beraber, yüksek lisans düzeyindeki tezlerin %32,4’ünde 201-300 arasında, %21,5’inde 301-400 arasında örneklem kullanılırken; doktora düzeyindeki tezlerin %33,3’ünde 201-300 arasında, %33,3’ünde 401-500 arasında örneklem kullanılmıştır. Sanal kaytarma konusunda hazırlanmış olan lisansüstü tezlerde kullanılan örneklem sayıları ile ilgili bilgiler aşağıda Grafik 13’te gösterilmiştir.



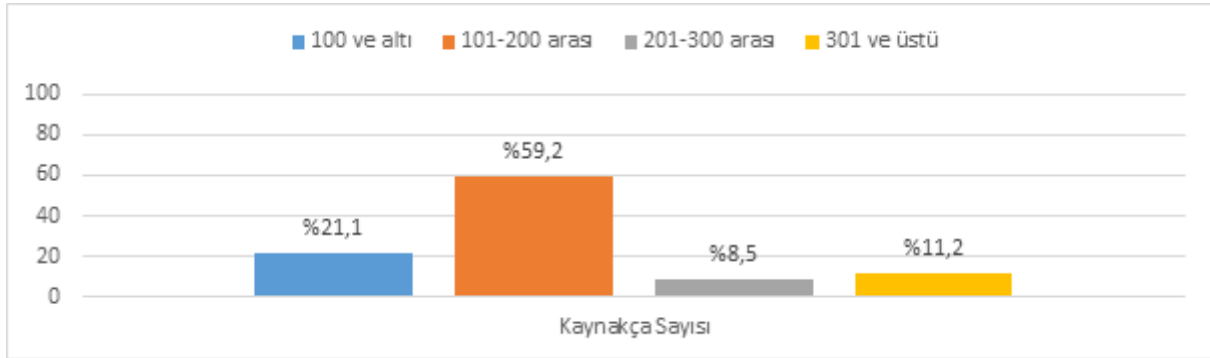
**Grafik 13: Lisansüstü tezlerde kullanılan örneklem sayılarına ilişkin bulgular**

Grafik 13'te gösterildiği üzere, hazırlanan lisansüstü tezlerin çoğunda 201-300 arasında örneklem kullanılmıştır. Bunu sırasıyla; 301-400 arası, 401-500 arası ve 101-200 arası örneklem izlemektedir. Sanal kaytarma konusunda hazırlanmış olan lisansüstü tezlerde kullanılan kaynakça sayıları ile ilgili bilgiler aşağıda Tablo 14'te gösterilmiştir.

**Tablo 14: Lisansüstü tezlerde kullanılan kaynakça sayılarına ilişkin bulgular**

Kaynakça Sayısı	Yüksek Lisans		Doktora		Toplam	
	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%
100 ve altı	15	23,1	--	--	15	21,1
101-200 arası	40	61,5	2	33,3	42	59,2
201-300 arası	5	7,7	1	16,7	6	8,5
301 ve üstü	5	7,7	3	50,0	8	11,2
<b>Toplam</b>	<b>65</b>	<b>100,0</b>	<b>6</b>	<b>100,0</b>	<b>71</b>	<b>100,0</b>

Tablo 14'e göre; sanal kaytarma konusunda hazırlanan tezlerin %59,2'sinde 101-200 arasında, %21,1'inde 100 ve altında, %11,2'sinde 301 ve üzerinde, %8,5'inde 201-300 arasında kaynakça kullanılmıştır. Bununla beraber, yüksek lisans düzeyindeki tezlerin %61,5'inde 101-200 arasında, %23,1'inde 100 ve altında kaynakça kullanılırken; doktora düzeyindeki tezlerin %50,0'ında 301 ve üzerinde %33,3'ünde ise 101-200 arasında kaynakça kullanılmıştır. Sanal kaytarma konusunda hazırlanmış olan lisansüstü tezlerde kullanılan kaynakça sayıları ile ilgili bilgiler aşağıda Grafik 14'te gösterilmiştir.



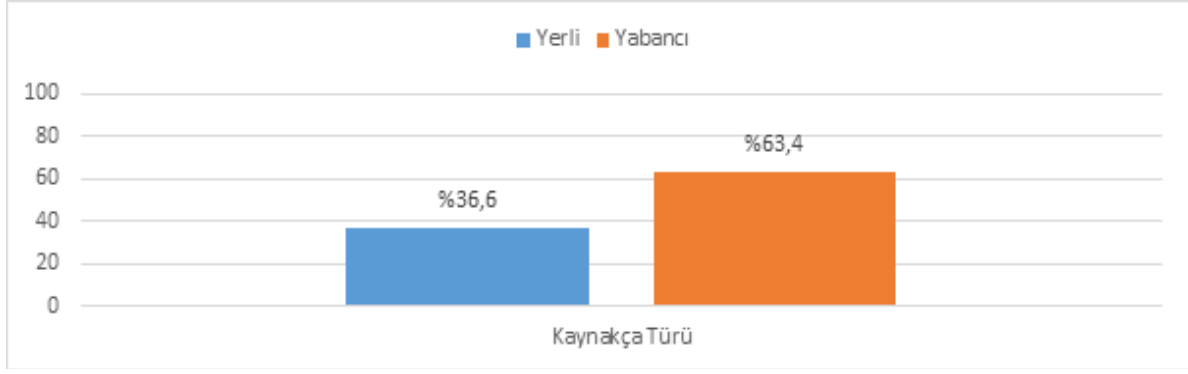
**Grafik 14: Lisansüstü tezlerde kullanılan kaynakça sayılarına ilişkin bulgular**

Grafik 14'te gösterildiği üzere, lisansüstü tezlerin yarısından fazlası 101-200 arasında kaynak kullanılarak hazırlanmıştır. Sanal kaytarma konusunda hazırlanmış olan lisansüstü tezlerde kullanılan kaynakça türü ile ilgili bilgiler aşağıda Tablo 15'te gösterilmiştir.

**Tablo 15: Lisansüstü tezlerde kullanılan kaynakça türüne ilişkin bulgular**

Kaynakça Türü	Yüksek Lisans		Doktora		Toplam	
	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%
Yerli	26	40,0	--	--	26	36,6
Yabancı	39	60,0	6	100,0	45	63,4
<b>Toplam</b>	<b>65</b>	<b>100,0</b>	<b>6</b>	<b>100,0</b>	<b>71</b>	<b>100,0</b>

Tablo 15'e göre; sanal kaytarma konusunda hazırlanan tezlerin %63,4'ünde yabancı kaynak, %36,6'sında ise yerli kaynak daha fazla kullanılmıştır. Bununla beraber, yüksek lisans düzeyindeki tezlerin %60,0'ında yabancı kaynak, %40,0'ında ise yerli kaynak daha fazla kullanılırken; doktora düzeyindeki tezlerin tamamında yabancı kaynak daha fazla kullanılmıştır. Sanal kaytarma konusunda hazırlanmış olan lisansüstü tezlerde kullanılan kaynakça türü ile ilgili bilgiler aşağıda Grafik 15'te gösterilmiştir.



**Grafik 15: Lisansüstü tezlerde kullanılan kaynakça türüne ilişkin bulgular**

Grafik 15'te gösterildiği üzere, hazırlanan lisansüstü tezlerin çoğunluğunda yabancı kaynak kullanımının yerli kaynak kullanımına göre daha fazla olduğu görülmektedir.

## 5.SONUÇ

Ulusal literatürdeki sanal kaytarma konusu ile ilgili hazırlanmış olan lisansüstü tezlerin analiz edildiği bu çalışmada, sanal kaytarma konusuna yönelik literatürün gelişmesini sağlamak ve genel özelliklerini ortaya çıkarmak amaçlanmıştır. Sanal kaytarma davranışlarının daha yaygın hale gelmesiyle beraber bu konu araştırmacıların dikkatlerini bu yöne çevirmesine sebep olmuş ve günümüzde daha fazla çalışılan konular arasına girmiştir.

Yapılan analiz neticesinde, sanal kaytarma konusunda hazırlanan tezlerin çok büyük bir bölümünün yüksek lisans düzeyinde olduğu ve doktora düzeyinde daha az sayıda tezin hazırlandığı görülmüştür. Bununla beraber, hazırlanan lisansüstü tezlerin yazım dillerinin çoğunluğu Türkçe dilindedir. Ayrıca yabancı dilde hazırlanan tezlerin hiçbiri doktora düzeyinde değildir. Lisans eğitiminden başlayarak temel seviyede yabancı bir dil eğitiminin verildiği üniversitelerde lisansüstü öğrencilerin yabancı dil probleminin olduğu bir gerçektir. Bunun yanı sıra, öğrencilerin eğitim dilinin Türkçe olması dolayısıyla ortaya çıkan bu sonucun normal olduğu söylenebilir.

Tezlerin hazırlandığı üniversiteler incelendiğinde, en çok tezin Bahçeşehir Üniversitesi'nde daha sonra ise Trakya Üniversitesi'nde hazırlandığı ortaya çıkmıştır. Bunları sırasıyla; Hacettepe Üniversitesi, Atatürk Üniversitesi, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Afyon Kocatepe Üniversitesi ve Bandırma Onyed Eylül Üniversitesi izlemektedir. Burada dikkat çeken nokta bir vakıf üniversitesi olmasına rağmen en fazla tezin Bahçeşehir Üniversitesi'nde hazırlanmasıdır. Bu durumun nedeninin, tezlere danışmanlık yapan akademisyenlerin yönlendirmeleriyle mi olduğu yoksa öğrencilerin kendi tercihleri doğrultusunda mı olduğu bilinmemektedir.

Araştırma sonuçlarına göre, YÖKTEZ'in internet veri tabanına göre sanal kaytarma konusunda hazırlanan ulaşılabilir ilk tez 2010 yılına aittir. Bu konuda hazırlanan tez sayılarının ilerleyen yıllarda kademeli arttığı görülmektedir. Konunun 2018 yılından sonra çok fazla çalışıldığı ve en çok tezin 2019 yılında hazırlandığı görülmüştür. Bu durum, teknolojik gelişmelerin ve internet kullanımının son yıllarda daha yaygın olmasıyla paralellik göstermektedir. Bu sonuç, sanal kaytarma davranışlarının artmasıyla birlikte araştırmacıların bu konuya yönelmelerini doğrular niteliktedir.

Lisansüstü düzeyde hazırlanan tezlere en fazla Doç. Dr. unvanlı akademisyenlerin danışmanlık yaptığı görülmüştür. Bu durum, yüksek lisans düzeyinde ve doktora düzeyinde ayrı ayrı incelendiğinde yine Doç. Dr. unvanlı akademisyenlerin daha fazla olduğu görülmüştür. Araştırma kapsamında elde edilen bir diğer sonuç, hazırlanan tezlerin yarıya yakınının işletme ana bilim dalında hazırlanmış olmasıdır. Bunu sırasıyla; Eğitim Bilimleri ana bilim dalı, Turizm İşletmeciliği ana bilim dalı ve Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Eğitimi ana bilim dalı izlemektedir. Sanal kaytarmanın teknoloji, internet ve çalışanlar ile ilgili olduğu bilinmektedir. Buradan hareketle, işletme, turizm ve eğitim alanlarında insan ilişkilerinin, bilgisayar alanında ise internet kullanımının yoğun olduğu göz önüne alındığında tezlerin bu ana bilim dallarında hazırlanmasının normal olduğu söylenebilir.

Sanal kaytarma konusunda hazırlanan tezlerin büyük çoğunluğu Sosyal Bilimler Enstitüsü bünyesinde hazırlanmıştır. Tezlerin ana konularına bakıldığında çoğunluğunun İşletme olduğu görülmektedir. Bunu sırasıyla; Eğitim ve Öğretim, Sağlık Kurumları Yönetimi ve Turizm ana konuları izlemektedir. Bu sonuç, seçilen ana konuların ana bilim dallarını ve bunları bünyesinde barındıran enstitüleri doğrular niteliktedir. Yani, sanal kaytarma konusunun işletme, eğitim, sağlık ve turizm ana konularıyla birlikte çalışıldığı anlaşılmaktadır.

Araştırma sonuçlarına göre, hazırlanan tezlerin yarısından fazlasının 101-200 sayfa aralığında olduğu görülmektedir. Bu durum, yüksek lisans ve doktora düzeyinde de aynı şekildedir. Sanal kaytarma konusunda hazırlanan tezlerde ağırlıklı olarak üç, dört ve beş anahtar kelime kullanılmıştır. Araştırma kapsamında incelenen yüksek lisans ve doktora düzeyindeki tezlerde araştırma yöntemi olarak nicel araştırmaların daha çok tercih edildiği görülmüştür. Nicel araştırma yönteminde veri toplarken en fazla anket tekniğinden yararlanılmaktadır. Bu doğrultuda, anket tekniğinin daha kolay olduğu ve verilerin bilgisayar destekli programlar aracılığıyla analiz edildiği göz önüne alındığında bu yöntemin daha fazla tercih edildiği düşünülmektedir. Nitel ve karma araştırma yöntemlerinin çok az sayıda kullanılmış olmasının nedeni, araştırma yöntemlerinin çok iyi anlaşılmamış olması veya farklı sebepler dolayısıyla olabilir. Bu nedenle, danışmanlık yapan akademisyenlerin öğrencilere bu konuda daha fazla bilgi sahibi olmaları için teşvik etmeleri önerilmektedir.

Lisansüstü tez hazırlayan araştırmacıların doğru örneklem seçmesi hem araştırmanın niteliği hem de güvenilirliği açısından önemlidir. Çalışma kapsamında değerlendirilen yüksek lisans düzeyindeki tezlerde örneklem grubu olarak iş görenlerin tercih edildiği ve bunu sırasıyla; memurların, öğrencilerin, öğretmenlerin, sağlık çalışanlarının ve akademisyenlerin izlediği görülmüştür. Doktora düzeyindeki tezlerde ise en fazla bankacılar tercih edilmiştir. Ortaya çıkan bu sonuca göre; seçilen ana konular ile örneklem gruplarının birbirini desteklediği söylenebilir. Örneklem gruplarının ağırlıklı olarak iş görenler, memurlar, öğrenciler ve öğretmenlerden seçilmesi nicel araştırma yöntemlerinin daha fazla kullanıldığını doğrular niteliktedir. Seçilen bu örneklem gruplarının genel olarak kolay ulaşılabilir olması araştırmacıları bu duruma itmiş olabilir. Örneklem sayılarına bakıldığında ise daha çok 201-300 arasında olduğu görülmektedir. Bu durum, yüksek lisans ve doktora düzeyindeki tezlerde benzer şekildedir. Örneklem sayısının fazla olması araştırmanın geçerliği ve güvenilirliği açısından önemlidir. Bu nedenle, lisansüstü tez hazırlayacak olan araştırmacıların örneklem sayılarını fazla tutmaları daha güvenilir sonuçlar almalarını sağlayacaktır.

Akademik çalışmalarda kullanılan kaynakça sayıları o çalışmanın niteliğinin belirlenmesindeki önemli unsurlardan birisidir. İncelenen lisansüstü tezlerde genel olarak 101-200 arasında kaynak kullanıldığı görülmüştür. Ayrıca, yüksek lisans düzeyindeki tezlerde kaynak kullanımı 101-200 kaynak arasında iken doktora düzeyindeki tezlerde ise 301 kaynak ve üzerindedir. Bu durum, doktora düzeyindeki tezlerin yüksek lisans düzeyindeki tezlere göre daha nitelikli olduğunu göstermektedir. Bu nedenle, yüksek lisans düzeyinde nitelikli bir tez hazırlamak isteyen araştırmacılara daha fazla kaynaktan yararlanmaları önerilmektedir. Böylece yazılan tezlerin daha özgün olacağı düşünülmektedir. Analiz edilen tezlerde yabancı kaynak kullanımının hem yüksek lisans düzeyinde hem de doktora düzeyinde ağırlıklı olduğu görülmüştür. Hatta doktora düzeyinde hazırlanan tezlerin tamamında yabancı kaynak kullanımı ağırlıktadır. Buradan, danışmanlık yapan akademisyenlerin öğrencileri bu konuda teşvik etmiş ve yönlendirmiş olabileceği sonucuna ulaşılabilir. Bu da öğrencilerin bakış açılarını daha da geliştirmelerine yardımcı olacak bir durum olarak görülmektedir.

Sonuç olarak, sanal kaytarma konusu araştırmacılar tarafından yeni ve önemli bir konu olarak görülmektedir. Bu nedenle son yıllarda fazlaca üzerinde çalışılmaya başlanmıştır. Sanal kaytarma konusunda bibliyometrik açıdan çalışacak olan araştırmacılara bu konuda yazılmış olan makalelerin ve bildirilerin incelenmesi önerilebilir. Çünkü sanal kaytarma konusunda daha önce yapılmış bibliyometrik bir çalışmanın olmaması ve bu çalışmada lisansüstü tezlerin ele alınması makale ve bildiri incelemelerini kıymetli hale getirmektedir. Ayrıca, sanal kaytarma konusunda bibliyometrik açıdan çalışacak olan araştırmacılara farklı parametreleri de analiz içine katarak daha derin bir inceleme yapmaları önerilebilir. Böylelikle, sanal kaytarma konusunda çalışacak olan araştırmacıların eksik olan yönleri daha net görmeleri sağlanabilir.



#### KAYNAKÇA

- Afacan Fındıklı, M. (2016). "Sanal Kaytarma ve İş Performansı İlişkisi: Sağlık ve Tekstil Sektörü Çalışanlarının Karşılaştırılması", *International Journal of Social Inquiry*, 9/1, 33-62.
- Akkaşoğlu, S., Akyol, C., Ulama, Ş. ve Zengin, B. (2019). "Tarım Turizmine Yönelik Hazırlanan Lisansüstü Tezlerin Bibliyometrik Analizi", *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7/2, 1193-1218.
- Aksoy, V. (2015). "İnternet Bağımlılığı ve Sosyal Ağ Kullanım Düzeylerinin Fen Lisesi Öğrencilerinin Demografik Özelliklerine Göre Değişimi ve Akademik Başarılarına Etkisi", *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 3/19, 365-383.
- Alan, H. (2019). "Sosyal Ağ Kullanımı Yoğunluğu ve Sanal Kaytarma Davranışları: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir İnceleme", *Çağdaş Yönetim Bilimleri Dergisi*, 6/2, 112-129.
- Albayrak, A. ve Tüzünkan, D. (2020). "Kırsal Turizm ve Türlerine Yönelik Hazırlanan Lisansüstü Tezlerin Bibliyometrik Analizi", *Turkish Studies-Social*, 15/1, 845-859.
- Alımanoğlu, Ç. ve Ayazlar, G. (2017). "Türkiye'de Kırsal Turizm Konulu Lisansüstü Tez Çalışmaları Üzerine Bibliyometrik Bir İnceleme (2003-2016)", *International Rural Tourism and Development Journal*, 1/1, 6-12.
- Aydın, B. (2017). "Yükseköğretim Kurulu Tez Merkezinde (Yöktez) Yiyecek İçecek İşletmeciliği Alanında Kayıtlı Bulunan Tezlerin Bibliyometrik Analizi", *Journal of Multidisciplinary Academic Tourism*, 2/1, 23-38.
- Aydın, B. ve Aksöz, E. O. (2019). "Destinasyon Alanında Yayınlanmış Lisansüstü Tezlerin Bibliyometrik Profili", *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7/1, 615-636.
- Bahçeci, V. ve Yılmaz, Ö. D. (2020). "Ulusal Deniz Turizmi Sempozyumlarında Sunulan Bildirilerin Bibliyometrik Analizi", *Denizcilik Fakültesi Dergisi*, (Özel Sayı), 85-102.
- Bayer, N. (2021). "Hemşirelerde Sanal Kaytarma Davranışının İncelenmesi: Bir Özel Hastane Örneği", *Türk Fen ve Sağlık Dergisi*, 2/1, 139-145.
- Borgman, C. L. ve Furner, J. (2005). "Scholarly Communication and Bibliometrics", *Annual Review of Information Science and Technology*, (36), 2-72.
- Bostan, S. ve Filiz, M. (2020). "Sağlık Çalışanlarının Sanal Kaytarma Etkinlikleri ve Süreleri", *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 11/EK, 29-41.
- Blanchard, A. L. ve Henle, C. A. (2008). "Correlates of Different Forms of Cyberloafing: the Role of Norms and External Locus of Control", *Computer in Human Behavior*, 24/3, 1067-1084.
- Block, W. (2001). "Cyberslacking, Business Ethics and Managerial Economics", *Journal of Business Ethics*, 33/3, 225-231.
- Çelik, S. (2019). "Turizm Alanında Liderlik Konusu İle İlgili Hazırlanmış Tezlere Yönelik Bibliyometrik Bir Analiz", *Journal of Academic Value Studies*, 5/4, 516-527.
- Çizmecici, E. ve Deniz, S. (2016). "Özel Sağlık Kuruluşlarında İş Dışı Amaçlarla İnternet Kullanımı", *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 4/32, 213-224.
- Doorn, O. V. N. (2011). *Cyberloafing: A Multi-Dimensional Construct Placed in a Theoretical Framework*, (Unpublished Master Thesis), Eindhoven University of Technology.
- Erdem, A. T. (2020). "Sanal Kaytarma Davranışının İş Performansına Etkisinde İşe Bağlılığın Aracı Rolüne Yönelik Bilişim Sektöründe Bir Araştırma", *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 12/4, 3843-3858.
- Flynn, N. (2001). *E-Policy Handbook: Designing and Implementing Effective E-Mail, Internet and Software Policies*, 1. Baskı, Saranac Lake: AMACOM Books.
- Foster, M. (2001). "Be Alert to the Signs of Employee Internet Addiction", *National Public Accountant*, (46), 39-40.
- Gezer, H. B. ve Barutçu, E. (2020). "Sanal Kaytarma ile İş Tatmini Arasındaki İlişkiye Yönelik Bir Araştırma", *İnternet Uygulamaları ve Yönetimi Dergisi*, 11/1, 35-48.
- Gülduran, Ç. A. ve Perçin, N. Ş. (2020). "Beş Büyük Kişilik Özelliğinin Sanal Kaytarma Davranışı ve İş Performansı Üzerindeki Etkisi: Otel İşletmelerinde Bir Araştırma", *Düzce Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 10/1, 37-56

- Güripek, E., Uzun, C., ve Pektaş, Ç. (2020). "The Effect of Psychological Contract on Cyber-Loafing Behavior: Case of Travel Agencies", *Journal of Recreation and Tourism Research*, 7/1, 77-91.
- Hall, C. M. (2011). "Publish or Perish? Bibliometric Analysis, Journal Ranking and the Assessment of Research Quality in Tourism", *Tourism Management*, 32/1, 16-27.
- İçöz, O. ve Kozak, N. (1999). "Turizm İşletmeciliği Dergisi'nin Turizm Literatürüne Katkısı Hakkında Bir İnceleme", *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 10/2, 9-17.
- İnce, M., Gül, H. ve Bozyiğit, S. (2017). "Türkiye'de Turizm Pazarlaması Konusunda Yazılan Lisansüstü Tezlerin İçerik Analizi Yöntemiyle İncelenmesi: 1990-2016", *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 6/5, 113-130.
- İşçi, E., Taştan, S. B. ve Tuğlu, A. (2013). "İşyerinde Yalnızlık ve Örgütsel Adalet Algısının Sanal Kaytarmaya (Cyberloafing) Etkisinin Değerlendirilmesi: Özel Hastane Çalışanları Örneği", *13. Ulusal İşletmecilik Kongresi Bildiri Kitabı*, 1-19.
- Jia, H. H. (2008). *Relationships Between The Big Five Personality Dimensions and Cyberloafing Behaviour*, (Unpublished Doctorate Thesis), Southern Illinois University.
- Johns, G. (2006). "The Essential Impact of Context on Organizational Behavior", *Academy of Management Review*, 32/2, 386-408.
- Karaca, A. ve Karaca, B. (2019). "Sağlık Çalışanlarının Sanal Kaytarma Davranışları ile Örgütsel Özdeşleşme Düzeyleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi: Bir Kamu Hastanesi Örneği", *Ankara Sağlık Hizmetleri Dergisi*, 18/1, 27-39.
- Karataş, A. ve Avcı, S.B. (2017). "Kamu Kurumlarında Sanal Kaytarma Olgusunun Değerlendirilmesi", *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 22/Kayfor15 Özel Sayısı, 2321-2346.
- Kozak, N. (2001). "Türkiye'de Turizm Pazarlaması Literatürünün Gelişim Süreci: 1972-1998 Yılları Arasında Hazırlanmış Lisansüstü Tez Çalışmaları Üzerine Biyo-Bibliyografik Bir İnceleme", *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 12/1, 26-33.
- Köse, S., Oral, L. ve TÜresin, H. (2012). "İş Yaşamında Sosyal Kolaylaştırma Kavramı ve Sanal Kaytarma ile İlişkisi: Araştırma Görevlileri Üzerinde Bir Araştırma", *Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi*, 4/1, 287-295.
- Kuznek, E. ve Güzel, B. (2019). "Sanal Kaytarma ve İş Performansı İlişkisi: Kuşaklar Teorisi Yaklaşımı", *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 11/4, 2729-2746.
- Liberman, B. S., McKenna, G. K. ve Buffardi, L. E. (2011). "Employee Job Attitudes and Organizational Characteristics as Predictors of Cyberloafing", *Computers in Human Behavior*, (27), 2192-2199.
- Li, S. M. ve Chung, T. M. (2006). "Internet function and Internet Addictive Behavior", *Computers in Human Behavior*, 22/6, 1067-1071.
- Lim, Vivien K. G. (2002). "The it Way of Loafing on the Job: Cyberloafing, Neutralizing and Organizational Justice", *Journal of Organizational Behavior*, (23), 675-694.
- Lim, V. K. G. Teo, T. S. H. (2005). "Prevalence, Perceived Seriousness, Justification and Regulation of Cyberloafing in Singapore: An Exploratory Study", *Information & Management*, (42), 1081-1093.
- Mahatanankoon P., Anandarajan M. ve Igbaria M. (2004). "Development of a Measure of Personal Web Usage in the Workplace" *Cyberpsychology & Behaviour*, 7/1, 93-104.
- Oravec, J. A. (2002). "Constructive Approaches to Internet Recreation in the Workplace", *Communications of the ACM*, 45/1, 60-63.
- Örücü, E. ve Yıldız, H. (Ocak 2014). "İşyerinde Kişisel İnternet ve Teknoloji Kullanımı: Sanal Kaytarma", *Ege Akademik Bakış / Ege Academic Review*, 14/1, 99-114.
- Örücü, E. ve Aksoy, M. (2018). "Sanal Kaytarma Ve Beş Büyük Kişilik Özelliği Arasındaki İlişkiye Yönelik Bir Araştırma", *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (30), 265-282.
- Örücü, E. ve Özüdoğru, M. (2018). "Örgütsel Güven ile Sanal Kaytarma Davranışları Arasındaki İlişkinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma", *Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 5/3, 66-80.

- Örücü, E. ve Hasırcı, I. (2021). "Organizasyonlarda Sinizm ile Sanal Kaytarma Davranışı İlişkisinde Çalışan Yaşının Düzenleyici Etkisi", *Yönetim ve Ekonomi*, 28/1, 23-43.
- Özdem, G. ve Demir, A. (2015). "Okul Yöneticilerinde Sanal Kaytarma Davranışı", *Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 11/3, 1029-1042.
- Özel, Ç. H. ve Kozak, N. (2012). "Turizm Pazarlaması Alanının Bibliyometrik Profili (2000-2010) ve Bir Atıf Analizi Çalışması", *Türk Kütüphaneciliği*, 26/4, 715-733.
- Özkalp, E., Aydın, U. ve Tekeli, S. (Mart 2012). "Sapkın Örgütsel Davranışlar ve Çalışma Yaşamında Yeni Bir Olgu: Sanal Kaytarma (Cyberloafing) ve İş İlişkilerine Etkileri", *Çimento Endüstrisi İşverenleri Sendikası Dergisi*, 26/2, 18-33.
- Palmer, L., A, Sese, A. ve Montano, J. J. (2005). "Tourism and Statistics: Bibliometric Study 1998-2002", *Annals of Tourism Research*, 32/1, 167-178.
- Pendlebury, D. A. (2008). *White Paper Using Bibliometrics in Evaluating Research*, Research Department, Thomson Reuters: USA Philadelphia.
- Polat Üzümcü, T. (2019). "Turizm Eğitimi Alanına Yönelik Bibliyometrik Bir Çalışma" *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3/4, 1433-1449.
- Stanton, J.M. (2002). "Company Profile of the Frequent Internet User", *Communications of The ACM*, 45/1, 55-59.
- Vitak, J., Crouse, J. ve Larose, R. (2011). "Personal Internet Use at Work: Understanding Cyberslacking", *Computers in Human Behavior*, 27/5, 1751-1759.
- Wallace, P. (2004). *The Internet in The Workplace: How New Technology is Transforming Work*, 1. Baskı, Cambridge University Press: New York.
- Whitty, M. T. ve Carr, A. N. (2006). "New Rules in the Workplace: Applying Object-Relations Theory to Explain Problem Internet and Email Behavior in the Workplace", *Computers in Human Behavior*, 22/2, 235- 250.
- Yağcı, M. ve Yüceler, A. (2016). "Kavramsal Boyutlarıyla Sanal Kaytarma", *International Journal of Social Science and Education Research*, 2/2, 531-540.
- Yıldız, H., Yıldız, B. ve Ateş, H. (2015). "Sanal Kaytarma Davranışlarının Sergirilmesinde Örgütsel Adalet Algısının Rolü Var mıdır?", *Bilgi Ekonomisi ve Yönetimi Dergisi*, 10/2, 55-66.

#### **Beyan ve Açıklamalar (Disclosure Statements)**

1. Bu çalışmanın yazarları, araştırma ve yayın etiği ilkelerine uyduklarını kabul etmektedirler (The authors of this article confirm that their work complies with the principles of research and publication ethics).
2. Yazarlar tarafından herhangi bir çıkar çatışması beyan edilmemiştir (No potential conflict of interest was reported by the authors).
3. Bu çalışma, intihal tarama programı kullanılarak intihal taramasından geçirilmiştir (This article was screened for potential plagiarism using a plagiarism screening program).



Article Info/Makale Bilgisi

✓Received/Geliş:26.07.2021 ✓Accepted/Kabul:09.09.2021

DOI: 10.30794/pausbed.974443

Araştırma Makalesi/ Research Article

Bilginoğlu, E. ve Yozgat, U. (2022). "Trilogy: Passive Leadership, Job Satisfaction and Intention to Leave", *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı 48, Denizli, ss. 109-121.

## TRILOGY: PASSIVE LEADERSHIP, JOB SATISFACTION AND INTENTION TO LEAVE

Elif BİLGİNOĞLU\*, Uğur YOZGAT\*\*

### Abstract

Turkey is one of the major global tourism markets. Recent research reveals that the employees of the Turkish tourism sector are dissatisfied with their jobs and employee turnover rates of the sector are very high, even higher than other sectors. Employee job satisfaction and retention are crucial challenges that face the tourism sector success and therefore they are in the focus of scholar interest. This study proposes to investigate the extent to which employees' intention to leave the organization are related to the job satisfaction and perceived passive leadership behaviors. As a result of the research conducted with 472 employees in the tourism sector in Istanbul, it was determined that the perceived passive leadership behaviors of the managers decreased employees' job satisfaction and increased their intention to leave. It was also found that job satisfaction has a partial mediating effect between perceived passive leadership and intention to leave.

**Keywords:** *Intention to leave, Job satisfaction, Passive leadership, Laissez-faire leadership, Passive management by exception leadership.*

## ÜÇLEME: PASİF LİDERLİK, İŞ TATMİNİ VE İŞTEN AYRILMA NİYETİ

### Öz

Türkiye, dünyanın en büyük turizm pazarlarından biridir. Son zamanlarda yapılan araştırmalar, Türk turizm sektörü çalışanlarının işlerinden tatmin olmadıklarını ve sektörde işgücü devir oranlarının çok yüksek, hatta diğer sektörlerle göre daha yüksek olduğunu ortaya koymaktadırlar. Çalışanların iş tatmini ve elde tutulması, turizm sektörü başarısının karşı karşıya olduğu çok önemli zorluklardır ve bu nedenle bilim adamlarının ilgi odağında yer almaktadırlar. Bu çalışma, çalışanların örgütten ayrılma niyetlerinin iş tatmini ve algılanan pasif liderlik davranışları ile ne ölçüde ilişkili olduğunu araştırmayı amaçlamaktadır. İstanbul'da turizm sektöründe 472 çalışan ile yapılan araştırma sonucunda yöneticilerin algılanan pasif liderlik davranışlarının çalışanların iş tatminlerini azalttığı ve işten ayrılma niyetlerini artırdığı ortaya koyulmaktadır. Araştırma sonuçları aynı zamanda algılanan pasif liderlik ile işten ayrılma niyeti arasında iş tatmininin kısmi aracılık etkisi olduğunu da ortaya koymaktadır.

**Anahtar kelimeler:** *İşten ayrılma niyeti, İş tatmini, Pasif liderlik, Laissez-faire liderlik, İstisna ile yönetim pasif liderlik.*

\*Dr., İSTANBUL. e-posta: elifb@ada.net.tr, (<https://orcid.org/0000-0003-1481-0170>)

\*\*Prof. Dr., Nişantaşı Üniversitesi, İktisadi, İdari ve Sosyal Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, İSTANBUL.  
e-posta:ugur.yozgat@nisantasi.edu.tr, (<https://orcid.org/0000-0001-9893-3551>)

## **Introduction**

Turkey is one of the major global tourism markets (Ernst Young Kurumsal Finansman Danışmanlık, 2017, p. 5). The tourism sector which constitutes one of the most dynamic and thriving sectors in Turkey (Keskin & Cansız, 2010), extensively contributes to Turkey's gross domestic product (Türkiye Seyahat Acentaları Birliği, 2019a; 2019b). Thus, it is one of the most important pillars for the Turkish economy (İşbankası İktisadi Araştırmalar Bölümü, 2018, p. 34; T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2019). Because this sector is a major employer in Turkey and has particular significance in regional areas, it substantially contributes employment by providing jobs (Ministry of Labour and Social Security General Directorate of Labour, 2014, p. 59; World Tourism Organization & International Labour Organization, 2014).

However, recent research reveals that the employees of the Turkish hotel sector are dissatisfied with their jobs (Hatipoğlu et al., 2013, p. 43) and employee turnover rates in this sector are very high (Unur et al., 2019, pp. 321-322) even higher than other sectors (Aydın, 2005, p. 265). Employee job satisfaction and retention are crucial challenges that face the success of the tourism sector and therefore the subjects are in the focus of scholar interest (AlBattat et al., 2013; Bonn & Forbringer, 1992; Narkhede, 2014; Stalcup & Pearson, 2001). Although the leaders in this sector face the challenge of improving job satisfaction and employee retention (Faldetta et al., 2013; Sharon et al., 2014; Ismail, 2014), recent research reveals ironically that the leaders may be the very reason that employees are dissatisfied with their jobs (Kaya, 2010) and that they choose to leave (Maranto, 2018, p. 232; Reina et al., 2018, p. 5). The leadership style has a great deal of influence on the climate and outcome the work group (Marquis & Huston, 2009, p.39). Thus, it is advised to the leaders for keeping their teams' most talented members, it is high time to make a self-criticism and clearly understand the main reasons why they leave (Jackson, 2014). Recent research suggests that leaders in this sector should understand the most favorable strategies and policies to increase the employees' job satisfaction and retention (Marshall et al., 2015, p. 124). Consequently, examination whether leadership style represents an independent resource of tourism employees' job satisfaction and more over their turnover is important. This study proposes to investigate the extent to which employees' job satisfaction and intention to leave their organization are related to the perceived passive leadership behaviors in the tourism sector in Turkey.

## **Literature Review and Theoretical Framework**

### **Perceived Passive Leadership (PPL)**

Following the study of Kelloway et al. (2005, p. 92) perceived passive leadership represented in the present study consists of factors from both the laissez-faire leadership and passive management-by-exception styles (Bass & Avolio, 1990). Correlation between these behaviors is high, negatively associated with active leadership, which result into negative employee and organizational outcomes (Garman, Davis-Lenane & Corrigan, 2003; Mosson et al., 2018), previous research has also combined these two leadership styles to represent a generalized passive leadership construct (Bass et al., 2003; den Hartog et al., 1997; Derue et al., 2011; Garman et al., 2003; Harold & Holtz, 2015; Kelloway et al., 2005; 2006).

Passive leaders do not tackle but, instead, avoid workplace problems. They also avoid decisions, providing goals, clarifying expectations, specifying agreements and standards to be achieved by followers (Bass et al., 2003, p. 208; den Hartog et al., 1997, p. 23). In this way they fail to reinforce appropriate behavior or be a model (Harold & Holtz, 2015, p. 19). These leadership behaviors are regarded as poor (Kelloway et al., 2005) and ineffective leadership behaviors (Judge & Piccolo, 2004, p. 757).

Although there is a consistent and strong relationship between these two management styles (Rothfelder et al., 2012, p. 206; Tejada et al., 2001; Yammarino & Bass, 1990) and research reveals that managers who tend to use passive management-by-exception also use laissez-faire leadership so the behaviors covary in tandem and furthermore the respondents of the Multifactor Leadership Questionnaire (MLQ) complain that the items measure these two leadership styles are tapping the same domain so they have difficulty in distinguishing between them (Hinkin & Schriesheim, 2008, p. 1236), it is important to note that they are not the same as each other (Hater & Bass, 1988, p. 697; Woods & West, 2010, p. 452).

### **Passive Management by Exception (PMBE)**

A leader continuously monitors employees in order to find out whether anything goes wrong. In passive management-by-exception, the leader waits until the completion of the task and then determines whether things are going along all right. If there is a problem, he either criticizes the mistakes which means standards are only clarified after a mistake has occurred (Bass & Hater as cited in Hoover et al., 1991, p. 6; Howell & Avolio, 1993, p. 891) or important information or feedback are not provided to the employees (Neuman & Baron, 2005, p. 20). In this way, passive management-by-exception is a negative form of contingent reinforcement (Amos et al., 2008, p. 214).

### **Laissez-Faire Leadership (LFL)**

Laissez-faire is a French phrase meaning “to allow to do; to let someone do something on their own” (Masters & Wallace, 2011, p. 154). In laissez-faire leadership, the leader gives the employees complete freedom (Moiden, 2003, p. 50) allows the employees to set their own goals, to take decisions and to implement those decisions themselves (Tulsian & Pandey, 2008). Laissez-faire leadership which basically refers to either the avoidance or absence of leadership (Judge & Piccolo, 2004, p. 765; Rothfelder et al., 2012, p. 206) or poor, ineffective leadership (Avolio, 2011, p. 67) is labelled by some researchers as non-leadership (Bass & Riggio, 2006, p. 7) or “the antithesis of the leadership construct” (Tejada et al., 2001). It is the most inactive and ineffective leadership style (Hickman, 2010, p. 79). In many cases it is found to be unsuccessful and unproductive (Northouse, 2018, p. 155).

### **Job Satisfaction (JS)**

Job satisfaction generally means positive and favorable attitudes towards the job (Armstrong, 2007, p. 264). Recent studies showed that employees’ relationship with their leader carried a crucial impact on the employees (Friedrich, 2001, p. 28).

Based on these, the researchers would like to propose the following hypotheses;

H<sub>1</sub>: Perceived passive leadership negatively effects employees’ job satisfaction.

H<sub>1a</sub>: Laissez-faire leadership negatively effects employees’ job satisfaction.

H<sub>1b</sub>: Passive management by exception negatively effects employees’ job satisfaction.

### **Intention to Leave (ITL)**

Intention to leave the organization is conceptualized as “a conscious and deliberate willfulness to leave the organization” (Tett & Meyer, 1993, p. 262). Employees’ job satisfaction and their retention in organizations are associated with their supervisors’ leadership skills and styles (Kleinman, 2004; Ribelin, 2003; Shader et al., 2001).

Based on these, the researchers would like to propose the following hypotheses;

H<sub>2</sub>: Perceived passive leadership increases employees’ intention to leave the organization.

H<sub>2a</sub>: Laissez-faire leadership increases employees’ intention to leave the organization.

H<sub>2b</sub>: Passive management by exception increases employees’ intention to leave the organization.

The job satisfaction of the employees’ is an important precursor of their turnover intention (George & Zakkariya, 2018, p. 89). Based on these, the researchers would like to propose the following hypotheses;

H<sub>3</sub>: Job satisfaction decreases employees’ intention to leave the organization.

Finally, the following hypotheses would be proposed;

H<sub>4</sub>: Job satisfaction mediates the relationship between perceived passive leadership and employees’ intention to leave the organization.



$H_{4a}$ : Job satisfaction mediates the relationship between laissez-faire leadership and employees' intention to leave the organization.

$H_{4b}$ : Job satisfaction mediates the relationship between passive management by exception and employees' intention to leave the organization.

## Method

### Research Model and Hypotheses

Considering previous theories and research, the researchers hypothesized that perceived passive leadership decreases employees' job satisfaction and increases their intention to leave the organization.

The conceptual model and hypotheses are demonstrated in Figure 1.

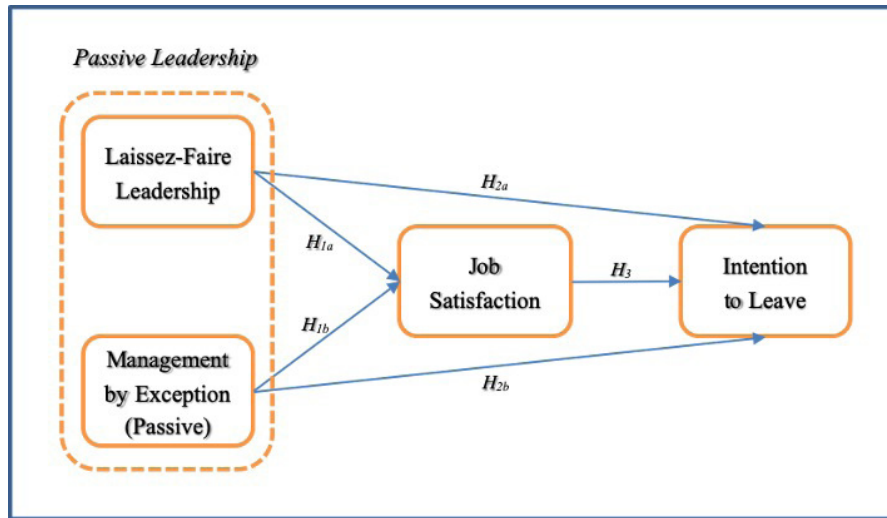


Figure 1. Hypotheses and conceptual model

### Participants and Procedure

Depending on the actual tourism operations by cities in Turkey, Antalya was leading with 883 hotels and 229.567 rooms, followed by Istanbul with 745 hotels and 71.893 rooms in 2019 (Horwath HTL, 2019, p. 147). The present research was conducted in Istanbul in the 3, 4 and 5 star hotels employees between October and December 2019. Convenient sampling method was utilized, 472 of the collected questionnaires (132/143/197) are eligible to analyze.

### Measures

Passive management-by-exception (4 items) and laissez-faire leadership (4 items) were measured with items borrowed from the MLQ (Bass & Avolio, 2000). Job satisfaction is measured using 5-item short version adapted by Judge, Bono and Locke (2000) and developed by Brayfield and Rothe (1951). The 3-item questionnaire developed by Blau (1985) is used to measure employees' intention to leave. The participants marked each statement between 1 (totally agree) and 6 (totally disagree) depending of their perceptions.

### Findings

#### Demographics

The sample consisted of volunteers with age ranged from 19 to 60 years old ( $M = 30.54$ ,  $Std.Dev. = 8.28$ ), were married (54.4%), mostly male (58.5%), and have a university degree (46.8%).

## Hypotheses Testing

This study used SPSS to analyze the correlations between the studied variables. Regression models were estimated through structural equation modeling (SEM) using LISREL to determine the effects of the hypothesized variables based on 5000 bootstrap samples and requested for 95% confidence intervals for Bias-corrected option formula by Preacher and Hayes (2004).

Table 1 shows factor loadings, average variance extracted (AVE), and construct reliability of the scales used in this study. The minimum cut-off points .50 for items' factor loadings and .70 for construct reliability were fulfilled (Hair et al., 2005).

**Table 1. Factor loadings, AVE and CR values of scales**

Items	Items' Factor Loadings (r>0.5)	AVE (AVE>0.5)	Construct Reliability (CR>0.7)
<b><i>Laissez-Faire Leadership</i></b>		<b>.612</b>	<b>.863</b>
My manager takes a long time to respond to urgent matters.	.823		
My manager avoids getting involved when important matters arise.	.793		
My manager is absent when they need him.	.766		
My manager avoids making decisions.	.745		
<b><i>Passive-Management by Exceptions</i></b>		<b>.592</b>	<b>.853</b>
My manager shows he believes in "if it isn't broken, don't fix it".	.786		
My manager waits for things to go wrong before beginning to act.	.777		
My manager demonstrates that problems must become chronic before he acts.	.770		
My manager does not interfere in problems until they become serious.	.744		
<b><i>Job Satisfaction</i></b>		<b>.722</b>	<b>.886</b>
I consider my job to be pleasant.	.855		
I find real enjoyment in my work.	.851		
I feel fairly satisfied with my present job.	.843		
<b><i>Intention to Leave</i></b>		<b>.667</b>	<b>.857</b>
I intend to search for another job.	.832		
I intend to quit my job.	.818		
I think of quitting my job.	.799		

Regarding discriminant validity to assess whether the constructs are sufficiently distinct from each other, Table 2 indicates that the value of square root of AVE for all latent constructs were higher than the correlation coefficient between the focal and other constructs. Accordingly, it testified the "reasonableness" of the constructs used in this study.

**Table 2. Mean, standard deviation, AVE, correlation matrix of the latent constructs**

Constructs	Mean	Std.Dev.	AVE	1	2	3	4
<i>Laissez-Faire Leadership</i>	2.971	1.262	.592	(.833)			
<i>Passive-Management by Exceptions</i>	3.183	1.183	.566	.454***	(.821)		
<i>Job Satisfaction</i>	3.790	1.539	.838	-.316***	-.313***	(.914)	
<i>Intention to Leave</i>	2.764	1.491	.813	.368***	.361***	-.674***	(.889)

\*\*\* p < 0.001.

Note: The squared root of AVE of each construct presented on the diagonal.

Depending on the mean values of the variables the sampled employees are satisfied with their job (3.790), their perception for their managers' laissez-faire leadership (2.971) and passive-management by exceptions (3.183) are average.

Depending on the correlation values there exist negative correlations between laissez-faire leadership, passive-management by exceptions and job satisfaction where positive correlation between leadership styles and intention to leave.

The parameters; factor loadings > .50, ( $\chi^2/df$ ) < 5.0, RMSEA < .08, GFI > .90, CFI > .90, IFI > .90, and TLI > .90. were considered to determine the model fit for both measurement and structural models in SEM analyses. The structural model's fit indices were presented in Table 3. Hooper et al. (2008) suggested that the researcher should choose the fit indices that indicate the best fit. According to results displayed in Table 3, where indices' values exceeding .90 signifies a good model fit (Schumacker & Lomax, 2016), it was indicated acceptable fit for proposed structural model.

**Table 3. Fit indices of proposed structural model**

CMIN ( $\chi^2$ )	( $\chi^2/df$ ) ≤ 5.0	GFI ≥ .90	CFI ≥ .90	TLI ≥ .90	IFI ≥ .90	RMSEA ≤ .08
95.389	1.093	.972	.992	.974	.992	.027

Table 4 illustrates that laissez-faire and passive management by exception leadership significantly influenced job satisfaction ( $\beta = -.316^{***}/-.313^{***}$ ) which approve the hypotheses  $H_{1a}$  and  $H_{1b}$ , and intention to leave ( $\beta = .368^{***}/.361^{***}$ ) which approve the hypotheses  $H_{2a}$  and  $H_{2b}$ . The results also indicated that job satisfaction effects intention to leave ( $\beta = -.674^{***}$ ), where H3 is approved.

**Table 4. The regression weights in the direct hypothesize model**

Hypothesis	Beta	t-value	ErrorVar	R <sup>2</sup>	
LFL → JS	-.435	-8.578	.811	.189	$H_{1a}$ ✓
PMBE → JS	-.422	-8.332	.822	.178	$H_{1b}$ ✓
LFL → ITL	.494	9.456	.756	.244	$H_{2a}$ ✓
PMBE → ITL	.486	9.324	.763	.237	$H_{2b}$ ✓
JS → ITL	-.753	-15.121	.433	.567	$H_3$ ✓

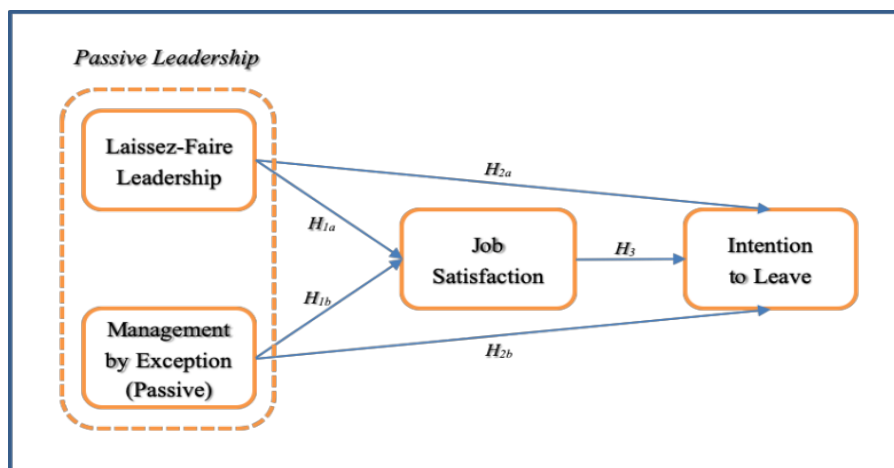
In accordance, the determination of job satisfaction's mediation effect in the relationships between passive leadership and intention to leave strictly follows the rules suggested by Baron and Kenny (1986).

To test the mediating effect of job satisfaction between laissez-faire leadership and intention to leave the organization, where the hypotheses  $H_{1a}$  (LFL → JS),  $H_{2a}$  (LFL → ITL) and  $H_3$  (JS → ITL) were approved, at the last step LFL and JS were entered together to the model. Observed increase in R<sup>2</sup> (.237/.567 → .588) and decrease in standardized beta values by the input constructs improved the partially mediating effect of JS between LFL (.494 → .184) and ITL (-.753 → -.679) (Baron & Kenny; 1986). And  $H_{4a}$  hypothesis has been accepted (Table 5).

Likewise, where the hypotheses  $H_{1b}$  (PMBE  $\rightarrow$  JS),  $H_{2b}$  (PMBE  $\rightarrow$  ITL) and  $H_3$  (JS  $\rightarrow$  ITL) were approved, at the last step PMBE and JS were entered together to the model. Observed increase in  $R^2$  (.244/.567  $\rightarrow$  .590) from and decrease in standardized beta values by the input constructs improved the partially mediating effect of JS between PMBE (.486  $\rightarrow$  .190) and ITL (-.753  $\rightarrow$  -.680) (Baron & Kenny; 1986). And  $H_{4b}$  hypothesis has been accepted (Table 5).

**Table 5. The regression weights in the mediated model**

Hypothesis	Beta	t-value	ErrorVar	R <sup>2</sup>	
LFL $\rightarrow$ ITL	.184	4.361	.412	.588	$H_{4a}$ ✓
JS $\rightarrow$ ITL	-.679	-13.642			
PMBE $\rightarrow$ ITL	.190	4.530	.410	.590	$H_{4b}$ ✓
JS $\rightarrow$ ITL	-.680	-13.717			
LFL $\rightarrow$ ITL	.112	2.224			
PMBE $\rightarrow$ ITL	.127	2.551	.407	.593	
JS $\rightarrow$ ITL	-.659	-13.280			



**Figure 2. Final model**

### Conclusion and Discussions

The motivation of this study is to investigate the extent to which employees' intention to leave the organization is related to the job satisfaction and perceived passive leadership behaviors in the tourism sector in Istanbul, Turkey.

The findings support the hypotheses of the present study and reveal that perceived passive leadership significantly reduces subordinates' job satisfaction and significantly increases subordinates' turnover intentions. These findings are consistent with the study of Tepper (2000) showed that the perceived leadership style has a significant effect on the subordinates' intention to quit and furthermore for remaining ones, the perceived leadership style supervision was associated with lower job satisfaction.

The findings of the present study reveal that laissez-faire leadership is conceptually correlated to the passive management-by-exception. These findings are consistent with the findings of the studies of Antonakis (2012, p. 268), Rothfelder et al. (2012, p. 206), Tejada et al. (2001) and Yammarino and Bass (1990).

The finding that passive management-by-exception has a negative effect on job satisfaction is consistent with the studies of Lok and Crawford (2004), Tsai (2011), Kuria et al. (2012), Kara et al. (2013) and Mathieu et al. (2016) that leadership styles are important organizational antecedents of job satisfaction but inconsistent with the studies of Lam et al. (2001) and Al-Ababneh and Lockwood (2010) where the relationship was not found.

The finding that laissez-faire leadership has a negative effect on job satisfaction is in line with the study of Dumdum et al. (2002, p. 49) which reveals that laissez-faire leadership has the strongest negative relationship with satisfaction among the full-range leadership scales and the study of Westlund (2013, p. 213) as well as the assertion of Avolio (2011, p. 65), and also consistent with the study of Erkutlu (2008) which found that laissez-faire leadership style is negatively related to subordinates' job satisfaction in a hotel setting.

The finding that passive management-by-exception increases employees' intention to leave their organizations is consistent with the study of Kuria et al. (2012) and Qiu et al. (2015) that leader-related factors are a predictor of turnover intentions in hotel sector.

The finding that laissez-faire leadership increases employees' intention to leave their organizations is consistent with the assertion of Lipman (2015, p. 3) that people join companies, but they leave managers and supervisors and the studies of Tanrıverdi et al. (2016) and Ntenga and Awuor (2018), whilst inconsistent with the study of Puni et al. (2016).

The finding that employees' job satisfaction negatively effects their intention to leave their organization is matching with the studies of Ghiselli et al. (2001), Karatepe et al. (2006), Yang (2008), Hatipoğlu et al. (2013, p. 64), Marshall et al. (2015), Dusek et al. (2016) and Holston-Okae (2018) in the tourism sector.

In the "*Era of Human Capital*", the employees have become the most valuable asset of an organization (McGowan, 2020; 2021). Considering the correlation between job dissatisfaction and turnover intentions of the employees, the key goals of the leaders should be to improve their leadership style.

This study has several contributions to the current literature; first it contributes to the leadership literature by providing insights into how leadership attributes such as being perceived as passive is often seen as an important element for employee job satisfaction and employee turnover intention. Second, the least studied two dimensions of passive leadership behavior of the MLQ, laissez-faire and passive management by exception leadership (Dumdum et al., 2002, p. 1235) were investigated and their impact on employees' job satisfaction and their intention to leave their organizations were empirically tested in attempt to fill the gap.

### **Limitations and Future Research**

The present study was limited and only focused on the effect of perceived passive leadership on the employees' job satisfaction and their intention to leave in the tourism sector in Turkey. Due to this limited access of the sample, further research is suggested to redesign or restructure the present research by collecting data from the employees of the tourism sector working in other cities in Turkey to be able to generalize the findings for the whole tourism sector or sample employees working in other sectors to validate the findings for Turkey.

### **References**

- Al-Ababneh, M. & Lockwood, A. (2010). The Influence of Managerial Leadership Style on Employee Job satisfaction in Jordanian Resort Hotels, 28th EuroCHRIE Annual Research, 25.10.2010-28.10.2010, Amsterdam, Netherlands.
- AlBattat, A.R., Som, A.P.M. & Helalat, A.S. (2013). Overcoming Staff Turnover in the Hospitality Industry using Mobley's Model, *International Journal of Learning & Development*, 3(6), 64-71.
- Amos, T., Ristow, A., Ristow, L. & Pearse, N.J. (2008). *Human Resource Management*. Cape Town, South Africa: Juta and Co Ltd.
- Antonakis, J. (2012). Transformational and Charismatic Leadership. In D. V. Day & J. Antonakis (Eds.), *The Nature of Leadership* (256-288). Thousand oaks, California: Sage Publications.
- Armstrong, M. (2007). *A Handbook of Human Resource Management Practice* (10<sup>th</sup> Edition). London: Kogan Page.

- Aydın, Ş. (2005). Konaklama İşletmelerinde İnsan Kaynakları Yönetimi: İlkeler ve Uygulamalar. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Avolio, B. J. (2011). Full Range Leadership Development. Thousand Oaks, California: Sage Publications.
- Baron, R. M. & Kenny, D. A. (1986). The Moderator-Mediator Variable Distinction in Social Psychological Research: Conceptual, Strategic, and Statistical Considerations, *Journal of Personality and Social Psychology*, 51(6), 1173–1182
- Bass, B. M. (1997). Does the Transactional - Transformational Leadership Paradigm Transcend Organizational and National Boundaries? *American Psychologist*, 52(2), 130-139.
- Bass, B. M. & Avolio, B. J. (1990). Transformational Leadership Development: Manual for The Multifactor Leadership Questionnaire. Palo Alto, CA: Consulting Psychologists Press.
- Bass, B. M. & Avolio, B. J. (2000). MLQ Multifactor Leadership Questionnaire, Redwood City: Mind Garden.
- Bass, B. M. & Riggio, R. E. (2006). Transformational Leadership. Mahwah, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, Inc.
- Blau, G. J. (1985). The Measurement and Prediction of Career Commitment, *Journal of Occupational Psychology*, 58(4), 277-288.
- Bonn, M. A. & Forbringer, L. R. (1992). Reducing Turnover in the Hospitality Industry: An Overview of Recruitment, Selection and Retention, *International Journal of Hospitality Management*, 11(1), 47-63.
- den Hartog, Deanne N.; Van Muijen, J. J. & Koopman, P. L. (1997). Transactional Versus Transformational Leadership: An Analysis of the MLQ, *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 70(1), 19-34.
- Derue, D. S.; Craig, J.; Wellman, E. & Humphrey, S. E. (2011). Trait and Behavioral Theories of Leadership: An Integration and Meta-Analytic Test of Their Relative Validity, *Personnel Psychology*, 64(1), 7-52.
- Dumdum, U. R.; Lowe, K. B. & Avolio, B. J. (2002). A Meta-Analysis of Transformational and Transactional Leadership. In B. J. Avolio & F. J. Yammarino (Eds.), *Transformational and Charismatic Leadership: The Road Ahead* (35–66). Oxford, England: Elsevier Science.
- Dusek, G. A.; Clarke, R., Yurova, Y. & Ruppel, C.P. (2016). Employee Turnover in International Brand Hotels in Russia: A Comparison of Nationals and Foreign Nationals, *Journal of East-West Business*, 22(1), 51-75.
- Erkutlu, H. (2008). The Impact of Transformational Leadership on Organizational and Leadership Effectiveness, *Journal of Management Development*, 27(7), 708–726.
- Ernst Young Kurumsal Finansman Danışmanlık (2017). Tourism Market Overview Turkey & Istanbul, 2017, 1st Half. Retrieved at [https://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/Tourism/%24FILE/EY\\_Tourism\\_Industry\\_Overview\\_2017.pdf](https://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/Tourism/%24FILE/EY_Tourism_Industry_Overview_2017.pdf)
- Faldetta, G.; Fasone, V. & Provenzano, C. (2013). Turnover in the Hospitality Industry: Can Reciprocity Solve the Problem? *Pasos: Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 11, 583-595.
- Friedrich, B. (2001). Staying Power: First-line Managers Keep Nurses Satisfied with Their Jobs, *Nursing Management*, 32(7), 26-28.
- Garman, A.N.; Davis-Lenane, D. & Corrigan, P. W. (2003). Factor Structure of the Transformational Leadership Model in Human Service Teams, *Journal of Organizational Behavior*, 24(6), 803–812.
- George, E. & Zakkariya, K. A. (2018). Psychological Empowerment and Job Satisfaction in the Banking Sector. Switzerland: Palgrave Macmillan.
- Ghiselli, R.; La Lopa, J. & Bai, B. (2001). Job Satisfaction, Life Satisfaction and Turnover Intent among Food-Service Managers, *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 42(1), 28-37.
- Hair, J. F.; Black, W. C.; Babin, B. J.; Anderson, R. E. & Tatham, R. L. (2005). Multivariate data analysis: Sixth Edition. Upper Saddle River, New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Harold, C. M. & Holtz, B. C. (2015). The Effects of Passive Leadership on Workplace Incivility, *Journal of Organizational Behavior*, 36(1), 16-38.
- Hatipoğlu, B.; Alvarez, M. D.; İnelmen, K. & Ünalın, D. (2013). İstanbul Otellerinin 3600 Değerlendirmesi: Araştırma Proje Raporu. Retrieved at <http://www.turob.com/Files/B%C3%9C%20360%20Rapor.pdf>



- Hickman, G.R. (2010). *Leading Organizations: Perspectives for a New Era*. Thousand Oaks, California: Sage Publications.
- Hinkin, T. R. & Schriesheim, C. A. (2008). An Examination of "Nonleadership": From Laissez-Faire Leadership to Leader Reward Omission and Punishment Omission, *Journal of Applied Psychology*, 93(6), 1234-1248.
- Holston-Okae, B. L. (2018). The Effect of Employee Turnover in the Hospitality Industry: Quantitative Correlational Study, *International Journal of Learning and Development*, 8(1), 156-183.
- Hooper, D.; Coughlan, J. & Mullen, M. (2008). Structural Equation Modelling: Guidelines for Determining Model Fit, *Electronic Journal of Business Research Methods*, 6(1), 53-60. Retrieved at <http://arrow.dit.ie/cgi/viewcontent.cgi?article=1001&context=buschmanart>.
- Hoover, N. R.; Petrosko, J. M. & Schulz, R. R. (1991). Transformational and Transactional Leadership: An Empirical Test of a Theory, Paper presented at the Annual Meeting of the American Educational Research Association (Chicago, IL, April 3-7, 1991)
- Horwath HTL (2019). *European Hotels & Chains Report 2019*. Retrieved at [http://www.turob.com/Files/Dosyalar/pdf/HTL\\_2019\\_EU\\_CHAINS-2.pdf](http://www.turob.com/Files/Dosyalar/pdf/HTL_2019_EU_CHAINS-2.pdf)
- Howell, J. M. & Avolio, B. J. (1993). Transformational Leadership, Transactional Leadership, Locus of Control, and Support for Innovation: Key Predictors of Consolidated-Business-Unit Performance, *Journal of Applied Psychology*, 78(6), 891-902.
- Ismail, O. (2014). Managing Cats and Dogs within Hospitality Organizations. In I. S Pantelidis (Ed.) *The Routledge Handbook of Hospitality Management* (98-109). New York: Routledge.
- İşbankası İktisadi Araştırmalar Bölümü (2018, Mart). Sektörlerle İlgili 2018 Beklentileri Retrieved at [https://ekonomi.isbank.com.tr/ContentManagement/Documents/rt\\_2018.pdf](https://ekonomi.isbank.com.tr/ContentManagement/Documents/rt_2018.pdf)
- Jackson, E. (2014, May 11). The Top 8 Reasons Your Best People Are About to Quit - And How You Can Keep Them. Retrieved at <http://www.forbes.com/sites/ericjackson/2014/05/11/the-top8-reasons-your-best-people-are-about-to-quit-and-how-youcan-keep-them/#12a43731719b>
- Judge, T. A. & Piccolo, R. F. (2004). Transformational and Transactional Leadership: A Meta-Analytic Test of Their Relative Value, *Journal of Applied Behavioral Science*, 89, 755-768.
- Kara, D.; Uysal, M.; Sirgy, M. J. & Lee, G. (2013). The Effects of Leadership Style on Employee Well-Being in Hospitality, *International Journal of Hospitality Management*, 34, 9-18.
- Karatepe, O. M.; Uludag, O.; Menevis, İ.; Hadzimehmedagic, L. & Baddar, L. (2006). The Effects of Selected Individual Characteristics on Frontline Employee Performance and Job Satisfaction, *Tourism Management* 27(4), 547-560.
- Kaya, İ. (2010). Otel İşletmelerinde İşgörenlerin İş Tatminini Etkileyen İşi Bırakma Eğilimi, *Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 19(2), 219-236.
- Kelloway, E. K.; Sivanathan, N.; Francis, L. & Barling, J. (2005). Poor Leadership. In J. Barling, E.K. Kelloway, & M.R. Frone (Eds.). *Handbook of Work Stress* (89-112). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Kelloway, E. K.; Mullen, J. E. & Francis, L. (2006). Injuring Your Leadership: How Passive Leadership affects Employee Safety, *Journal of Occupational Health Psychology*, 11(1), 76-86.
- Kemelgor, B. H. (1982). Job Satisfaction as Mediated by the Value Congruity of Supervisors and Their Subordinates, *Journal of Occupational Behavior*, 3(2), 147-160.
- Keskin, A. & Cansız, H. (2010). Tourism, Turkey and Economic Development, *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 24(4), 23-46.
- Kleinman, C. (2004). The Relationship between Managerial Leadership Behaviors and Staff Nurse Retention, *Hospital Topics*, 82(4), 2-9.
- Kuria, S.; Odingi, A. & Wanderi, P. (2012). Assessment of Causes of Labor Turnover in Three and Five Star-Rated Hotels in Kenya, *International Journal of Business and Social Science*, 3, 311-317.
- Lam, T.; Zhang, H. & Baum, T. (2001). An Investigation of Employees' Job Satisfaction: The Case of Hotels in Hong Kong, *Tourism Management*, 22(2), 157-165.

- Lipman, V. (2015). *The Type B Manager: Leading Successfully in a Type A World*. New York: Prentice Hall Press.
- Lok, P. & Crawford, J. (2004). The Effect of Organizational Culture and Leadership Style on Job Satisfaction and Organisational Commitment: A Cross-National Comparison, *Journal of Management Development*, 23(4), 321-338.
- Long, C. S. & Thean, L. Y. (2011). Relationship Between Leadership Style, Job Satisfaction and Employees' Turnover Intention: A Literature Review, *Research Journal of Business Management*, 5(3), 91-100.
- MacIntosh, E. W. & Doherty, A. (2010). The Influence of Organizational Culture on Job Satisfaction and Intention to Leave, *Sport Management Review*, 13(2), 106–117.
- Maranto, R. (2018). Waste Connections: A Servant Leadership Success Story. In K. Blanchard & R. Broadwell (Eds.) *Servant Leadership in Action: How You Can Achieve Great Relationships and Results* (231-238). Oakland, CA: Berrett-Koehler Publishers.
- Marquis, B.L., Huston, C.J. (2009). *Leadership Roles and Management Functions in Nursing: Theory and Application*. USA: Wolters Kluwer Health.
- Marshall, T.; Mottier, E. M. & Lewis, R. A. (2015). Motivational Factors and The Hospitality Industry: A Case Study Examining the Effects of Changes in The Working Environment, *Journal of Business Case Studies*, 11(3), 123-132.
- Masters, A. & Wallace, H. R. (2011). *Personal Development for Life and Work*. Mason, OH: South-Western Cengage Learning.
- McGowan, H.E. (2020, November 05). The Coronavirus Ushers in The Human Capital Era. Retrieved at <https://www.forbes.com/sites/heathermcgowan/2020/11/05/the-coronavirus-ushers-in-the-human-capital-era/?sh=5234439e22dd>
- McGowan, H.E. (2021, May 11). The Future of Work Is the Human Capital Era: How We Got Here. Retrieved at <https://www.forbes.com/sites/heathermcgowan/2021/05/11/the-future-of-work-is-the-human-capital-era-how-we-got-here/?sh=7d78167f328e>
- Ministry of Labour and Social Security General Directorate of Labour (2014, November). *National Employment Strategy (2014 – 2023): Action Plans (2014–2016)*. Retrieved at <http://www.uis.gov.tr/Media/Books/UIS-en.pdf>
- Moiden, N. (2003). *Leadership and the Elder Care Home Sector: Personal Life vs Work Life of Health Care*. UK: Trafford Publishing.
- Mosson, R.; von Thiele Schwarz, U.; Hasson, H.; Lundmark, R. & Richter, A. (2018). How do iLead? Validation of a Scale Measuring Active and Passive Implementation Leadership in Swedish Healthcare, *BMJ Open*; 8, e021992.
- Narkhede, P. A. (2014). Employee Turnover in Hospitality Industries: A Study of Service Staff, *The Journal of Indian Management & Strategy*, 19(3), 4-8.
- Neuman, J. H. & Baron, R. M. (2005). Aggression in the Workplace: A Social–Psychological Perspective. In S. Fox & P. E. Spector (Eds.), *Counterproductive Behavior: Investigations of Actors and Targets*. Washington, DC: American Psychological Association.
- Northouse, P. G. (2018). *Introduction to Leadership: Concepts and Practice*. Los Angeles: Sage Publications.
- Ntenga, K. E. & Awuor, E. (2018). Leadership Style and Employee Turnover Intentions in Organizations in Kenya: A Case of XYZ Company, *Journal of Human Resource & Leadership*, 2(3), 87-109.
- Preacher, K. J. & Hayes, A. F. (2004). SPSS and SAS Procedures for Estimating Indirect Effects in Simple Mediation Models, *Behavior Research Methods, Instruments, & Computers*, 36(4), 717-731.
- Puni, A.; Agyemang, C. B. & Asamoah, E. S. (2016). Leadership Styles, Employee Turnover Intentions and Counterproductive Work Behaviours, *International Journal of Innovative Research & Development*, 5(1), 1-7.
- Qiu, H.; Ye, B. H.; Hung, K. & York, Q. Y. (2015). Exploring Antecedents of Employee Turnover Intention – Evidence of China's Hotel Industry, *Journal of China Tourism Research*, 11(1), 53-66.

- Reina, C. S.; Rogers, K. M.; Peterson, S. J.; Byron, K. & Hom, P. W. (2018). Quitting the Boss? The Role of Manager Influence Tactics and Employee Emotional Engagement in Voluntary Turnover. *Journal of Leadership & Organizational Studies*, 25(1), 5–18.
- Ribelin, P. (2003). Retention Reflects Leadership Style, *Nursing Management* 34 (8), 18–19.
- Rothfelder, K.; Ottenbacher, M. C. & Harrington, R. J. (2012). The Impact of Transformational, Transactional and Non-Leadership Styles on Employee Job Satisfaction in the German Hospitality Industry, *Tourism and Hospitality Research*, 12(4), 201–214.
- Schumacker, R. E., & Lomax, R. G. (2010). *A Beginner's Guide to Structural Equation Modeling*. New York: Routledge.
- Shader, K.; Broome, M.; Broome, C.; West, M. & Nash, M. (2001). Factors Influencing Satisfaction and Anticipated Turnover for Nurses in an Academic Medical Center, *Journal of Nursing Administration*, 31(4), 210–216.
- Sharon, T. R.; Goziker, O. & Shahrabani, S. (2014). Factors Affecting the Decision to Remain in the Hospitality Industry among Hotel Front Office Desk Employees: The Case of Israel, *Journal of Tourism and Hospitality Management*, 2, 364-375.
- Stalcup, L. D. & Pearson, D. (2001). A Model of the Causes of Management Turnover in Hotels, *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 25(1), 17–30.
- Tanrıverdi, H., Akova, O. & Çifçi, İ. (2016). Açılış-Otellerinde Dönüşümcü, Etkileyici, Tam Serbesti Taniyan Liderlik Tarzlarının ve Çatışma Yönetim Stillerinin İşten Ayrılma Niyeti Üzerine Etkisi, *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 18 (30), 114 – 123.
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı (2019). 2019 Ocak-Eylül Turizm İstatistikleri. Retrieved at <https://yigm.ktb.gov.tr/Eklenti/67862,turizmistatistikleri2019-306112019pdf.pdf?0>
- Tepper, B. J. (2000). Consequences of Abusive Supervision, *Academy of Management Journal*, 43, 178–190.
- Tejada, M.J., Scandura, T.A. & Pillai, R. (2001). The MLQ Revisited: Psychometric Properties and Recommendations, *The Leadership Quarterly*, 12(1), 31–52.
- Tett, R. P. & Meyer, J. P. (1993). Job Satisfaction, Organizational Commitment, Turnover Intention, and Turnover: Path Analyses Based on Meta-Analytic Findings, *Personnel Psychology*, 46(2), 259–293.
- Tsai, Y. (2011). Relationship between Organizational Culture, Leadership Behavior and Job Satisfaction, *BMC Health Services Research*, 11, 98, 1-9.
- Tulsian, P.C. & Pandey, V. (2008). *Business Organisation and Management*. Singapore: Pearson Education.
- Türkiye Seyahat Acentaları Birliği (2019a). Turizmin Ekonomideki Yeri: İthalat / İhracat İçindeki Payı 1969-2018. Retrieved at <https://www.tursab.org.tr/istatistikler/turizmin-ekonomideki-yeri>
- Türkiye Seyahat Acentaları Birliği (2019b). Turist Sayısı ve Turizm Geliri: Turizm Gelirleri. Retrieved at <https://www.tursab.org.tr/istatistikler/turist-sayisi-ve-turizm-geliri>
- Unur, K.; Günay, M. & Çakıcı, A. C. (2019). Doğu Akdeniz Bölgesi Dört ve Beş Yıldızlı Şehir Otellerinde İşgören Devir Hızı Üzerine Bir Araştırma, *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 16 (2), 319-339.
- Westlund, S. (2013). Leading Techies: Assessing Project Leadership Styles Most Significantly Related to Software Developer Job Satisfaction. In R. Colomo-Palacios, Ricardo (Ed.), *Enhancing the Modern Organization through Information Technology Professionals: Research, Studies and Techniques* (200-215). Hershey PA: IGI Global.
- Woods, S. A. & West, M. A. (2010). *The Psychology of Work and Organizations*. UK: South-Western Cengage Learning.
- World Tourism Organization & International Labour Organization (2014). *Measuring Employment in the Tourism Industries: Guide with Best Practices*. Retrieved at <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284416158>
- Yammarino, F. J. & Bass, B. M. (1990). Transformational Leadership at Multiple Levels of Analysis, *Human Relations*, 43, 975–995.

- Yang, J. (2008). Effect of Newcomer Socialization on Organisational Commitment, Job Satisfaction, and Turnover Intention in The Hotel Industry, *The Service Industries Journal*, 28(4), 429–443.
- Zohar, D. (2002). The Effects of Leadership Dimensions, Safety Climate, and Assigned Priorities on Minor Injuries in Work Groups, *Journal of Organizational Behavior*, 23(1), 75 -92.

**Beyan ve Açıklamalar (Disclosure Statements)**

1. Bu çalışmanın yazarları, araştırma ve yayın etiği ilkelerine uydıklarını kabul etmektedirler (The authors of this article confirm that their work complies with the principles of research and publication ethics).
2. Yazarlar tarafından herhangi bir çıkar çatışması beyan edilmemiştir (No potential conflict of interest was reported by the authors).
3. Bu çalışma, intihal tarama programı kullanılarak intihal taramasından geçirilmiştir (This article was screened for potential plagiarism using a plagiarism screening program).





Article Info/Makale Bilgisi

✓Received/Geliş:09.06.2021 ✓Accepted/Kabul:19.07.2021

DOI: 10.30794/pausbed.950254

Araştırma Makalesi/ Research Article

Ozer, E. ve Ay, Ü. (2022). "The Effects of Technology Management Capability and Strategy Typology on Firm Performance: A Review in The Manufacturing Sector", *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı 48, Denizli, ss. 123-138.

## THE EFFECTS OF TECHNOLOGY MANAGEMENT CAPABILITY AND STRATEGY TYPOLOGY ON FIRM PERFORMANCE: A REVIEW IN THE MANUFACTURING SECTOR

Elife OZER\*, Ünal AY\*\*

### Abstract

Despite its growing importance in the management field, a limited number of studies have empirically investigated technology management capabilities with strategies in the environmental adaptation context. In rapidly changing environmental conditions, companies need to develop technological skills to achieve a competitive advantage. As a dynamic capability, the development of technological capabilities requires allocating resources consistent with strategic goals. The present study, therefore, aims to examine how technology management capability and strategy type affect firm performance. Miles and Snow's strategy typology was used to classify firms' strategies. The results are drawn from a survey of 119 Turkish manufacturing companies. The research results contribute to the literature with empirical support on a significant effect of the technology management capability and strategy type on firm performance. Besides, the findings show a significant positive relationship between technology management capability and strategy types.

**Keywords:** *Technology management, Technology management capability, Strategy typology, Firm performance.*

## TEKNOLOJİ YÖNETİMİ YETENEĞİ VE STRATEJİ TİPİNİN FİRMA PERFORMANSINA ETKİSİ: İMALAT SEKTÖRÜNDE BİR İNCELEME

### Öz

Yönetim alanındaki artan önemine rağmen, sınırlı sayıda çalışmanın, çevresel adaptasyon bağlamında teknoloji yönetimi yeteneklerini stratejilerle birlikte ampirik olarak araştırdığı görülmektedir. Hızla değişen çevre koşullarında şirketlerin rekabet avantajı elde edebilmeleri için teknolojik beceriler geliştirmeleri gerekmektedir. Dinamik bir yetenek olarak, teknolojik yeteneklerin geliştirilmesi, kaynakların stratejik hedeflerle tutarlı bir şekilde tahsis edilmesini gerektirir. Bu nedenle bu çalışma, teknoloji yönetimi yeteneğinin ve strateji tercihinin firma performansını nasıl etkilediğini incelemeyi amaçlamaktadır. Teknoloji yönetimi yeteneği, bir firmanın bir dizi faaliyeti gerçekleştirme düzeyi bağlamında ölçülmüştür. Firmaların stratejilerini sınıflandırmak için ise Miles ve Snow'un strateji tipolojisi kullanılmıştır. Adana ve Mersin'de faaliyet gösteren 119 imalat firmasından toplanan anket verilerine dayanan bulgular, teknoloji yönetimi yeteneğinin ve strateji tipinin firma performansı üzerindeki anlamlı etkisi konusunda ampirik destekle literatüre katkıda bulunmaktadır. Ayrıca bulgular, teknoloji yönetimi yeteneği ile strateji tipleri arasında anlamlı bir pozitif ilişki olduğunu göstermektedir.

**Anahtar Kelimeler:** *Teknoloji yönetimi, Teknoloji yönetimi yeteneği, Strateji tipi, Firma performansı.*

\*PhD, Adana Alparslan Türkeş Science and Technology University, Faculty of Business, Management Information Systems Department, ADANA.

e-posta: efyilmaz@atu.edu.tr, (<https://orcid.org/0000-0002-5834-7483>)

\*\* Prof. Dr., Çag University, Faculty of Economics and Administrative Sciences, International Management Department, MERSİN.  
e-posta: unalay@cag.edu.tr, (<https://orcid.org/0000-0002-5924-104X>)



## 1. INTRODUCTION

Companies must adapt to environmental change in order to be successful in today's global competition. Especially when the environment is hard to predict and dynamic, reviewing organizational routines (March, 1991) and developing change-oriented capabilities become imperative for firms. In this context, dynamic capabilities are considered an important concept and their impact on firm performance and competitive advantage is being emphasized in several studies (For example, Teece, 2007; Ferreira, Coelho & Moutinho, 2020; Lin and Lai, 2020). Teece, Pisano and Shuen (1997: 516) defined dynamic capabilities as a firm's "ability to create, reconfigure and integrate internal and external competencies to respond to rapidly changing environmental conditions". As technology is developing and changing at a fast pace and Teece (2007) suggested that dynamic capabilities enable firms to gain a competitive advantage in a rapidly changing environment points to the development of technological capabilities. Hence, managing technology within a framework of a system in organizations is considered as a dynamic capability (Çetindamar, Phaal and Probert, 2009).

Several researchers (Gupta, Chen and Chiang, 1997; Pelsler and Prinsloo, 2014; Nazeer, Rasiah and Furuoka, 2021) have stressed the importance of technological capabilities in firms' competitive advantage. Technology capabilities represent an important driver of strategies and therefore effective use of technology can result in efficient production and delivery of goods and services (Parnell and Brady, 2019). The level and efficiency of firm technology management determine firms' competitive position and performance (Zahra, 1996). Therefore, some firms have added technology management goals in their strategic plan and allocate some of their scarce resources to deploying technology in their work process and to gain a competitive advantage (McCann, 1991). However, there is a need for further empirical studies because the empirical findings on the impact of technology management on firm performance are not constant (Zahra, 1995; Bharadwaj, 2000). For example, Zahra (1995) observes that the relation between independent ventures' technology management and their performance was significantly higher than the corporate ventures' technology management and performance. When researchers add other factors in their analysis, their findings became much more complex (Gibbons and O'Connor, 2003). Therefore, it is insisted that the firm technology management and performance relation should not be analysed without considerations of the other external and internal factors (Zahra and Covin, 1995) such as firm strategies. On the other hand, the literature -except Dvir, Segev, and Shenhar (1993)- neglects to explore such multiple relations. Firms' competitive strategies should be added when analysing such a relation since firms first determine their competitive strategies. Based on this literature, the current study aims to explore the relationship between firm technology management capability and performance along with firms' strategy preferences. Based on the compatibility of the adaptation cycle structure with dynamic capabilities theory, which suggests developing strategies according to changing environmental conditions, Miles and Snow's (1978) framework was examined as a strategy classification.

The study intends to contribute to the literature with empirical evidence derived from the field study and the incremental adjustments made in the measurement tools, along with recommendations made to firms based on the results.

## 2. LITERATURE REVIEW

Firm performance can be defined as the time test of any strategy (Schendel and Hofer, 1979) and the improvement of firm performance is stated at the very heart of strategic management. Regarding the determinants of firm performance, there are two major trends in the literature; one is based on economic model that emphasises the importance of market factors in determining firm success and the second one is organizational model that takes account of organizational factors and their fit with the environment (Hansen and Wernerfelt, 1989). In the strategy studies, it can be measured using either the financial indicators such as sales growth, profitability, earnings per share and so on or operational indicators such measures as market-share, new product introduction, product quality and other measures of technological efficiency or both (Venkatraman and Ramanujam, 1986).

One of the several studies supporting a positive relation between technological capabilities and firm performance is Unsal and Cetindamar's (2015) empirical study. They found a positive influence of technology

management activities on competitive advantage and resulting a higher firm performance. National Research Council's report states that managing technology well is an important key for business success (NRC, 1987: 9, 16). Gillespie and Milet's (1977: 7) study also suggests that technology is a significant variable in measuring variance in firm performance.

Gregory (1995) defines the key technology management activities as; *identification* of technological options, *selection* of technologies that should be supported by the firm, *acquisition* of the selected technologies, *exploitation* of them to generate profit or to achieve organizational goals, *protection* of knowledge and know-how embedded in products and manufacturing systems (Cetindamar, Phaal, and Probert, 2009). Rush, Bessant and Hobday (2007) added *learning* to these activities which assumed to be a critical part of technological competency. Morrison's (2020) recent study also confirms the key technology management activities –except the protection- in daily work activities across different manufacturing industries in the central America. In addition to these core activities knowledge management, project management, innovation management and strategic management are proposed as supporting activities (Cetindamar et al., 2009; Unsal and Cetindamar, 2015). These concepts have so far been considered inseparable from technology management (Gudanowska, 2017) and the main activities should not be evaluated without them. Being able to accomplish aforementioned activities on a routine and system basis will provide companies develop technology management capability, which can be a competitive advantage.

A competitive strategy is described by Porter (1980) as a broad formula for how a business is going to compete, what its goals and policies will be needed to carry out. In order to gain a competitive advantage, two dominant perspectives are recognised in the literature; industrial organization view suggests that external sources as the industry are the determinants of the sustainable competitive advantages (Porter, 1980) whereas; resourced-based view focuses on the internal sources and competencies of firms (Wernerfelt, 1984). Snow and Hrebiniak (1980) argue that firms are recognized as having distinctive competence that differentiates them from their competitors and an organization performs well if it possesses distinctive capabilities. The authors also suggest firm strategy must be supported with relevant distinctive capabilities in order to achieve high firm performance. Since technological capability is seen as a distinctive capability (defined as a dynamic capability, Cetindamar et. al., 2009), examining its effect on firm performance along with firms' competitive strategy can produce meaningful results.

Organizations develop adaptation strategies based on their perceptions of the environment. Miles and Snow (1978) argue that the strategies that associate the strategies, structures and processes of organizations (Conant et al., 1990: 366), which they define as adaptation cycles, are similar to the strategies developed while solving the entrepreneurship, engineering and managerial problems. In Miles and Snow's strategy typology framework, organizations are classified according to the strategies they implement to solve these three problems. First, three types of strategy are defender, analyser and prospector strategies. Each type has distinctive strategies for its own market, technology, structure and processes. Whereas reactive strategies, which are defined as a failure rather than a consistent strategy, are also considered as the fourth group (Miles, Snow, Meyer and Coleman, 1978: 548).

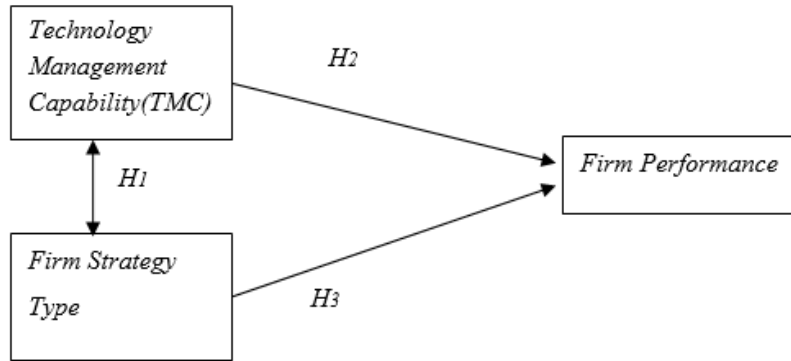
Miles and Snow's (1978) four strategy types have been examined within the scope of the strategy that organizations use in their environmental adaptation processes, focusing on the harmony of organizational structure, strategies and processes, and defending that organizations will achieve a superior performance by applying appropriate strategies in accordance with their capabilities. Along with the aforementioned literature, Zahra and Covin's (1995) emphasize on the need for fit between firm strategy and the technological choices to help reach the goals of their business strategies, supported the study's direction.

### **3. METHODOLOGY**

#### **3.1. Research Objectives and Hypothesis**

The aim of this study is to analyse the impact of the technology management activities and firm strategies on firm performance. In the light of the literature, it is proposed that technological capabilities will be developed

more effectively with harmonious strategies. In this context, Miles and Snow's (1978) strategy typology was predicted to have a meaningful relationship with technology management capability. Therefore, the research model proposed to analyse with empirical data is presented in Figure 1.



**Figure 1: Proposed Research Model**

The first hypothesis was developed upon the relationship of TMC and firm strategy type. Because the analysts strive to balance flexibility and stability and, make cautious investments on the basic technologies in this direction. Their focus on efficiency and productivity reinforces the idea that those companies may have developed effective processes related to the management of technology. Besides this, the prospector strategy-type firms with strong innovation focus, investments would be made in order to improve the technological capabilities. Regarding such relationships between strategy type and technology management capability presumed, H1 hypothesis is proposed.

*H<sub>1</sub>: There is a significant relationship between technology management capability and the strategy type.*

In addition to the direct or indirect positive effects of TMC-dynamic capabilities on the competitive advantage of firms in different sectors, there are also studies advocating that such an effect does not exist (Bharadwaj, 2000). The claim that TMC will have a significant effect on firm performance is stated as the second hypothesis for empirical testing.

*H<sub>2</sub>: Technology management capability has a significant effect on firm performance.*

The last hypothesis of the research is stated as follows in line with the studies conducted in different sectors that the performances of different strategy types will show a significant difference.

*H<sub>3</sub>: There is a significant difference in firm performance according to the strategy type.*

### **3.2. Sample and Data Collection**

The data was collected through a questionnaire from a sample of manufacturing companies operating in Adana and Mersin, two major cities in the south region of Turkey. The cities have a great potential in terms of production factors and receive investments from both the government and private sector. Data collection procedure was initiated with a list of firms obtained from the chambers of industry. The number of registered companies was 2368. However, with the consultancy from the chambers of industry, companies without any commercial activity were excluded from the list and the sampling frame consisted of 1956 firms.

The first draft of the questionnaire was pre-tested in January 2016 with four managers at manufacturing firms and 30 MBA students who were owners or managers of small and medium size companies in the region. The results of pre-test showed that some items had double meaning or not clear. Based on participants' comments, small adjustments were made in the items of the scales.

The unit of analysis is the firm and each questionnaire represents a company. The questionnaire form was conducted as self-administered. Data collection was carried out between December 2016 and March 2017. A notable support was received from chambers of industry in the field work in terms of recommendations and reaching the firms in the sample.

In concern with reducing common method bias, statements were tried to eliminate ambiguity followed by the pre-test, personal information was included as little as possible and placed at the end of the survey, and respondents were informed about the study before filling the questionnaire. In order to increase the participation, managers were phoned to inform about the study, face-to-face interviews were conducted with the managers who accepted, the questionnaire (including the online questionnaire link) was sent via e-mail upon request. Participation in the meetings of the industry chambers, involving in a fieldwork of the Adana chamber of industry and an extra support from a professional survey company ([www.ikonarastirma.com](http://www.ikonarastirma.com)) also contributed to the data collection. As a result, 200 companies were contacted and 136 returns were received (with 68% rate of return) but 17 data were considered invalid due to missing important information.

Consequently, the results are based on 119 valid questionnaire data obtained from manufacturing companies. 41% of those who participated in the study were senior managers, 30% were mid-level managers and 29% were experienced specialists representing their companies.

### **3.3. Scales**

The scales of each variable were exploited from previous studies. Technology management capability scale was adopted from Unsal (2010), Strategy typology items were instrumented from Conant, Mokwa and Varadarajan's (1990) study. Finally, perceived firm performance items are inspired from various strategy studies (Tippins and Sohi, 2003; Wu, Yenyurt, Kim, and Cavusgil, 2006; Xiao and Dasgupta, 2009).

#### *Technology Management Capability (TMC)*

In this study, technology management is considered as a process. The implementation frequency of the defined technology management activities is evaluated as the technology management capability. The original TMC scale used in the study had consisted of 27 items to evaluate two basic (main and supporting activities) and 10 sub-dimensions. The 5-point Likert type scale designed to measure the frequency of the given technology management activities by response options: "never", "rarely", "indecisive", "mostly" "always". Based on the literature and information obtained during the pre-test process, 12 new items were added to the scale.

#### *Strategy Typology*

The strategy type classification of Miles and Snow (1978) is measured by different methods such as multiple-choice questions, paragraph definition, and decision-making based on real data (for further information; Snow and Hrebiniak, 1980; Segev, 1987; Hambrick, 1983; Meyer, 1982). In the present study, the strategy typology scale developed by Conant et al. (1990) was adopted. This scale originally consists of 11 questions and four multiple choice items representing each strategy type. Inspired by the Gnjidic's (2014) study, the level of measurement of the scale was slightly revised. Aiming to make the scale semi-numerical, questions responses were arranged in a 5-point grading style with a multiple selection procedure. Thus, the original scale designed as nominal level of measurement, had maximum of 11 points. After the new arrangement, the highest value that can be obtained for each strategy class has been increased to 55 points. In this way, the researchers aimed to increase the measurement level of the scale. The response options are 5-point Likert grading type designed as "very little valid", "somewhat valid", "moderately valid", "mostly valid" and "fully valid".

In order to assign the companies to the strategy categories, the average of the responses given for each strategy type were evaluated. According to Conant et al. (1990: 376) the average scores obtained out of five, in the case of the average score of a strategy type is at least 2.73 (representing 54.5% of the total score) and the highest scored category is assigned as the related strategy class. In case of obtaining the same or very close level in more than one strategy type, the firm is classified as 'analyser' when 'prospector', 'defender' and 'analyser' strategy responses are very close to each other. If the average of reactor strategy type responses approaches

any strategy type score, the company is classified as reactor (referring to Miles and Snow, 1978 and Conant et al. 1990: 373). That is because reactors have been presented as an ‘inconsistent’ type lacking a consistent strategy.

#### *Firm Performance*

Firm performance was measured by a subjective evaluation through nine financial and non-financial variables. Due to the general inconvenience of firms, such as difficulties encountered in collecting many sensitive data, such as profitability, return on investments and so on (Tippins and Sohi, 2003: 753), subjective performance assessment is widely applied in the strategic management field (For example; Dess, 1987; Conant et al., 1990; Powel, 1992; Powell and Dent-Micallef, 1997; Spanos and Lioukas, 2001).

In this study, managers were asked how the ‘profitability rate’, ‘increase in sales’, ‘market share’, ‘profitability in investments’, ‘customers satisfaction’, ‘contribution of new products to sales’, ‘R&D investments’, ‘production flexibility’ and ‘advanced technology practices in production’ was compared to 3 years ago. The response options are 5-point Likert type designed as “*much lower*”, “*lower*”, “*same*”, “*higher*” and “*much higher*”. Conant et al. (1990: 375) also adopted a similar application.

## **4. RESULTS AND DISCUSSION**

The reliability of the scales was tested by the Cronbach’s Alpha coefficient (Price, 1997: 308). Although the strategy typology scale has a nominal level of measurement, the items that make up the classes were designed as 5-point Likert type and therefore it was subject to reliability analysis. One item from the firm performance and 10 items from the TMC scale were deleted based on the findings of exploratory factor analysis. The Cronbach’s Alpha scores are given in both cases in the Table 1.

**Table 1: Cronbach’s Alpha coefficients of the scales**

Scale	Number of items	Cronbach’s Alpha
TMC	39	.96
Strategy Type	44	.95
Firm Performance	9	.84
Values obtained after item extraction		
Scale	Number of items	Cronbach’s Alpha
TMC	29	.94
Firm Performance	8	.83

n=119

The test of normality was analysed by examining the skewness, kurtosis values and Kolmogorov-Smirnov test. The skewness values for TMC ranged from -1.351 to .238; kurtosis values range from -1.322 to 2.377. Kolmogorov-Smirnov test also confirmed the similarity of TMC data to normal distribution ( $p = .427 > .05$ ; Kolmogorov-Smirnov  $Z = .876$ ). For the firm performance, the skewness values were between - .886 and - .085; The kurtosis values were observed between -1.028 and 1.128, and Kolmogorov-Smirnov test confirmed the similarity of the data to normal distribution ( $p = .453 > .05$ ;  $Z = .858$ ).

### **4.1. Descriptive Statistics**

Descriptive characteristics such as sub-sectors, company foundation year, and number of employees are presented in the Table 2.

**Table 2: Descriptive characteristics of the firms in the sample**

Capital structure	n	%	Sub-sectors	n	%
			Food	22	18,3
Domestic	100	83,3	Textile	21	17,5
Domestic and Foreign partnership	8	6,7	Fabricated Metal Products	17	14,2
Foreign	6	5	Rubber and Plastic	13	10,8
			Chemicals	11	9,2
<b>Company Age</b>			Machinery and Equipment	6	5
3-10 years	22	19	Construction Materials	6	5
11-20 years	27	23	Machinery and Equipment Not Classified Elsewhere	4	3,3
21-30 years	26	22	Paper, Packaging and Printing	4	3,3
31-40 years	17	15	Wood Products	4	3,3
41-50 years	17	15	Land vehicles	4	3,3
51-87 years	8	7	Main Metal	3	2,5
			Electricity, Automation and Energy	3	2,5
			Others	2	1,7

While the vast majority (83%) of the companies in the sample were domestic companies, six companies did not respond the question. The youngest of the company in the sample was founded in 2014 and the longest was in 1930 (three companies did not respond it). The mean age of the firms' is 26 years (s.d. = 16). The proportion of companies that have been operating for less than 10 years, which can be described as young, was about 19% and 7% of the companies have been in operation for more than 50 years.

The companies participating in the survey were from 13 different sub-sectors. Sectoral grouping was made based on the classifications of the chambers of industry. Two companies under the "Other" category were the companies that prefer to keep their sectoral information confidential. When taken proportionally, three sectors- food, textile and fabricated metal products, make up to 50% of the sample.

Firms' size was classified based on the number of employees. The smallest firm in the sample has four employees whereas the largest firm has 3000 employees (Table 3).

**Table 3: Firm size information of sample**

Number of employees	Firm's scale	n	%
<50	Small	36	30
50<x<250	Medium	39	33
>250	Large	25	21

## 4.2. Factor Analysis Results

### 4.2.1. TMC Scale

TMC scale, which is one of the independent variables of the study, originally consisted of 27 items, and 12 items were added. Exploratory factor analysis was used to measure the relationship and structural consistency of the items with the TMC scale. As given in Table 4, Bartlett's test was significant for TMC ( $p = .00 < .05$ ). This value shows that there is a sufficient correlation between the items to continue factor analysis (Hair, Black, Babin, Anderson and Tatham, 2014: 103). The KMO test, which is another criterion that indicates the suitability of the data set for factor analysis, calculated as .86.



**Table 4: Factor Analysis findings of the TMC scale**

Test Statistics	Value
Bartlett's Sphericity Test	p = .00
KMO Sample Validity Criterion	.86

*p* < .05

Eigenvalues and Varimax rotation methods were used in determining the number of factors. Considering the communality values for the lowest acceptable explanations of the variables, it was found that the value of each variable is over .50. For the TMC scale, nine factors with an eigenvalue greater than 1 were identified and these factors explained 72.55% of the total variance. While the first factor explained a very large part of this rate (40%), other factors explained between 6% and 2.5% of the variance.

**Table 5: TMC Exploratory factor analysis -Total variance explained**

Factors	Variance %	Cumulative Variance %
1	40.39	40.39
2	6.88	47.27
3	5.41	52.67
4	4.26	56.94
5	3.67	60.60
6	3.42	64.03
7	3.03	67.06
8	2.90	69.96
9	2.59	72.55

n=119

The distribution of the items to the factors differed from the original scale, but this is an expected result since the sample size, sectors and region were different from original scale's implementation. When the factor loads of the newly added items were analysed, "Market analysis is done for production technologies" item added to the *definition* dimension loaded with close values under .40, in factors 1, 3 and 7. Hair et al. (2014: 117) argues that if a variable takes significant load on more than one factor in different rotation methods, the possibility of deletion should be considered. Referring to this proposal, the statement was removed. In the same concern, 10 items decided to be extracted from the scale and 6 of the 12 newly added items were kept. In addition to reliability analysis applied to the whole scale, this judgment has been made as a result of factor analysis repeated many times with the removal of all newly added items as well as removal and addition of individual and specific items.

In the factor analysis performed after item extraction, Bartlett's Sphericity test was significant ( $p = .00 < .05$ ) and the KMO sample validity criterion was calculated as .86. Common variance values were between .54 and .80. In the last case, a structure with seven factors was formed and these factors explained 70.36% of the variance in TMC.

As a result of the empirical study carried out within the scope of the research, a new structure is proposed by deleting four items from the acquisition, commercialization and innovation management dimensions and keeping six of the new items in the scale. However, the TMC scale was evaluated as a whole in the analysis of the present study. There was no further analysis conducted on the factor level.

#### **4.2.2. Firm Performance Factor Analysis Results**

According to the results of the exploratory factor analysis of the perceived firm performance items, Bartlett's test was significant ( $p = .00 < .05$ ) and KMO sample validity value was calculated as 76%. These values support the suitability of the data for factor analysis. When the communalities of the variables were analysed, there were two variables with values below .50: *customer satisfaction* and *the contribution of new products to sales*. Based

on the results of the factor analysis, the ‘customer satisfaction’ item was removed from the scale. The variances explained by the factors resulting from this result and the factor loads of the variables are presented in Table 6.

**Table 6: Firm performance factor analysis results after subtraction**

Items	Factor 1 Variance Explained: 46.93%	Factor 2 Variance Explained: 16.03%
Profitability	.841	
Growth in sales	.824	
Return on investment	.799	
Market share	.775	
Using advanced technology in production		.781
R&D Investments		.748
Production Flexibility		.725
Contribution of new products to sales		.593
Total variance explained:	62.9%	

#### 4.2.3. Strategy Type Scale Findings

The basis of the decision rules was determined by Miles and Snow (1978). Analysers are essentially hybrid organizations with the characteristics of prospector and defender strategies. Reactors respond inconsistently to the opportunities and threats of the adaptation cycle. For example, they can act as defenders when managing environmental regulations, as prospectors when producing new products, and as an analyser when evaluating performance. The decision structure based on this way also prevents the loss of important data (Conant et al., 1990, 373). Strategy type findings are represented in Table 7.

**Table 7: Firms’ strategy type findings**

Strategy Type	n	%
Prospector	8	6.7
Defender	14	11.8
Analyser	36	30.3
Reactor	61	51.3
Total	119	100

61 per cent of the companies participating in the study were included in the reactor strategy group. As Miles and Snow (1978) stated, it can be argued that the companies in question do not have a clear strategy structure. In the second rank, there were companies that fall into the analyser strategy category with 30%. The number of firms defined as prospectors and defenders were relatively few.

### 4.3. Hypotheses Tests

#### 4.3.1. Strategy Type and TMC Relationship

The ETA relation coefficient ( $\eta$ ) was used to examine the relationship between the strategy type and technology management capability of the companies, which is the first hypothesis of the study. Afterwards, One-way ANOVA analysis was conducted to examine whether TMC shows a significant difference according to the strategy type. ETA correlation coefficient is used for nonlinear relationships in cases where the dependent variable is qualitative (classification or ranking measurement level) and the independent variable is quantitative (ratio or proportional measurement level).

**Table 8: TMC and strategy type relationship**

Variables	Eta ( $\eta$ )
TMC Strategy type	.424

The ETA relationship coefficient ( $\eta=.424$ ) indicates that there is a significant ( $p = .000 < .05$ ) and 42% positive relationship between strategy type and TMC.

One-way ANOVA was also performed to compare the TMC averages of the Prospectors, Defenders, Analysers and Reactors (Table 9). Levene’s statistics showed that the variances were homogeneous ( $p = .567 > .05$ ; Levene’s  $s = .678$ ;  $df1 = 3$ ). In the one-way ANOVA, the difference between the group averages was found statistically significant ( $F = 8.388$ ;  $p = .00 < .05$ ). This finding indicates that TMC differs significantly according to firm strategy type. As can be seen in Table 9, the highest TMC average belongs to the Analysers ( $3.93 \pm 0.509$ ) and the lowest TMC average was found for the firms implementing Defensive strategies ( $3 \pm 0.659$ ).

**Table 9: Averages of TMC by Strategy Type**

	Group	n	Mean	Sd.	F	p
Strategy Typology	Prospector	8	3.84	.527	8.388	.000*
	Defender	14	3	.659		
	Analysers	36	3.93	.509		
	Reactor	61	3.77	.641		

\* $p < .05$

Complementary post-hoc analysis was conducted to identify the groups in which the difference originated, and the comparison of the Tukey HSD test was performed as the number of observations in the groups were not equal.

**Table 10: TMC and strategy typology Tukey HSD test multiple comparison chart**

Strategy Type (i)	Strategy Type(j)	i-j	SH	p
Prospector	Defender	<b>0.83065*</b>	0.26561	.012
	Analysers	-0.09921	0.23424	.974
	Reactor	0.06971	0.22535	.990
Defender	Prospector	<b>-0.83065*</b>	0.26561	.012
	Analysers	<b>-0.92986*</b>	0.18876	.000
	Reactor	<b>-0.76095*</b>	0.17760	.000
Analysers	Prospector	0.09921	0.23424	.974
	Defender	<b>0.92986*</b>	0.18876	.000
	Reactor	0.16891	0.12595	.539
Reactor	Prospector	-0.06971	0.22535	.990
	Defender	<b>0.76095*</b>	0.17760	.000
	Analysers	-0.16891	0.12595	.539

\* $p < .05$

Tukey HSD test (Table 10) shows that the difference stems from all groups compared to the defensive strategy. The average of the TMC level of the firms with Prospector, Analysers and Reactor strategies was higher than the firms in Defender strategy type.

As a result of the analysis, it was concluded that the  $H1$  hypothesis on a meaningful relationship between firm strategy type and technology management capability was supported.

#### 4.3.2. TMC’s Impact on Firm Performance

Simple Linear Regression analysis was used to test the second hypothesis of the research, which proposed the effect of technology management capability on firm performance.

**Table 11: Regression analysis findings regarding TMC and firm performance**

Model	Coefficients				R <sup>2</sup>
	B	Beta	T	p	
Constant	1.916		6.397	.000	.240
TMC	.480	.490	6.078	.000	

As shown in Table 11, Beta coefficient was found as .490 and significant ( $p = .000 < .05$ ). According to Evans (1996), there is a moderate positive relationship between the variables. Therefore, there is a moderately positive relationship between TMC and firm performance signifying that firm performance will increase as TMC level increases. The R<sup>2</sup> value (.240) indicates that the 24% change in firm performance is explained by TMC, which is included in the model. In other words, 24% of the change in performance can be explained by the changes in TMC.

When the ANOVA table, which is one of the outputs of the regression analysis was examined, F statistic was found significant ( $p = .000$ ;  $F = 36.94$ ). Therefore, the model in which firm performance was explained with TMC was significant. The proposed model is as follows;

$$y = 1.916 + 0.480x$$

In the model, y represents performance, and x stands for TMC (Firm performance =  $1.916 + 0.480xTMC$ ). According to the model, 1 unit change in TMC causes an increase of 0.480 units in performance. Since the t value related to the coefficient was significant ( $p = .00$ ), the coefficient of the TMC variable was found statistically significant. Therefore,  $H_2$  suggesting that the firm performance will be affected by the level of technology management capability was supported by the findings.

#### 4.3.3. Investigation of Firm Performance by Strategy Type

One-way ANOVA was used to examine whether the organizations’ performances differ according to the strategy type. Levene’s test outputs showed that the variances were homogeneous ( $p = .522 > .05$ ). As a result of variance analysis, firm performance varied significantly ( $F = 4.68$ ;  $p = .004 < .05$ ) according to firm strategy type. In order to explain what type of strategy this difference stems from, the results of the complementary Tukey HSD test post-hoc tests were examined.

**Table 12: Average of firm performance according to strategy types**

	Group	N	Mean	sd.	F	p
Strategy Type	Prospector	8	3.99	0.462	4.68	.004*
	Defender	14	3.24	0.596		
	Analysers	36	3.90	0.544		
	Reactor	61	3.66	0.665		

\* $p < .05$

The multiple comparison findings of the Tukey HSD test, which carries out to examine which strategy types are caused by the difference in firm performance by strategy types, are presented in Table 13.

**Table 13: Firm performance and strategy typology Tukey HSD test multiple comparison chart**

Strategy Type (i)	Strategy Type(j)	i-j	SH	p
Prospector	Defender	<b>0.757079*</b>	0.271148	.031
	Analysers	0.090853	0.239130	.981
	Reactor	0.330875	0.230048	.478
Defender	Prospector	<b>-0.757079*</b>	0.271148	.031
	Analysers	<b>-0.666226*</b>	0.192696	.004
	Reactor	-0.426204	0.181303	.093
Analysers	Prospector	-0.090853	0.239130	.981
	Defender	<b>0.666226*</b>	0.192696	.004
	Reactor	0.240021	0.128580	.248
Reactor	Prospector	-0.330875	0.230048	.478
	Defender	0.426204	0.181303	.093
	Analysers	-0.240021	0.128580	.248

\*p< .05

According to the Tukey HSD test, it was concluded that the groups that made the difference were the prospector and defender and, defender and analyser groups. In line with the findings obtained, it was observed that the performance of firms in the prospector strategy type ( $3.99 \pm 0.462$ ) was higher than the defenders ( $3.24 \pm 0.596$ ). When the defenders and analysers were compared, the firm performance of the analysers ( $3.90 \pm 0.544$ ) was relatively high.

ANOVA test results supported the research hypothesis that firm performance differs significantly according to the strategy type. Therefore,  $H_3$  was also supported. The findings showed that the highest firm performance belonged to firms of prospector strategy type.

#### 4.3.4. Control Variables

It was aimed to examine whether the sector and firm size control variables determined in the design of the research, but a comparison of the sector could not be made, as the firms in the sample were not proportionally distributed in sub-sectors. Therefore, only the firm size was evaluated as a control variable. For the firm scale, firms are classified as small, medium and large scale according to their number of employees (Table 14). Since there is a relatively proportional distribution between groups, it was examined whether TMC, strategy type and performance show a significant difference in the scale of firms.

**Table 14: Firm size data by number of employees**

Number of Employees	Firm Size	n	%
<50	Small	36	30
50<x<250	Medium	39	33
>250	Large	25	21

n=96

As a result of a one-way analysis of variance, it was found that TMC did not differ significantly depending on the size of firms ( $F=0.645$ ;  $p= .527 > .05$ ). The results of the variance analysis showed that firm performance differs significantly according to the firm scale ( $F= 4.92$ ;  $p= .009$ ). A complementary pot-hoc comparison test of Benferroni was performed to statistically identify the group from which the difference originated. And here, it was found that the performances of large-scale firms ( $3.90 \pm .559$ ) were significantly higher than those of small-scale firms ( $3.43 \pm .55$ ). Finally, Chi-square statistics and crosstabs findings were evaluated in order to examine the relationship between strategy type and firm size. According to cross-table data, there was no significant relationship between the strategy type of firms and the firm size ( $p= .063 > .05$ ). Although the calculated Pearson Chi-square statistic was 11,956, but less than 5 data fell in 6 cells. Therefore, the assumption of The Chi-square test was not met.

## 5. CONCLUSION

The main goal of this research was to investigate the impacts of technology management capability and strategy type on firm performance. The results are based on a fieldwork covering 119 manufacturing companies operating in Adana and Mersin provinces, in the south region of Turkey. The questionnaire was conducted with senior and middle level managers or experienced experts representing each company. In the questionnaire form, existing scales -with small adjustments- were used to measure TMC and strategy type. New items have been added to the TMC scale and a change has been made in the measurement level of the expressions of the strategy type scale. The variables used to measure firm performance were adopted from previous studies in the literature with a subjective measurement based on declarations.

The findings of the study showed that TMC had a statistically significant effect on firm performance, supporting the several researchers' studies; Zahra and Covin (1995), Zahra (1996), Bharadwaj (2000), Protogerou (2012), Tunçay and Çilingir (2013), Ünsal (2009) and Ünsal and Çetindamar (2015), Bharadwaj (2000), Nazeer, Rasiah and Furuoka (2021). The results of the analysis indicated that the level of the impact of TMC on performance is not very high ( $R^2 = .240$ ), but this does not shadow the findings of the study. Because the purpose of this study is not to establish a strong model regarding the determinants of performance, but to test the effects of the selected variables on performance.

The findings regarding the relationship between TMC and firm performance indicated that there was a moderate-positive relationship between these two variables. Consequently, it is highlighted that companies will increase their performance as they increase the frequency of performing the activities related to technology management, which is evaluated as TMC.

All four-strategy types defined by Miles and Snow (1978) were encountered in manufacturing companies within the scope of the research. Reactor strategy type, which does not represent a coherent strategy and it achieved lower performance than the other three strategy types (Miles and Snow, 1978; Snow and Hrebiniak, 1980; Smith et al., 1986; Conant et al., 1990), was the most common strategy implemented by the manufacturing companies in the sample (51.3%). Considering the large portion of small and medium-sized enterprises represented in the study, it can be inferred that reactive strategies are heavily adopted in order to adapt to rapidly changing environmental conditions. The fact that most of the companies following consistent strategies prefer the analyser strategy. This shows that the manufacturing companies in the region carefully evaluate the opportunities and new investments and implement the strategies that have been proven potentially successful by competitors.

The findings supported that firm performance shows a significant difference according to the strategy type. This result is consistent with Conant et al.'s (1990) findings. The empirical studies in the literature suggest that although the performances of the prospectors, analysers and defenders does not differ significantly from each other, they perform higher than the reactors (Conant et al., 1990). Unlike the literature, it was found in the present study that manufacturing firms in the prospector and analyser strategy types achieved higher performance than the defenders. Another surprising finding was that the performance of firms in the reactor strategy type (Mean=3.664) was found higher than the defenders. As also supported by Snow and Hrebiniak's (1980) and, Naktiyok and Karabey's (2007) studies, this finding may be a result from the low competitiveness of the sector or the structural characteristics of the region. Another reason may be the multiple-selection procedure used when measuring the strategy type might have revealed that the companies in the region did not exhibit a dominant and consistent strategy type. In addition, a significant positive relationship was determined between TMC and the four strategy types. While the analysers' technology management capability level is the highest, defender firms performed the lowest.

Consequently, the findings of the study support that technology management capability and strategy type have statistically significant effects on firm performance. The fact that the technology management capabilities have a significant effect on the firm performance supports one of the main arguments of the research, it shows that the researches in this direction should be developed and continued.



## **6. LIMITATIONS AND RECOMMENDATIONS**

The results of the present study should be evaluated with some limitations. Primarily, the data of all the variables were collected at once and from a single person from each firm. Besides, due to the practical impossibilities of data collection from companies, non-probability sampling methods were used. The research results are based on the data collected from Turkish manufacturing companies from two cities between 2016 and 2017. In practice, to evaluate technology management practices and firm strategies as a process and to examine their impacts on performance would take an observation covering three to four years. In this study, although managers were asked to base a three-year process on evaluating questions, the data was collected and evaluated on a one-off basis. Another constraint is the variables used to measure firm performance. Performance criteria in strategy studies are still a matter of much debate. In determining the performance criteria in the study, the criteria used in the studies that received frequent citations in the literature were used. The fact that variables are measured using a single measurement tool can also be considered as a constraint and future studies are suggested to apply different measurement tools to assess the variables. Only firm size was taken as a control variable. Further studies are recommended to assess more firm differences as control variables.

## **ACKNOWLEDGEMENT**

This paper is based on a PhD dissertation submitted in December 2017 to the Social Sciences Institute of Çağ University, TURKEY (Higher education system graduation certificate number: B40299254EE22E3).

We would like to express our gratitude to Prof. Dilek ÇETİNDAMAR for the advices on developing the research model and we deeply appreciate the contribution of Associate Prof. Solmaz Filiz KARABAĞ on the early draft of this paper.

## **REFERENCES**

- Bharadwaj, A. S. (2000). A resource-based Perspective on Information Technology Capability and Firm Performance: An Empirical Investigation. *MIS Quarterly*, 169-196.
- Cetindamar, D., Phaal, R., and Probert, D. (2009). Understanding Technology Management as a Dynamic Capability: A Framework for Technology Management Activities. *Technovation*, 29(4), 237-246.
- Conant, J. S., Mokwa, M. P., and Varadarajan, P. R. (1990). Strategic Types, Distinctive Marketing Competencies and Organizational Performance: A Multiple Measures-based Study. *Strategic Management Journal*, 11(5), 365-383.
- Dess, G. G. (1987). Consensus on Strategy Formulation and Organizational Performance: Competitors in a Fragmented Industry. *Strategic Management Journal*, 8(3), 259-277.
- Dvir, D., Segev, E., and Shenhar, A. (1993). Technology's Varying Impact on the Success of Strategic Business Units Within the Miles and Snow Typology. *Strategic Management Journal*, 14(2), 155-161.
- Evans, J. D. (1996). *Straightforward Statistics for the Behavioral Sciences*. Pacific Grove, CA: Brooks/Cole.
- Ferreira, J., Coelho, A., & Moutinho, L. (2020). Dynamic Capabilities, Creativity and Innovation Capability and Their Impact on Competitive Advantage and Firm Performance: The Moderating Role of Entrepreneurial Orientation. *Technovation*, 92, 102061.
- Gibbons, P. T., and O'connor, T. O. N. Y. (2003). Strategic Posture, Technology Strategy and Performance Among Small Firms. *Journal of Enterprising Culture*, 11(02), 131-146.
- Gillespie, D. F., and Mileti, D. S. (1977). Technology and the Study of Organizations: An Overview and Appraisal. *Academy of Management Review*, 2(1), 7-16.
- Gnjidić, V. (2014). Researching the Dynamics of Miles and Snow's Strategic Typology. *Management-Journal of Contemporary Management Issues*, 19(1), 93-117.
- Gregory, M. J. (1995). Technology Management: A Process Approach. *Proceedings of the Institution of Mechanical Engineers*, 209(5), 347-356
- Gudanowska, A. E. (2017). Modern Research Trends within Technology Management in the Light of Selected Publications. *Procedia Engineering*, 182, 247-254.

- Gupta, A., Chen, I. J., and Chiang, D. (1997). Determining Organizational Structure Choices in Advanced Manufacturing Technology Management. *Omega*, 25(5), 511-521.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., and Tatham, R. L. (2014). *Multivariate Data Analysis* (Vol. 7). Essex: Pearson New International.
- Hambrick, D. C. (1983). High Profit Strategies in Mature Capital Goods Industries: A Contingency Approach. *Academy of Management Journal*, 26(4), 687-707.
- Hansen, G. S., and Wernerfelt, B. (1989). Determinants of Firm Performance: The Relative Importance of Economic and Organizational Factors. *Strategic Management Journal*, 10(5), 399-411.
- Itami, H. and Numagami, T. (1992). Dynamic interaction between strategy and technology. *Strategic Management Journal*, 13(S2), 119-135.
- Lin, F. J. and Lai, C. (2020). Key Factors Affecting Technological Capabilities in Small and Medium-sized Enterprises in Taiwan. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 17, 1-13.
- March, J. G. (1991). Exploration and Exploitation in Organizational Learning. *Organization Science*, 2(1), 71-87.
- McCann, J. E. (1991). Patterns of growth, competitive technology, and financial strategies in young ventures. *Journal of Business Venturing*, 6(3), 189-208.
- Meyer, A. D. (1982). Adapting to Environmental jolts. *Administrative Science Quarterly*, 515-537.
- Miles, R. E., and C. C. Snow. (1978) *Organizational Strategy, Structure, and Process*. New York: McGraw-Hill.
- Miles, R. E., Snow, C. C., Meyer, A. D. and Coleman, H. J. (1978). Organizational Strategy, Structure, and Process. *Academy of Management Review*, 3(3), 546-562.
- Morrison, R. D. (2020). Technology Management in Central American Maquilas. *Global Journal of Business Disciplines*, 4(1), 76.
- Naktiyok, A. and Karabey, C. N. (2007). İşletmelerin Maddi Olmayan Kaynakları ve Çevresel Olumsuzluk Algıları ile Stratejik Yönelimleri Arasındaki İlişki. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 62(04), 203-225.
- National Research Council. (1987). *Management of Technology: The Hidden Competitive Advantage*. National Academy Press.
- Nazeer, N., Rasiyah, R. and Furuoka, F. (2021). Technology Transfer, Technological Capability, Absorptive Capacity and Firm Performance: An Investigation of the Textile and Clothing Firms in Pakistan. *Malaysian Journal of Economic Studies*, 58(1), 99-124.
- Parnell, J., & Brady, M. (2019). Capabilities, Strategies and Firm Performance in the United Kingdom. *Journal of Strategy and Management*, 12(1), 153-172.
- Pelser, T. G., and Prinsloo, J. J. (2014). Technology Management and the link with Technology Strategy and Company Performance. *Journal of Global Business and Technology*, 10(2).
- Porter, M. E. (1980). *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. New York: FreePress.
- Porter, M. E. (1985). Technology and Competitive Advantage. *The Journal of Business Strategy*, 5(3), 60.
- Powell, T. C. (1992). Organizational Alignment as Competitive Advantage. *Strategic Management Journal*, 13(2), 119-134.
- Powell, T. C., and Dent-Micallef, A. (1997). Information Technology as Competitive Advantage: The Role of Human, Business, and Technology Resources. *Strategic Management Journal*, 18(5), 375-405.
- Price, J. L. (1997). Handbook of organizational measurement. *International Journal of Manpower*, 18(4/5/6), 305-558.
- Protogerou, A., Caloghirou, Y., and Lioukas, S. (2011). Dynamic Capabilities and Their Indirect Impact on Firm Performance. *Industrial and Corporate Change*, dtr049.
- Rush, H., Bessant, J. and Hobday, M. (2007). Assessing the Technological Capabilities of Firms: Developing a Policy Tool. *R&D Management*, 37(3), 221-236.
- Schendel, D., and Hofer, C. W. (Eds.). (1979). *Strategic management: A new view of business policy and planning*. Little, Brown.

- Segev, E. (1987). Strategy, Strategy Making, and Performance— An Empirical Investigation. *Management Science*, 33(2), 258-269.
- Snow, C. C., and Hrebiniak, L. G. (1980). Strategy, Distinctive Competence, and Organizational Performance. *Administrative Science Quarterly*, 317-336.
- Spanos, Y. E., and Lioukas, S. (2001). An Examination into the Causal Logic of Rent Generation: Contrasting Porter's Competitive Strategy Framework and the Resource-Based Perspective. *Strategic Management Journal*, 22(10), 907-934.
- Tippins, M. J., and Sohi, R. S. (2003). IT Competency and Firm Performance: is Organizational Learning a Missing Link?. *Strategic Management Journal*, 24(8), 745-761.
- Tuncay, A., and Çilingir, F. C. (2013). Technology Management Capability Assessment an Empirical Study in Izmir Turkey for Model Development. *European International Journal of Science and Technology*, 2(8), 176-187.
- Xiao, L., and Dasgupta, S. (2009). The Effects of Dynamic it Capability and Organizational Culture on Firm Performance: An Empirical Study. *ICIS 2009 Proceedings*, 170.
- Ünsal, E. (2009). Dinamik bir Yetenek Olarak Teknoloji Yönetimi: Teknoloji Yönetimi Yeteneği. *Savunma Bilimleri Dergisi*, 8(2), 167-189.
- Unsal, E. (2010). *Teknoloji Yönetimi Yeteneği*. Unpublished PhD Thesis (in Turkish), Kara Harp Okulu, Ankara, Turkey.
- Unsal, E., and Cetindamar, D. (2015). Technology Management Capability: Definition, *European International Journal of Science and Technology*, 4(2), 181–196.
- Venkatraman, N. and Ramanujam, V. (1986). Measurement of Business Performance in Strategy Research: A Comparison of Approaches. *Academy of Management Review*, 11(4), 801-814.
- Wernerfelt, B. (1984). A resource-Based View of the Firm. *Strategic Management Journal*, 5(2), 171-180.
- Wu, F., Yeniuyurt, S., Kim, D., ve Cavusgil, S.T. (2006). The Impact of Information Technology on Supply Chain Capabilities and Firm Performance: A Resource-Based View. *Industrial Marketing Management*, 35(4), 493-504. (<http://doi.org/10.1016/j.indmarman.2005.05.003>)
- Zahra, S. A. (1995). Corporate Entrepreneurship and Financial Performance: The Case of Management Leveraged Buyouts. *Journal of Business Venturing*, 10(3), 225-247.
- Zahra, S. A. (1996). Governance, Ownership, and Corporate Entrepreneurship: The Moderating Impact of Industry Technological Opportunities. *Academy of Management Journal*, 39(6), 1713-1735.
- Zahra, S. A., and Covin, J. G. (1993). Business Strategy, Technology Policy and Firm Performance. *Strategic Management Journal*, 14(6), 451-478.
- Zahra, S. A., and Covin, J. G. (1995). Contextual Influences on the Corporate Entrepreneurship-Performance Relationship: A Longitudinal Analysis. *Journal of Business Venturing*, 10(1), 43-58.

#### **Beyan ve Açıklamalar (Disclosure Statements)**

1. Bu çalışmanın yazarları, araştırma ve yayın etiği ilkelerine uyduklarını kabul etmektedirler (The authors of this article confirm that their work complies with the principles of research and publication ethics).
2. Yazarlar tarafından herhangi bir çıkar çatışması beyan edilmemiştir (No potential conflict of interest was reported by the authors).
3. Bu çalışma, intihal tarama programı kullanılarak intihal taramasından geçirilmiştir (This article was screened for potential plagiarism using a plagiarism screening program).



Article Info/Makale Bilgisi

✓Received/Geliş:01.02.2021 ✓Accepted/Kabul:21.08.2021

DOI: 10.30794/pausbed.872606

Araştırma Makalesi/ Research Article

Kambur, E. (2022). "Yapay Zeka Çağında İnsan Kaynakları Yönetimi Konusunda Yazılmış Türkçe Makaleler Üzerine Bir Araştırma", *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı 48, Denizli, ss. 139-152.

## YAPAY ZEKA ÇAĞINDA İNSAN KAYNAKLARI YÖNETİMİ KONUSUNDA YAZILMIŞ TÜRKÇE MAKALELER ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Emine KAMBUR\*

### Öz

Bu çalışmanın amacı yapay zeka, yapay zekanın kollarını oluşturan dijitalleşme ve endüstri 4.0 ile insan kaynakları konularında çalışılan Türkçe araştırmaları ortaya koyup, içerik analizi yapmaktır. Bu amaç doğrultusunda, literatüre bağlı olarak yapay zekanın insan kaynakları süreçlerine olan etkileri genel bir çerçeve ile incelenmiştir. Yapay zekanın insan kaynakları yöneticilerine yardımcı olduğu, rutin işleri yaptıkları ve eğitim sürecinde öneriler sundukları görülmüştür. Gelecekte makine öğreniminin, sohbet botlarının, sanal asistanların kullanımının artacağı tahmin edilmektedir. Çalışmanın sektörel ve akademik dünyaya farkındalık sağlayacağı düşünülmektedir. Bu çalışma ile insan kaynakları alanında yapay zeka kullanımının ulusal yazında ne kadar az çalışıldığı ve çalışılmaya ihtiyaç duyulduğu ortaya çıkarılmıştır. Gelecekte yapay zeka konusunun insan kaynakları ile birlikte ele alınması yönünde teşvik edeceği düşünülmektedir. Ayrıca bu çalışma ile yapay zekanın insan kaynakları yönetimi alanında kullanımının artacağı, bölüme kolaylık sağlayacağı ve bölümün süreçlerini iyileştireceği tespit edilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** *Yapay zeka, İnsan kaynakları yönetimi, İçerik analizi.*

## THE CHANGE OF SOME GRAMMATICAL CAGETORIES IN TURKISH:WORDS WITH ADVERBIAL FUNCTIONS

### Abstract

The aim of this study is to do content analysis and reveal the Turkish articles on artificial intelligence, digitalization and industry that form the arms of artificial intelligence 4.0 and human resources. For this purpose, depending on the literature, the effects of artificial intelligence on human resources processes have been examined in a general framework. It has been observed that artificial intelligence helps human resources managers, perform routine work and offer suggestions during the training process. It has been predicted that the use of machine learning, chatbots and virtual assistants will increase in the future. It has been thought that the study will provide awareness to the sectoral and academic world. With this study, it has been revealed that how little the use of artificial intelligence in the field of human resources is studied and needs to be studied in the national literature. It has been thought that it will encourage the issue of artificial intelligence to be handled together with human resources in the future. In addition, with this study, it has been determined that the use of artificial intelligence in human resources management will increase, it will provide convenience to the department and improve the processes of the department.

**Keywords:** *Artificial intelligence, Human resources management, Content analysis.*

\*Dr. Öğr. Üyesi, İstanbul Aydın Üniversitesi, İİBF, İşletme (İngilizce) Bölümü, İSTANBUL.  
e-posta: eminekambur@aydin.edu.tr, eminekambur\_1005@hotmail.com (<https://orcid.org/0000-0003-4946-6867>)

## **1. GİRİŞ**

Yapay zeka (YZ), zeka gerektiren görevlerin insana benzer bir araçla yapılması olarak ifade edilmektedir (Zeng, 2020). YZ, sıradan bir yazılım aracından oldukça farklıdır. Çünkü yüksek hızda hesaplama yeteneğine sahiptir, çok büyük miktarda veri ve gelişmiş algoritmalar kullanmaktadır. YZ, çok büyük miktardaki veriyi hızlı analiz eden bir algoritma aracılığıyla günlük işlerde daha doğru kararlar alınmasına yardımcı olmaktadır. Bu teknoloji işe alma, yetenek yönetimi, ücretleme gibi insan kaynakları (İK) işlevlerini geliştirmek için önemli fırsatlar sunmaktadır. İK alanında hızla gelişmekte ve bu alanda büyük bir etkiye sahip olmaktadır. Çünkü YZ; İK'nın süreçleriyle birleştiğinde genel çalışan deneyimine fayda sağlayabilmektedir. Bu da İK'ya daha fazla kapasite, zaman, bütçe ve doğru bilgi sunmaktadır. Eğer organizasyonlar küresel ekonomide rekabet avantajı yakalamak isterlerse, İK'nın karar alma süreçlerinde YZ'yi dahil etmelidirler. İK'nın daha verimli olması için organizasyonlar YZ'ye güvenmelidir.

İK süreçlerine YZ dahil olduğunda İK yöneticileri stratejik planlamaya ve İK verilerini analiz etmeye daha fazla zaman ayırabilmektedirler. YZ, insan olan çalışandan daha hızlıdır. Bu hızı sayesinde kaliteli aday bulmak için harcanan zaman azalmaktadır. YZ, İK'nın ilk aşaması olan aday bulma sürecinden başlanarak doğru bilgiye daha düşük maliyetle, daha kısa sürede ve güvenli bir şekilde ulaşılmasını sağlamaktadır. Adaylar işe alındıklarında bağlantı kurmak ve iş hakkında daha fazla bilgi almak için nereye gidebilecekleri ile ilgili akıllarında soru işaretleri olabilir. Böyle bir durumda diyalog bazlı YZ yeni çalışanların sorularını en hızlı biçimde yanıtlayıp, yardımcı olmaktadır. Örneğin YZ destekli bir program, yeni çalışanların ilk haftalarında bağlantı kurmaları gereken kişilerin adlarını, konumlarını, iletişim bilgilerini sunabilmektedir. Diyalog bazlı YZ, çalışanların kişisel bilgilerinin güvenli bir şekilde güncellenmesini de sağlayabilmektedir. Bu algoritma belirli işlemleri gerçekleştirmek için güçlü bir potansiyele sahiptir. Çalışanın izin isteğinin sohbet botu aracılığıyla onaylanmasına izin verebilmekte veya İK tarafından yapılması gereken işleri listeleyebilmektedir. YZ sayesinde İK yöneticilerinin analitik veriler almak için temel İK sistemlerine erişim sağlamalarına gerek kalmamaktadır. Çünkü diyalog bazlı YZ çalışanın, yöneticinin veya İK uzmanının hangi bilgilere ihtiyacı olduğunu saptamak için doğal dil işleme (NLP) kullanmaktadır. Diyalog bazlı YZ özelleştirilmelidir, standartlaşması kolay olmamaktadır. Bazı kelimeler olumlu ya da olumsuz olarak belirtilebilir; ancak uygulama, içeriği doğru belirlediğinde iyi şekilde çalışmaktadır. YZ motorları yeni çalışanlara yararlı bilgiler sunan web sitelerine göz atmaları gerektiğini de hatırlatabilir. Ayrıca İK yöneticisi sohbet botu aracılığıyla bir rapora ulaşabilir ve temel İK görevlerini yapabilir. Sohbet botlarının çalışan kimliğini doğrulama gibi özelliği bulunmaktadır. Bu bilgilere sohbet botları aracılığıyla yalnızca yetkili çalışan erişim sağlayabilmektedir.

Bu çalışmanın amacı YZ, yapay zekanın kollarını oluşturan dijitalleşme ve endüstri 4.0 ile İK konularında çalışılan Türkçe araştırmaları ortaya koyup, içerik analizi yapmaktır. Yapılan literatür taraması neticesinde ulusal yazında İK alanında YZ konularında yazılan makale sayısının oldukça sınırlı sayıda olduğu keşfedilmiştir. Uluslararası literatürde ise bu konuda çalışılan makaleler oldukça zengindir. Ulusal literatürde bu konudaki ilk çalışma 2017'de yayınlanmıştır. Bu sebeple farkındalık yaratmak ve gelecekte İK alanında YZ konularında çalışmak isteyen araştırmacılara kolaylık sağlamak adına ulusal literatürde yayınlanan bütün çalışmalar tek bir makede toplanmak istenmiştir. Böyle bir çalışmanın varlığına ihtiyaç duyulmuştur. Bu yönüyle yapılan çalışmanın literatüre katkı sunması beklenmektedir. Ayrıca bu çalışma İK alanında YZ konularında, ulusal yazında yayınlanan bütün makaleleri bir araya getiren ilk çalışma olma özelliğine sahiptir. Literatürde benzer bir çalışmaya rastlanamamıştır. Çalışmanın literatürdeki boşluğu dolduracağı düşünülmektedir.

## **2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE**

### **2.1. Yapay Zeka ve İnsan Kaynakları Yönetimi**

İK'nın geleceğinde hem dijitalleşme hem de insan odaklı olmak vardır. İK yöneticileri insan ve teknoloji odaklı çalışmanın kombinasyonunu sağlamaya çalışmaktadır. Bu da İK için yeni bir dönemi başlatmaktadır. Yani YZ, İK'nın dönüşmesinde önemli bir rol oynamaktadır. YZ ve insan zekasının birleşimiyle oluşan bu yeni dönemde yapılan işler ve çalışanlar dönüşecektir. YZ'yi diğer teknoloji ve makinelerden üstün kılan unsur "bilisdir". Diğer makineler komuta yanıt verirken, YZ çeşitli algoritmalar kullanmakta, öğrenme ve karar verme yeteneğine sahip olmaktadır. Bu sistemler otomasyonun ötesine geçebilmektedir. Çoğunlukla insanlar tarafından yapılan bilişsel ve karmaşık zihinle ilişkili işlevleri yerine getirmektedirler. YZ sistemlerinin kullanımı; İK yöneticilerinin idari görevlerde zaman kazanmalarına ve İK'nın karar verme sürecindeki önyargıların azalmasına yardımcı olabilmektedir. Bugün



İK uzmanları gelecekte neye ihtiyaç duyulabileceğini anlamak için tahmin yapan analitik verileri aktif olarak kullanmaktadır. İK bölümlerinin daha verimli olabilmesi için organizasyonlar YZ'ye güvenmelidir.

YZ ile geleneksel İK yöntemlerinden daha modern ve alışılmadık uygulamalara doğru bir geçiş olmaktadır (Laha, 2019). YZ, başvuru havuzundan güçlü adayları bulmaları için İK yöneticilerine yardımcı olmaktadır. Özgeçmişleri manuel olarak taramak çok sıkıcıdır ve çoğunlukla standardizasyonları bulunmamaktadır. YZ, yüzlerce özgeçmiş dakikalar içerisinde tarayabilmektedir. YZ yazılımları özgeçmişleri taramak ve işin niteliklerini öğrenmek için tasarlanmıştır. Video mülakat yapmak ya da adayda tuhaf bir davranış olup olmadığını belirleyebilmek için makine öğrenimi kullanılmaktadır. Video mülakat yardımıyla dünyanın her yerinden adaylarla mülakat yapılabilmektedir. Ayrıca eğitim sürecinde de kişiye özgü öğrenme ve gelişim yalnızca YZ uygulamalarıyla mümkündür. Kişiye özgü öğrenme de her yerde gerçekleşebilir. YZ; akıllı telefonlar, bilgisayarlar, tabletler vb. gibi tüm cihazlarda geçerli olan içeriğin gelişmesini sağlamıştır. Çalışanlar artık spor yaparken veya yürüyüş bandıdayken kişiselleştirilmiş eğitimlerini tamamlayabilirler. Diyalog bazlı YZ; İK yöneticilerinin çalışanların öğrenme ve gelişim sürecini izlemelerine yardımcı olabilmektedir. YZ algoritmaları işgücünün öğrenme programları hakkında öneriler sunabilmektedir. Gerçek zamanlı bir sınıf ortamı veya eğitmen olmadan çalışanların becerilerinin gelişmesine yardımcı olan oyun tabanlı programlar kurulabilmektedir. YZ öğrenme yönetim sistemleri aracılığıyla çalışanlara ek eğitim için öneriler tavsiye edebilmektedir. Ayrıca YZ öğrenme yönetim sistemleri sayesinde çalışanların meyilli olduğu bölüm, ürün, satış, pazarlama, arge gibi tercihlerin tespit edildiği bir iletişim alanı oluşturulabilmektedir. Uzun dönemde işletme, yeni eleman ihtiyacını kendi içinde çözebilmektedir (Demir, 2019). Belirli bir İK teknolojisi benimsenirken, organizasyonlar bu teknolojinin kendi kültürlerine nasıl uyacağını görmeli ve buna göre hareket etmelidirler.

Çoğu şirket YZ'yi İK bölümünde temel düzeyde çalışan deneyimini dönüştürmek için kullanmaya başlamıştır. Bu şirketlerden biri DBS Bank'tır. Bu banka iş başvurusunda bulunanlar için tarama yapan ve YZ ile desteklenen işe alım botu JIM (Jobs Intelligence Maestro)'yi geliştirmiştir (Zeng, 2020). JIM ilk kez Mayıs 2018'de tanıtılmıştır. JIM ile DBS Bank'ta özgeçmişlerin incelenmesi 32 dakikadan 8 dakikaya azalmış, başvuruların tamamlanma oranı %85'ten %97'ye yükselmiş, banka kültürünün ve değerinin adaylara aktarılma oranı %96 artmıştır (Meister, 2019). DBS Bank'ın grup başkanı James Loo bu oranlara dayanarak YZ kullanımının işe alım sürecinde büyük faydalar sağlayacağını belirtmiştir (Kapoor, 2020). İK uzmanları, artık yüzlerce özgeçmiş taramak için uzun saatler harcamamaktadırlar. YZ onlara adaylarla iletişim, etkileşim kurmak gibi daha değerli işleri yapmaları için zaman bırakmaktadır. Bank of America YZ'yi kullanarak bir eğitim programı tasarlamıştır. Bu eğitim ile, müşterilerin önceliklerinin daha net görülmesi ve çalışanlarda empati duygusunun kullanımını artırmak hedeflenmiştir. Hilton Worldwide da İK bölümünde 2014'ten beri YZ'yi kullanan şirketlerden biridir. Bu şirket YZ ile adayların bulunması, taranması, mülakat yapılması gibi işlerde hızını %85 artırmıştır. Bu sayede yetenek havuzu çeşitlenmiş ve yüksek performanslı adaylar daha net görülmüştür. YZ sayesinde işe alım süreci kolaylaşmıştır (Grefe ve Peyrat-Guillard, 2020). Yaklaşık 380.000 çalışana sahip International Business Machines (IBM), Watson yazılım programını geliştirmiştir. Watson ile performans değerlendirme yapmaktadır. Bu yazılım programı çalışanların gelecekteki dönemde nasıl bir performans sergileyeceğinin tahminini %96 doğrulukla yapmıştır (Sindu, 2018). Shanmugan (2015) performans değerlendirme sürecinde YZ'den yararlandığında performans değerlendirme hazırlık sürecinde %50, performans değerlendirme toplam sürecinde %60 zaman tasarrufu sağlandığının altını çizmiştir. Aday bulma platformu olan Restless Bandit tasarladığı Talent Rediscovery ile gelecekte çalışanların ihtiyaç duyacağı nitelikleri araştırmaktadır (Sumser, 2019). IBM'de Planning Analytics isimli yazılım aracıyla çalışanların ücretlerini performans sonuçlarına göre hesaplamaktadır (Kambur, 2020). IBM yöneticilerinin %95'i bu programın önerisine katılmaktadır (Goldfarb vd., 2020).

## **2.2. Yapay Zekanın Gelecekteki Yeri**

YZ; sağlık, reklamcılık, ulaşım, finans, hukuk, eğitim, İK gibi alanlar başta olmak üzere bugün her yerde görülmektedir. Çoğu işin geleceğini etkilemektedir. Deloitte'nin kurucusu ve yöneticisi Bersin (2017) "YZ neredeyse her yazılım parçasına giriyor" diyerek çokyönlülüğünü vurgulamıştır. Bersin (2017) tarafından yapılan araştırmaya göre şirketlerin yaklaşık %40'ı İK alanında YZ'yi kullanmaktadır. Ancak yakın gelecekte bu oranın %33 artması beklenmektedir. Min (2017)'e göre işletmelerin %38'i İK bölümlerinde YZ teknolojilerinden yararlanmaktadır. Gelecek yıl bu oranın %62'ye çıkması beklenmektedir. Sierre-Cedar (2018-2019)'a göre



çalışanlar YZ'den kişiselleşmiş bir teknolojik ortam beklemektedirler. Sohbet botlarının ve metin mesajlarının daha yaygın olarak kullanılmasını istemektedirler. Şu an organizasyonların %8'i makine öğrenimini kullanmaktadır. %21'i gelecekte kullanmak üzere değerlendirmektedir (Stacey Harris, 2018-2019). Kişisel yaşam alanlarında ve işyerlerinde sanal asistanların, sohbet botlarının kullanımı yaygınlaşmıştır. Bu araçlar koçluk, mentorluk veya yeni işler bulmaya yardımcı olabilir. Ayrıca 7/24 hizmet vermektedirler. Bu da kullanıcıları tarafından oldukça cezbedici olarak görülmektedir.

İK bölümünde YZ kullanımı daha sorunsuz, esnek ve kullanıcı odaklı çalışan deneyiminin oluşmasını mümkün kılmaktadır. YZ'nin temel ilkesi çalışanlara yardımcı olmak, işlerinde yetkin ve verimli olmalarını sağlamaktır. Çalışanların yeteneklerini keşfederek şirket içinde kariyer seçimlerinde yol haritası oluşturmalarına destek olmaktadır (Zeng, 2020). Çünkü insan olan çalışanlar öryargılı davranmaya yatkınken, YZ sistemlerinde önyargılı davranış biçimi bulunmamaktadır. ServiceNow (2017) sohbet botlarının tarafsız, çalışan dostu olduklarını ve bu özellikleri nedeniyle çalışanların onlarla birlikte rahat hissettikleri sonucuna ulaşmıştır. HR.com (2019) YZ tabanlı algoritmaların işe alımları iyileştireceğini vurgulamıştır. İK'da YZ daha çok otomasyon için kullanılabilir. YZ'nin çalışanların becerilerini değiştirmesinden ziyade onları desteklemesi beklenmektedir. YZ pek çok iş yeri değişkenini analiz edebilmekte ve işletmeden ayrılma eğilimi gösteren çalışanları tespit edebilmektedir. Böylece İK tespit edilen çalışanların sorunlarına odaklanıp çözümlenmesini sağlayabilir. Ayrıca YZ iş görüşmelerini analiz edebilir, işe alımda gizli ipuçlarını devreye sokarak işe giriş kararını minimize edebilir. Gelecekte çalışanların daha yaratıcı, esnek ve çevik olmalarına inanılmaktadır. Otomasyonlar, rutin görevler YZ tarafından gerçekleştirilirken; çalışanlar daha karmaşık ve yaratıcı görevleri üstlenecektir. Çünkü analitik, YZ'nin doğal gücüdür. İK görevlerinin iyileştirilmesi için YZ en yüksek potansiyele sahiptir (Mathur, 2019).

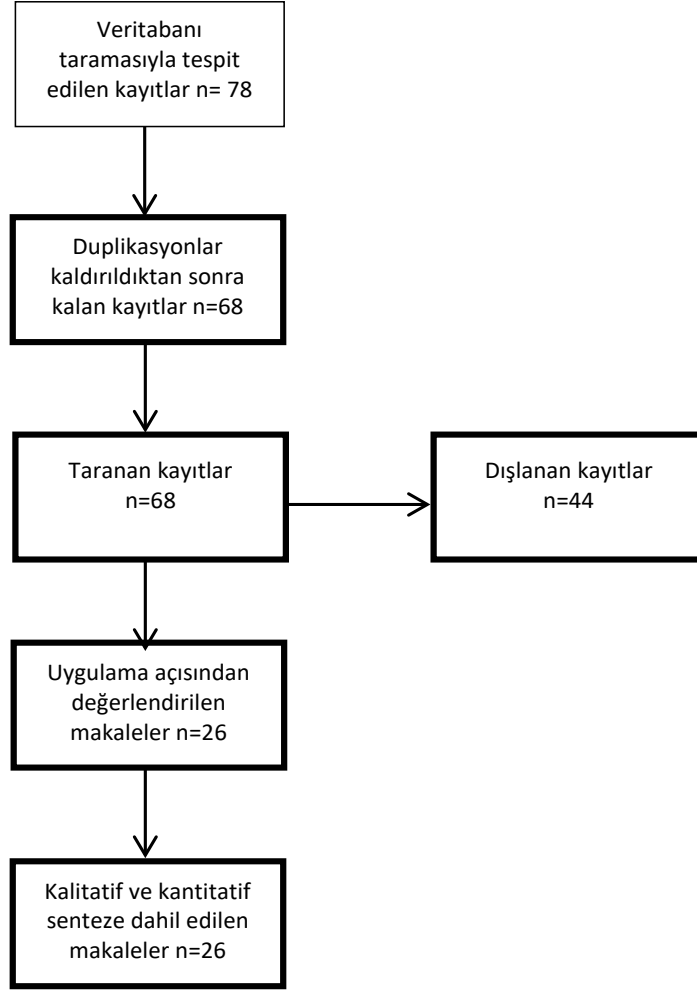
### **3. YAPAY ZEKA ÇAĞINDA İNSAN KAYNAKLARI YÖNETİMİ ÜZERİNE LİTERATÜR TARAMASI**

#### **3.1. Araştırmanın Kapsamı**

2017-2020 yılları arasındaki dönemde insan kaynakları yönetimi, yapay zeka ve yapay zekanın bileşenlerini oluşturan endüstri 4.0, dijitalleşme kavramlarını konu alan 26 adet Türkçe makale üzerinden sistematik literatür araştırması gerçekleştirilmiştir. Yapılan bu araştırmadaki amaç, YZ'nin İK açısından artan önemini ve gelecekteki rolünü açıklamaktır. Yapılan araştırma sonucunda, son üç yılda popülerliği artmış olan insan kaynakları yönetiminde YZ kullanımının İK açısından önemini oldukça fazla olmasından kaynaklı araştırılması ve kavramsallaştırılması gereken bir olgu olduğu sonucuna varılmıştır. İnsan kaynakları yönetimi açısından YZ'nin kullanımının artan öneminden dolayı araştırmada veri analizi için içerik analizi yönteminden yararlanılmıştır. İçerik analizi bir çözümlenme yöntemidir. Bu araştırmada insan kaynakları yönetimi açısından YZ kullanımının önemi çözümlenmek istenmiştir. Bu doğrultuda, yapılan araştırmanın ileride benzer konulu çalışmalar için temel olabileceği ve bu alanda çalışacak olan araştırmacılara katkıda bulunacağı düşünülmüştür.

#### **3.2. Araştırmanın Yöntemi**

Araştırmanın yöntemi, nitel araştırma yöntemiyle doküman incelemesi yapılarak gerçekleştirilmiştir. Alan yazında "insan kaynakları yönetiminde yapay zekayı, dijitalleşmeyi ve endüstri 4.0ı" inceleyen Türkçe makaleler üzerine araştırma yapılmıştır. Uluslararası literatürdeki çalışmalar değerlendirmeye alınmamıştır. Türkçe literatüründeki çalışmaların sayıca azlığına dikkat çekilmek istenmiştir. Çalışmada 2017-2020 yıllarındaki makaleler değerlendirme kapsamına alınmıştır. 2021 yılında ve 2017 öncesinde İK alanında YZ konularını içeren herhangi bir çalışmaya ulaşılamamıştır. Daha önceki geçmişe gidilmek istenmiş fakat bu konunun Türkçe literatüre 2017'de girdiği tespit edilmiştir. Google Scholar, DergiPark, Ulakbim, İdealonline ve Sobiad veri tabanları kullanılarak makalelere ulaşılmıştır. Türkçe literatüründe bu kavramlar oldukça yenidir. Bu sebeple İK alanında YZ konularının literatür incelemesi oldukça dar bir zaman dilimine sığdırılmıştır. Çalışmada toplamda 26 adet Türkçe makale incelenmiştir. Bu makalelerde İKY'nin tarihsel gelişimi, dijital dönüşüm, YZ ve endüstri 4.0'ın İK üzerindeki etkileri, beklentiler ve karşılaşılan sorunlar gibi konular teorik çerçeveden anlatılmıştır. Yürütülen çalışmada 26 adet makale Tablo 2'de detaylıca sunulmuştur. Çalışma ile bu konuda daha sonra çalışmak isteyen araştırmacılara ışık tutulmak istenmiştir. Ayrıca uygulamacılara Türkçe literatürdeki çalışmalar hakkında sistematik bir özet sunulmuştur.



**Şekil 1: Preferred Reporting Items for Systematic Review and Meta-Analysis Protocols (PRISMA) Akış Şeması**

Kaynak: Moher, Liberati, Tedzlafl ve Altman, 2009: 873-880

Şekil 1’de gösterilen PRISMA yöntemine göre veri tabanı taramasıyla elde edilen toplam makale sayısı 78’dir. Google scholar, DergiPark, Ulakbim, İdealonline ve Sobiad veri tabanları kullanılarak örnekleme ulaşılmıştır. Bu veri tabanlarında “yapay zeka”, “dijitalleşme”, “endüstri 4.0”, “insan kaynakları yönetimi” kavramları tırnak içinde taratılmıştır. Bu tarama sonucunda 78 adet çalışmaya ulaşılmıştır. Ardından bazı çalışmaların diğer sayfalarda tekrar tarandığı farkedilmiştir. Yapılan eleme sonucunda değerlendirilecek 68 adet makale kalmıştır. Bu 68 makale içerisinde İK alanında YZ, endüstri 4.0 ve dijitalleşme kavramlarını içermeyen makaleler elenmiştir. Dışlanan kaynakların 44 adet olduğu tespit edilmiştir. Çünkü bu kaynakların araştırılan konu dışındaki çalışmalar oldukları tespit edilmiştir. İncelemeye alınacak “yapay zeka”, “dijitalleşme”, “endüstri 4.0”, “insan kaynakları yönetimi” kavramlarını içeren 26 adet makale olduğu görülmüştür. Tablo 1’de yıllara göre çalışılan makale sayıları gösterilmektedir. Bu alan, araştırmacıların giderek ilgisini çekmektedir. Çünkü yıllara göre yayın sayısı artmaktadır.

**Tablo 1: 2017-2020 yılları arasında ulaşılan makale sayısı**

Yıl	Makale Sayısı
2017	1
2018	7
2019	6
2020	12
Toplam	26

PRISMA akış şeması kullanılarak tarama modeli ile yapılan araştırma sonucunda bulgular kısmındaki tablo meydana getirilmiştir. Tablo 2’de nitel çerçevede ele alınmış olan makalelerin hepsine yer verilmiştir. Yapılan tarama neticesinde tabloya makalelerin başlığı, yazarı, yayın tarihi, araştırma türü ve bulguları yazılmıştır. Bulgular kısmında, araştırmacıların makalelerinde ulaştıkları sonuçlar paylaşılmıştır.

### 3.3. Bulgular

Bu araştırmada içerik analizi yapılmıştır. İçerik analizinde bütün araştırmalar detaylı biçimde incelenmekte ve verilerin açıklanmasına yardımcı olacak olguların kullanılmasını sağlamaktadır. İçerik analizi, yapılan araştırmaları yazılı olarak belirtilen amaçlar kapsamında sınıflandırmakta ve sıralamaktadır. Ayrıca elde edilen veriler kapsamında düzenleme yapılmasını da sağlamaktadır. İçerik analizi aslında bir tür çözümleme yöntemidir. Taranan araştırmaların çözümlenmesi amacıyla kullanılan ve detaylı incelenmelerine yarayan bir sistemdir. Makale için yapılan içerik analizinde YZ ve İKY ile ilgili Türkçe araştırmalar kategorilere ayrılmıştır. Kategoriler oluşturulurken Excel tablosu kullanılmıştır. Toplanan tüm çalışmalar genelleştirilerek kavramsallaştırılmaya çalışılmıştır. Ortaya çıkan veriler doğrultusunda bazı düzenlemeler yapılmıştır. Bu veriler de temanın saptanmasını sağlamıştır. Belirtilen bilgiler ışığında Tablo 2’de araştırmaların içerik analizi bilgileri paylaşılmaktadır.

**Tablo 2: İçerik analizi bilgileri**

Makalenin Başlığı	Yazar(lar)	Yayın Tarihi	Araştırma Türü	Bulgular
“İnsan Kaynakları Yönetiminde Dijital Dönüşüm: İK 4.0”	“Beste Gökçe Parsehyan”	2020	Nitel. Çalışmada, İK 4.0 kavramı teknolojik uyum süreci bağlamında araştırılmıştır.	Akıllı işe alım, eleme, mülakat süreçleri, öğrenmeyi artırma gibi İK süreçlerinde YZ kullanıldığında şirket açısından oldukça önemli faydalar kazanılacaktır. Ayrıca İK’da YZ kullanıldığında şirketlerin rekabetçi pozisyonları ve şeffaflıkları korunacaktır.
“Dijital Dönüşümün İnsan Kaynakları Yönetimi Üzerine Etkileri”	“Ebru Beyza Bayerçelik”	2020	Nitel. Makalede dijital dönüşümün İKY üzerinde etkileri ile ilgili literatür taraması yapılmıştır.	Bu araştırmanın sonuçlarına göre YZ yetenek geliştirme sürecini otomatik hale getirmekte ve İK bölümündeki operasyonel süreçleri dönüştürmektedir. YZ işe alım sürecini kısaltmaktadır. Ayrıca mevcut ve potansiyel çalışanlarla ilgili verileri değerlendirip şirket verimliliğinin artmasına yardımcı olmaktadır.
“Endüstri 4.0’ın İnsan Kaynaklarına Yönelik Etkileri: Teknolojik Değişim Farkındalığı Üzerine Bir Araştırma”	“Gülten Demiral”	2020	Nitel. Makalenin örneklemini 44 beyaz yakalı çalışan oluşturmaktadır. Frekans, ortalama değerler ve regresyon analizleri yapılmıştır.	Çalışmanın bulgularına göre endüstri 4.0’ı tam olarak kullanmaya başlamayan işletmelerde çalışanlar; Endüstri 4.0’ın işsizliği artıracığını, iş tatminini azaltacağını, ücretleri düşüreceğini ve bu teknolojileri uygulamanın zor olduğunu düşünmektedir. Ayrıca nesnelerin interneti, bulut bilişim, artırılmış gerçeklik, siber güvenlik, simülasyon sistemleri, 3D yazıcı uygulamalarının bilindiği ancak büyük veri konusunun yeterince anlaşılmadığı tespit edilmiştir.

“Endüstri 4.0 Devriminde Robotik Kaynaklar Yönetimi Bağlamında İnsan Kaynakları Yönetiminde Yeni Açılımların Kaçınılmazlığı”	“Aslan Şendoğdu”	2020	Nitel. Çalışmada, Endüstri 4.0 devrimi ve dünyadaki gelişmeler ışığında, İKY araştırılmıştır.	Çalışmada, robotik kaynakların hızla hayatımızın bir parçası haline geldiği ve yeni bir kavrama “Robotik Kaynaklar Yönetimi” (RKY) gereksinim duyulduğu belirlenmiştir.
“İnsan Kaynakları Yönetiminde Yaşanan Dijital Dönüşüm: İşletmelerin Dijital İKY Uygulamalarının Araştırılması”	“Selma Kılıç Kırılmaz”	2020	Nitel. Örneklem olarak belirlenen işletme yöneticileri ve İK yöneticileri ile yapılan röportajlar, işletme ile ilgili haberler ve ilgili işletmelerin web sitelerinden elde edilen ikincil veriler kullanılmıştır. 16 işletme, makalenin örneklemini oluşturmuştur.	İşletmeler bir çok İKY uygulamasını dijital ortama taşımaktadır. İşletmelerin en çok kullandıkları dijital İKY uygulamaları arasında; sohbet botlarının kullanılması, iş başvurularının QR kod kullanılarak alınması, mobil İKY uygulamaları, dashboard kullanarak veriye dayalı analizler yapılması, işe alım süreçlerinde yapay zekanın kullanılması sayılabilir.
“Dijital İnsan Kaynakları Yönetimi Uygulamaları ve Karşılaşılan Problemler”	“Adem Uğur ve Aykut Güner”	2020	Nitel. Bu çalışmada dijital İK uygulamaları ve karşılaşılan problemler ortaya konulmuştur.	İnsan kaynakları çalışmalarında yeni teknolojilerin kullanımının, etkinliği artırdığı, insan kaynakları uygulayıcılarına hız ve kolaylık sağladığı tespit edilmiştir. Ayrıca İK alanında çalışan kişi sayısı azalabilmekte ve yüz yüze iletişim eksikliği görülebilmektedir.
“Dördüncü Sanayi Devrimi ve İnsan Kaynakları Yönetimi”	“Altan Başaran”	2020	Nitel. Çalışmada 4. Sanayi devrimi ve İK arasındaki ilişkiye yönelik literatür anlatılmıştır.	İnsan kaynakları yönetimi dijital dönüşümde, organizasyonların stratejilerinin oluşturulmasında ve geliştirilmesinde önemli bir belirleyici olacaktır. Bu açıdan organizasyonlar, varlıklarını korumak adına dijital/teknolojik trendleri yakalama çabası içindedirler.
“Robotik Çağda Silahlı Kuvvetlerde İnsan Kaynakları Yönetimi”	“Ebru Caymaz, Fahri Erenel ve Batuhan Umut”	2020	Nitel. Bu çalışmada robotik savaş çağının gereksinimlerine kısaca değinilerek, silahlı kuvvetlerde başarılı bir İKY süreci için tavsiyelere yer verilmiştir.	Sabit bir organizasyon yapısından ziyade, belirsizlik ortamında ortaya çıkabilecek asimetric tehditlerin üstesinden gelmek için farklı insan-makine kombinasyonlarında farklı görevleri gerçekleştirmeyi mümkün kılan ve yapay zekayı destekleyen esnek bir organizasyon yapısının gerekli olduğu ortaya çıkarılmıştır.
“Stratejik İnsan Kaynakları Yönetimi ve Endüstri 4.0’ın Kesişen Ekosistemi”	“Süleyman Türkel ve Özgür Uğur Arıkan”	2020	Nitel. Literatür taramasına dayandırılarak oluşturulan çalışmada İK’nın tarihsel değişimi açıklanmıştır.	Çalışmanın bulgularına göre endüstri 4.0 henüz gelişim aşamasındadır. Stratejik insan kaynakları yönetimi ve endüstri 4.0’ın iç içe hareket edeceği öngörülmektedir.
“Cloud System in Digital Human Resources Management in Turkey”	“Serap Ergen”	2020	Nitel. Tanımlayıcı yöntem kullanılmıştır. Veriler bu konudaki bilimsel ve mesleki literatürden alınmıştır.	Türkiye’de organizasyonlar bulut bilişimi konusunda yeterince bilgi sahibi değildir. Bulut sistemlerinin güvenliği ve şirketlerin ekonomik dengesi ile ilgili endişeler mevcuttur. Bulut bilişimi ile organizasyonlar daha verimli ve rahat bir İK sürecine sahip olacaktır.

“Dijital Çağın Yetkinlikleri: Çalışanlar, İnsan Kaynakları Uzmanları ve Yöneticiler Çerçevesinden Bir Bakış”	“Sedef Gülsüm Aksu ve Sürgevil Dalkılıç”	2019	Nitel. Dijital yetkinlik kavramı ile ilgili literatür taraması yapılmıştır.	Çalışmanın bulgularına göre yapay zeka çağında en çok aranan yetkinlikler bilgi analizi, dijital okur yazarlık, dijital duygusal zeka, öz değişime yatkınlık ve problem çözme becerisidir.
“Endüstri 4.0 ve İnsan Kaynakları Yönetiminin İlişkisi”	“Başak Aydem Çiftçioğlu, Mecnun Mutlu ve Seda Katırcıoğlu”	2019	Nitel. Bu çalışmada Endüstri 4.0’ın insan kaynakları yönetimi ile ilişkisi teorik bağlamda sunulmuştur.	Endüstri 4.0 ile üretim dijitalleşmekte, üretim süreçleri kendisini yönetebilmekte, performans daha yüksek olmakta, kaynakların maliyeti azalmakta, tüm veriler dijital platformlara aktarılmaktadır.
“İnsan Kaynakları Yönetiminde Etkin Bir İşe Alım Süreci için Yapay Zeka Yöntemlerinin Kullanımı”	“Mert Bal, Yasemin Bal ve Serdar Bozkurt”	2019	Nitel. Literatür taraması ve örnek uygulamalardan elde edilen bilgiler derlenerek İK süreçlerinde ve özellikle işe alım aşamasında yapay zeka yöntemlerinin nasıl kullanıldığı incelenmiştir.	Bu çalışma ile insan ve bilgisayar teknolojisinin etkileşiminin önemli unsurlarından biri olan yapay zekânın, video mülakatlar, sohbet uygulamalar, artırılmış gerçeklik ve sosyal medya araçları yoluyla insan kaynakları alanına katkı yapmaya başladığı sonucuna varılmıştır.
“İnsan Kaynakları Yönetiminde Dijital Dönüşüm”	“Hanefi Calp ve Ahmet Doğan”	2019	Nitel. Bu çalışmada, İKY süreçlerinde dijital dönüşüm konusuna yönelik literatür incelenmiştir.	İşletmelerin rakipleriyle baş edebilmeleri veya ayakta kalabilmeleri adına dijital dönüşüme önem vermeleri ve teknolojiyi daha etkin bir şekilde kullanmaları gerekmektedir. Özellikle işletme personellerinin dijital dönüşüm konusunda eğitilmeleri gerektiği bu çalışmanın en önemli bulgusudur.
“Yapay Zeka Alanındaki Gelişmelerin İnsan Kaynakları Yönetimine Etkisi”	“Yunus Emre Gür, Cem Ayden ve Atilla Yücel”	2019	Nitel. Bu çalışmada YZ’nin işe alım, tarama ve görüşme süreci, eğitim ve yetenek yönetimi gibi İK işlevlerini nasıl desteklediği ele alınmıştır.	Yapay zekâ işe alma, seçme, performans değerlendirme, çalışanlarla ilgili veri toplama konularında entegre bir rol oynadığı insan kaynakları bölümünde birçok şirket tarafından kullanılmaktadır. Yapay zekâ tabanlı İK uygulamaları, çalışan verimliliğini artırma ve İK uzmanlarının çalışan performansını artıran bilgili danışmanlar olmalarına yardımcı olma konusunda güçlü bir potansiyel taşımaktadır.
“Dijital İşe Alım: Dijital Dünyanın İnsan Kaynakları İşe Alım Fonksiyonuna Etkisinin Kavramsal ve Uygulama Örnekleriyle Değerlendirilmesi”	“Gülbeniz Akduman”	2019	Nitel. Makalede dijital dünyanın İK işe alım fonksiyonuna etkisi kavramsal olarak açıklanmıştır.	İşe alımda dijital teknolojilerin kullanımının ne kadar gerekli olduğunun analiz edilmesi oldukça önemlidir. Dijital teknoloji ile işe alımda dış kaynaklara yönelmesi maddi açıdan külfetli, manevi açıdan da daha fazla zaman ve emek harcanmasına sebep olmaktadır. Ayrıca mevcut çalışanlardan yararlanarak referans adaylara ulaşılmasının, internet ya da kariyer sitelerinden gelen adaylara göre çok daha uygun ve başarılı bir yöntem olduğu belirlenmiştir.

“İnsan Kaynakları Yönetiminde Teknoloji ve Yapay Zekanın Etkisi”	“Sinan Şekeroğlu ve Kadir Özer”	2019	Nitel. Bu çalışmada teknolojinin özellikle YZ'nin İK'ya olan etkisi yerli ve yabancı literatür taranarak açıklanmaya çalışılmıştır.	Yapay zekanın insan kaynaklarına dahil olması ile işletmenin doğru adayı bulmasına yardımcı olabilecek önemli bir teknoloji olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Ayrıca insan ön yargılarından arındırılmış bir sistemin kullanılması hem işletme hem de çalışan açısından önemli yararlar sağlayabilir.
“Endüstri 4.0'da İnsan Kaynakları Yönetiminin Geleceği: İnsan Kaynakları Profesyonellerinin Algı ve Beklentileri Üzerine Bir Araştırma”	“Nuri Avcı”	2019	Nitel. 75 İK uzmanı ile anket çalışması yapılmıştır. Makalede ANOVA, LSD post hoc ve pearson korelasyon analizleri yapılmıştır.	İK uzmanlarında endüstri 4.0 için farkındalığın yeterince oluşmadığı tespit edilmiştir. İKY rol beklentisi İK uzmanlarının yaşına ve çalışma süresine göre farklılaşmaktadır. Ayrıca İKY rol beklentisi, endüstri 4.0 algısı ve İKY işlev beklentisi arasında bir ilişki olduğu ortaya konulmuştur.
“Türkiye’de Dijital İnsan Kaynakları Yönetiminde Bulut Bilişim”	“Pınar Göktaş ve Havvanur Baysal”	2018	Nitel. Araştırmada Endüstri 4.0 ve son adımı olan bulut bilişim ve dijital insan kaynakları yönetiminde bulut bilişim uygulamasının kullanımı açıklanmıştır.	Bulut bilişim gelişmektedir. Çünkü yenilikçi beklentiler çoğalmakta, internet hızı artmakta, bağımsız çalışma isteği doğmakta ve yazılımlar servis haline gelmektedir. Ayrıca İK'nın dijitalleşmesi ile işler daha hızlı ve kolay bir şekilde yapılmaktadır. Böylece çalışan ve yöneticilerin memnuniyeti de artmaktadır.
“Kamu Kurumlarında İnsan Kaynakları Yönetimi ve Teknoloji: Gelecek Odaklı Bir Değerlendirme”	“Volkan Göçoğlu ve İpek Didem Kurt”	2018	Nitel. Bu çalışmada, İKY'nin geçmişten bugüne olan değişimi özetlenerek, bilgi toplumunda İKY'nin geldiği ve gelecekte bulunacağı nokta özellikle kamu kurumları çerçevesinde değerlendirilmektedir.	Personelin yeteneklerinin geliştirilmesi, performansının değerlendirilmesi, uygun kadrolama yapılması gibi süreçlerde teknoloji, yapay zeka ve bilgisayar programlarının etkilerinin önemli olduğu tespit edilmiştir.
“Endüstri 4.0'ın İnsan Kaynakları Planlaması Üzerine Etkileri”	“Canan Yılmaz ve Alptekin Erkollar”	2018	Nitel. Endüstri 4.0'ın insan kaynakları üzerindeki etkileri SWOT analizi ile gösterilmiştir.	Endüstri 4.0'ın insan kaynakları planlamasına dahil olmasıyla çalışanların hakları korunmakta ve çalışma koşulları iyileşmektedir. Ayrıca mühendislik ve bilişim gibi alanların da önemi artmaktadır.
“Konaklama İşletmelerinde Personel ve İnsan Kaynakları Yönetiminden, Sanayi 4.0'lı Yönetime”	“Erşan Yıldız ve Naci Atalay Davutoğlu”	2018	Nitel. Araştırmada; literatürden yararlanmak suretiyle İKY'nin dünü, bugünü ve geleceği araştırılmıştır.	Turizm sektöründe yaşanan dalgalanmalar, savaşlar, krizler, ekonomik ve siyasi gelişmeler, istikrarsızlık, personel sayısının azalması, eğitilmiş personelin sektör değiştirmesi gibi sebeplerden dolayı İK'nın fonksiyonlarını yerine getiremediği tespit edilmiştir. Ancak YZ ve robotik teknolojiler ile bu durumun önüne geçileceği öngörülmektedir.
“Endüstri 4.0'ın İnsan Kaynakları ve İnsan Kaynakları Yönetimine Etkisi”	“Nuray Demirkol ve Gizem Tis”	2018	Nitel. İK'nın geçmişten günümüze nasıl gelişme gösterdiği ele alınarak, Endüstri 4.0'ın yani 4.Sanayi Devriminin İKY üzerindeki etkileri tartışılmıştır.	Endüstri 4.0'ın yıkıcı etkilerine maruz kalmamak için harekete geçilmelidir. Endüstri 4.0'a uyum noktasında eğitim önemli bir husustur. Endüstri 4.0'ı uygulayan büyük şirketler İK'nın eğitim süreci açısından oldukça olumlu sonuçlar elde etmiştir.



“İnsan Kaynakları Bağlamında Endüstri 4.0: Bir Yazın Çalışması”	“Berrin Filizöz ve Ufuk Orhan”	2018	Nitel. Yazında Endüstri 4.0, insan ve hizmet kavramları ile ilgili literatür taraması yapılmıştır.	Endüstri 4.0 konusunun mühendislik, İKY 4.0 konusunun ise yetenek, insan kaynakları teknolojileri, pozisyonları ve yönetici yaklaşımları açısından önemli olduğu tespit edilmiştir.
“Endüstri 4.0’ın İnsan Kaynakları Yönetimine Etkileri”	“Süleyman Türkel ve Filiz Bozağaç”	2018	Nitel. Bu çalışmada İKY ve Endüstri 4.0 konuları ile Web of Science ve ULAKBİM veri tabanları kullanılarak literatür taraması yapılmıştır.	Çalışanlar, yeteneklerinin ön plana çıkacağı faaliyetlere yönelecektir. Aynı zamanda internet ağının, bilişim sistemlerinin gelişmesi ile sosyal ağlara bağımlı ve sosyal yönü zayıf çalışanların sayısının artacağı öngörülmektedir.
“Dördüncü Sanayi Devriminde İnsan Kaynakları Yönetiminin Artan Rolü ve Önemi”	“Aziz Muslu”	2017	Nitel. Dördüncü sanayi devriminde insan kaynakları ile ilgili literatür taraması yapılmıştır.	Dördüncü sanayi devrimi ile İK’nın aday bulma, eğitim, kariyer yönetimi gibi fonksiyonları daha farklı gerçekleşecektir. Nitelikli eğitilmiş işgücüne talep artacaktır. Esnek ve evden çalışma şekilleri de artacaktır.

#### **4. TARTIŞMA**

YZ; karmaşık işleri yapmada geri planda olsa da reklamcılık, sağlık hizmetleri, otomobil endüstrisi, sosyal medya ve pazarlamada oldukça yaygın biçimde kullanılmaktadır. İK alanında da giderek artan bir hızda kullanılmaya başlanmıştır. Algoritmalar, İK çalışanlarının yönetimi ile ilgili konularda oldukça az ilerleme kaydetmiştir. Çünkü İK olayları karmaşıktır. Algoritmaya ve veriye ihtiyaç duymaktadır. Algoritmaların oluşturulması nedensellikten ziyade ilişkiye dayandığından analiz için gerekli veri setlerinin oluşturulması gerekmektedir. Algoritma oluşturmak için İK süreçlerinin de biçimlenmesi gerekmektedir. YZ’yi kullanarak çalışana ait bilgilerin doğru tespit edilmesi için verilerin sınırlı olmaması gerekmektedir. İK yöneticileri de algoritmalarından daha düşük tahmin gücüne sahip olduklarını kabul etmeli, nedensel varsayımlar hakkında fikir birliği geliştirmeli ve veriye sahip olmanın önemini anlamalıdır. Bu çalışmada, İK yöneticilerinin insan ve YZ birlikteliğini sağlamaya çalıştıkları tespit edilmiştir.

Çalışanlar YZ’ye tepki gösterebilir. Ancak bu çalışma için yapılan literatür taraması neticesinde çalışanların büyük çoğunluğunun YZ’yi tehdit olarak algılamadığı belirlenmiştir. Hatta yakın gelecekte YZ’nin şirketlerin hem İK hem de diğer bölümlerinde kullanımının artması beklenmektedir. Ayrıca bu çalışmanın bulguları veriler yeterli olduğunda YZ’nin çalışanlarla ilgili doğru tahminler yapabileceği tespit edilmiştir. Örneğin; performans değerlendirme sürecinde YZ %96 doğrulukla çalışanların performansını tahmin edebilmektedir. Ücret yönetimi sürecinde de çalışanların maaşlarını doğru tespit edebilmektedir (Sindu, 2018; Goldfarb vd., 2020). İK fonksiyonlarına YZ dahil olduğunda İK çalışanlarının daha verimli çalıştığı bu çalışma için yapılan literatür taraması sonucunda ortaya çıkan bir diğer bulgudur. Tambe vd. (2018) de İK’da YZ kullanıldığında çalışanların verimliliklerinin artacağını vurgulayarak benzer sonuca ulaşmıştır.

Bu çalışmada “insan kaynakları yönetimi”, “yapay zeka”, “dijitalleşme” ve “endüstri 4.0” kavramları üzerine sistematik literatür çalışması yapılmıştır. Literatür taraması yapılırken Türkçe makalelerin araştırma kapsamına alınmasına özellikle dikkat edilmiştir. Uluslararası literatürdeki çalışmalar değerlendirmeye alınmamıştır. Çünkü Türk literatüründeki çalışmaların sayıca azlığına dikkat çekmek istenmiştir. Ayrıca bu çalışma ile insan kaynakları alanında yapay zeka kullanımının ulusal yazında ne kadar az çalışıldığı ve çalışılmaya ihtiyaç duyulduğu ortaya çıkarılmıştır. Sistematik literatür taraması yapılırken PRİSMA yönteminden faydalanılmıştır. Doküman incelemelerinin raporlanmasını standardize etmek için yöntemler geliştirilmiştir. PRİSMA en yaygın olanıdır. PRİSMA, derleme çalışmalarında araştırmacılara tarama kolaylığı sağlamaktadır. Okuyucuya bilgiye ulaşma imkanı sunmaktadır (Aşık ve Özen, 2019). Ayrıca bu yöntemde taranan veri tabanları, tarama sırasında kullanılan anahtar kelimeler ve taramanın sınırlandırılma özellikleri uygun şekilde açıklandığından çalışmada tercih edilmiştir. Başlangıçta araştırmanın kapsamını oluşturan “yapay zeka”, “dijitalleşme”, “endüstri 4.0”, “insan kaynakları yönetimi” kavramları ile veri tabanlarında tarama yapıldığında 78 adet makaleye ulaşılmıştır. Ardından araştırmanın kapsamını oluşturmayan ve birden fazla kez taranan makaleler elendiğinde 26 adet makale kalmıştır. Çalışma 26 adet makale üzerinden tamamlanmıştır.

## 5. SONUÇ

İçerik analizi olarak kurgulananbu araştırmanın amacı YZ ve İK konularında yapılan Türkçe çalışmaları ortaya koyarak farkındalık sağlamaktır. YZ kavramı ilk kez 1956'da Dartmouth Konferansı'nda tanıtılmış olsa bile, ulusal yazında İK alanında 2017'den bu yana çalışılmaktadır (Eğilmez, 2015). Dolayısıyla alan yazında yer alan çalışmalar, çalışana ve hizmet sektörüne odaklanmaktadır. YZ'nin sağlayacağı zaman ve maliyet tasarrufu gibi yararlar ancak çalışanların verimli ve etkili karar vermesi sonucunda ortaya çıkabilmektedir. Merkezde insanın olduğu, teknolojilerin kontrol işlevinin ötesinde kullanıldığı ve bütüncül bir İK anlayışı ile harmanlanan sistemler uzun soluklu olabilmektedir.

YZ'nin İK bölümündeki değişim hızına adapte olabilmek için eğitim ve öğrenme temelli yolların takip edilmesi gerekmektedir. Bu bakımdan izlemenin, okumanın, yorumlamanın ve uygulamaya koymanın önemli yollar olduğu düşünülmektedir. YZ'ye geçiş ile teknolojileri öğrenmek kadar öğretmenin de önemi ortaya çıkmaktadır. İK yöneticileri YZ teknolojilerini kullanmayı hem öğrenmeli hem de onları çalışanlarına öğretmelidir. Ancak bu durum ciddi bir tasarım ve teknolojik yetkinlik gerektirebilmektedir.

Dönüşümle birlikte bir diğer farklılık performans değerlendirme YZ mantığına göre ele alınmasıdır. Çalışan performansını otomatik olarak belirleyen sistemler kullanılmalıdır. Böylece çalışana, performansına göre değerlendirme yapıldığı mesajı verilebilir. Motivasyon sağlanabilir. Çünkü gerçek zamanlı performans değerlendirmesi yapılabilir. Ayrıca YZ, sosyal açıdan çalışanların yaratıcı ve yeteneklerini ön plana çıkarabilecekleri faaliyetlere yönelmelerini sağlayabilmektedir. Çalışanlar YZ ve robotik sistemlerin gerçekleştirebileceği rutin işlerden ziyade yetenek ve yaratıcılık gerektiren, teknolojinin yapamayacağı faaliyetlere yönelebilir. Her ne kadar çalışanların yaratıcı yönlerinin gelişeceği öngörülse de, diğer yandan internet ağı, bilişim sistemlerinin gelişmesi, sosyal ağların yaygınlaşması ile sosyal yönü zayıf çalışanlar artabilir.

Teknolojinin gelişmesi ile İK'nın işe alım, eğitim, performans değerlendirme, kariyer ve ücret yönetimi süreçlerinde YZ kullanılmaya başlanmıştır. Bu çalışma ile YZ'nin İK açısından önemi ve İK'ya sağladığı yararlar ortaya çıkarılmıştır. Ayrıca gelecekte YZ'nin İK'daki yeri vurgulanmıştır. Çünkü YZ üzerine gelişmeler arttıkça, İK bölümünde değişim gereksinim haline gelecektir. Bu nedenle, işletmelerin mihenk taşlarını oluşturan İK'nın başarısı bu gelişmelere uyum sağlamasına bağlıdır. İK bölümünün dijital devrime yönelmesiyle büyük veri analizi, YZ, bulut bilişimi vb. kullanarak kaynaklarını basitleştirmektedir. Çoğu işletmeler sohbet botu, makine öğrenmesi ve robot işlem otomasyonlarını kullanmaktadır. Bu çalışmada organizasyonların hangi YZ teknolojilerini kullandığı örneklerle açıklanmıştır. Bu bilgilerin literatüre katkı sunacağı düşünülmektedir. Ayrıca yapılan sistematik literatür taraması sonucunda İK bölümünde YZ kullanımının çalışanlar üzerindeki iş yükünü azalttığı, iş için doğru adayın seçildiği, işyerinde çalışanların performanslarının doğru ölçüldüğü tespit edilmiştir. Bunlara ek olarak YZ hata olasılığının ve önyargıların azalmasına, iş akışının korunmasına ve çalışanların katılımının sağlanmasına yardımcı olmaktadır. Bulunan bu sonuçların da İK bölümüne katkıda bulunması beklenmektedir. İncelenen 26 adet makalenin sonucunda nitel çalışmaların çoğunlukta olduğu belirlenmiştir. Benzer konular ile nicel çalışmaların da yapılması önerilmektedir. Çünkü literatürde boşluk bulunmaktadır.

Türkiye'de İK alanında YZ konusu, uluslararası literatüre kıyasla oldukça bakirdir. Bu durumun konunun yeni olmasıyla ilgili olduğu düşünülmektedir. Filizöz ve Orhan (2018)'a göre bu durumun altında yatan temel sebep "tarım, sanayi ve bilgi toplumu şeklinde seyreden evrimsel sürecin sağlıklı yönetilemediği toplumdur". Gelecekte İK fonksiyonları ve yönetim tarzları ile YZ, teknoloji arasındaki ilişkileri ortaya koyan çalışmaların yapılması önerilmektedir. Böylece ilgili sektörlerde YZ'nin sadece teknolojik yönü bulunmadığının mesajı verilebilir. Son olarak bu araştırma literatür taraması ile gerçekleştirilmiştir, ampirik bir çalışma yapılmamıştır. Bu da çalışmanın en önemli kısıtını oluşturmaktadır.

## KAYNAKÇA

- Akduman, G. (2019). Dijital işe alım: Dijital dünyanın insan kaynakları işe alım fonksiyonuna etkisinin kavramsal ve uygulama örnekleriyle değerlendirilmesi. *International Journal of Arts and Social Studies*, 2(3), ss. 24-44.
- Aksu, S. G., ve Sürgevil, O. (2019). Dijital çağın yetkinlikleri: Çalışanlar, insan kaynakları uzmanları ve yöneticiler çerçevesinden bakış. *Dijital Çağda İşletmecilik Dergisi*, 2(2), ss. 54-68.
- Aşık Z, ve Özen M. (2019). Meta-Analiz basamakları ve raporlanması. *Turkish Journal of Family Medicine and Primary Care (TJFMPC)*, 13(2), ss. 232-240.
- Bal, M., Bal, Y. ve Bozkurt, S.(2019).“İnsan Kaynakları Yönetiminde Etkin Bir İşe Alım Süreci için Yapay Zeka Yöntemlerinin Kullanım”, 3. *Uluslararası Avrasya Sosyal Bilimler Kongresi*, Muğla 18 Nisan 2019.
- Başaran, A. (2020). “Dördüncü Sanayi Devrimi (Endüstri 4.0) ve İnsan Kaynakları Yönetimi”, *KüreselDönüşümler ve Farklılaşmalar Kongresi 2 : Dijitalleşme ve Dijital Toplumun Geleceği*, Antalya 12 – 14 Mart 2020.
- Bayarçelik, E. B. (2020). Dijital dönüşümün insan kaynakları yönetimi üzerine etkileri, *Dijital Dönüşüm ve Süreçler*, ss. 59-76.
- Bersin, J. (2017). Navigating the future of work, *Deloitte Review*, 21(8), ss. 27-46.
- Calp, M.H. ve Doğan, A.(2019). İnsan kaynakları yönetiminde dijital dönüşüm, *UBAK Uluslararası Bilimler Akademisi*, ss. 387-400.
- Caymaz, E., Erenel, F. ve Umut, B. (2020). Robotik çağda silahlı kuvvetlerde insan kaynakları yönetimi, *New World Architecture of Economy and Security*, 145-151.
- Çiftçioğlu, B. A., Mutlu, M., ve Katircioğlu, S. (2019). Endüstri 4.0 ve insan kaynakları yönetimi ilişkisi, *Bandırma Onyediy Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 2(1), ss. 31-53.
- Demir, K. (2019). İnsan kaynaklarında yapay zeka kullanımı, *Akıllı İşler Dergisi*. Elde edilme tarihi: 28 Ocak 2021, <https://www.sektorumdergisi.com/insan-kaynaklarinda-yapay-zeka-kullanimi/>
- Demiral, G. (2020). Endüstri 4.0'ın insankaynaklarıyönelik etkileri: teknolojik değişim farkındalığı üzerine bir araştırma. *EKEV Akademi Dergisi*, 23(80), ss. 191-208.
- Demirkol, N. ve Tis, G.(2018). “Endüstri 4.0'ın İnsan Kaynakları ve İnsan Kaynakları Yönetimine Etkisi”, *IV. International Caucasus-Central Asia Foreign Trade and Logistics Congress*, Aydın 7-8 Eylül 2018.
- Eğilmez, E. (2015). *The Role of Episodic Memory in Artificial Intelligence* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi).Orta Doğu Teknik Üniversitesi.
- Ergen, S. (2020). Cloud system in digital human resources management in Turkey. *Security and Defence Quarterly*, 29(2), ss. 97-107.
- Filizöz, B., ve Orhan, U. (2018). İnsan kaynakları yönetimi bağlamında endüstri 4.0: bir yazın çalışması. *Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 19(2), ss. 110-117.
- Goldfarb, A., Taska, B. ve Teodoridis, F. (2020). Artificial intelligence in health care? Evidence from online job postings. In *AEA Papers and Proceedings*, 110 (11), ss. 400-404
- Göçoğlu, V., ve Kurt, İ. D. (2018). kamu kurumlarında insan kaynakları yönetimi ve teknoloji: gelecek odaklı bir değerlendirme. *Uluslararası Yönetim Akademisi Dergisi*, 1(3), ss. 357-367.
- Göktaş, P., ve Baysal, H. (2018). Türkiye’de dijital insan kaynakları yönetiminde bulut bilişim. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 23(4), ss. 1409-1424.
- Grefe, G., ve Peyrat-Guillard, D. (2020). *Shapes of Tourism Employment: HRM in the Worlds of Hotels and Air Transport*. John Wiley & Sons.
- Gür, Y. E., Ayden, C. ve Yücel, A. (2019). Yapay zekâ alanındaki gelişmelerin insan kaynakları yönetimine etkisi. *Fırat Üniversitesi Uluslararası İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 3(2), ss. 137-158.
- HR.com (2019). AI, Disruption and Innovation 2019 Research. Elde edilme tarihi: 28 Ocak 2021, [https://www.hr.com/en/resources/free\\_research\\_white\\_papers/hrcom-ai-disruption-and-innovation-2019-research\\_k3rjxae.html](https://www.hr.com/en/resources/free_research_white_papers/hrcom-ai-disruption-and-innovation-2019-research_k3rjxae.html)
- Kambur, E. (2020). *Yapay Zekanın İnsan Kaynakları Süreçlerinde Yaratabileceği Değişiklikler ve Algılanma Düzeyleri*. (Yayınlanmamış Doktora tezi). Bandırma Onyediy Eylül Üniversitesi.

- Kapoor, S. (2020). HR trends in the era of artificial intelligence. *Transforming Management Using Artificial Intelligence Techniques*, 51-61.
- Kirilmaz, S. K. (2020). İnsan kaynakları yönetiminde yaşanan dijital dönüşüm: işletmelerin dijital iky uygulamalarının araştırılması. *Research Journal of Business and Management*, 7(3), ss. 188-200.
- Laha, A. K. (2019). 5 data-driven HR hiring and recruitment trends for 2019. Elde edilme tarihi: 28 Ocak 2021, <https://www.peoplesmatters.in/amp-trends-5-datadrivenhr-hiring-recruitment-trends-for-2019-21301>
- Mathur, N. (2019). How HR leverages artificial intelligence, analytics to recruit, retain, reward. Elde edilme tarihi:28 Ocak 2021, <https://www.livemint.com/technology/technews/how-hr-leverages-artificial-intelligence-analytics-to-recruit-retrain-reward/amp1554058741437.html>.
- Meister, J. (2019). Ten HR trends in the age of artificial intelligence. *Forbes Magazine*, 1(8), ss. 1-13.
- Min, J. (2017). Ten ways HR tech leaders can make the most of artificial intelligence, Personnel Today, Elde edilme tarihi: 28 Ocak 2021, <https://www.personneltoday.com/hr/ten-ways-hr-tech-leaders-can-make-artificial-intelligence/>
- Moher, D., Liberati, A., Tetzlaff, J., Altman, D. G. ve Prisma Group. (2009). Reprint—preferred reporting items for systematic reviews and meta-analyses: the PRISMA statement. *Physical therapy*, 89(9), 873-880.
- Muslu, A.(2017). “Dördüncü Sanayi Devriminde İnsan Kaynakları Yönetiminin Artan Rolü ve Önemi”, III. *Uluslararası Girişimcilik, İstihdam ve Kariyer Kongresi*, Muğla 12-15 Ekim 2018.
- Nuri, A. (2019). Endüstri 4, 0’da insan kaynakları yönetiminin geleceği: insan kaynakları profesyonellerinin algı ve beklentileri üzerine bir araştırma. *Vankulu Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 3(3), ss. 89-109.
- Parsehyan, B.G. (2020). İnsan kaynakları yönetiminde dijital dönüşüm: İK 4.0. *Turkish Studies*, 15(2), ss. 211-224.
- ServiceNow (2017). Predictive Intelligence. Elde edilme tarihi: 28 Ocak 2021, <https://www.servicenow.com/products/predictive-intelligence.html>
- Shanmugam, S. (2015). Model employee appraisal system with artificial intelligence capabilities, *Journal of Cases on Information Technology*, 17(39), ss. 30-40.
- Sindu, M. (2018). Artificial intelligence vs. human resource practices in banking sector, *International Journal of Social Science and Economic Research*, 3(9), ss. 5253-5258.
- Sierre-Cedar (2018-2019). Be Counted in the Sierre-Cedar 2018-2019 HR Systems Survey, 21<sup>st</sup> Annual Edition, Elde edilme tarihi: 27 Ocak 2021, <https://www.sierra-cedar.com/2018/04/17/be-counted-in-the-sierra-cedar-2018-2019-hr-systems-survey-21st-annual-edition/>
- Stacey Harris, E. S. (2018-19). Sierra-Cedar 2018–2019 HR Systems Survey, White Paper, 21st Annual Edition. Sierra Cedar.
- Sumser, J. (2019). *Into The Maze: An Introduction to Intelligent Tools in HRTechnology*, HREXAMINER Press, The USA.
- Şekeroğlu, S. ve Özer, K. (2019). İnsan Kaynakları Yönetiminde Teknoloji ve Yapay Zekanın Etkisi, ss. 185-192.
- Şendoğdu, A. A. (2020). Endüstri 4.0 devriminde robotik kaynaklar yönetimi bağlamında insan kaynakları yönetiminde yeni açılımların kaçınılmazlığı. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 34(1), ss. 141-161.
- Tambe, P., Cappelli, P., ve Yakubovich, V. (2019). Artificial intelligence in human resources management: Challenges and a path forward. *California Management Review*, 61(4), 15-42.
- Türkel, S., ve Arıkan, Ö. U. (2020). Stratejik insan kaynakları yönetimi ve endüstri 4.0’ın kesişen ekosistemi. *Toros Üniversitesi İİSBF Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(12), ss. 115-139.
- Türkel, S., ve Bozagaç, F. (2018). Endüstri 4.0’in insan kaynakları yönetimine etkileri. *Toros Üniversitesi İİSBF Sosyal Bilimler Dergisi*, 5(9), ss. 419-441.
- Uğur, A. ve Güner, A. (2020). Dijital İnsan Kaynakları Yönetimi Uygulamaları ve Karşılaşılan Problemler, Seçme Yazıları, ss. 31-41.

Yıldız, E. ve Davutoğlu, N.A.(2018). “Konaklama İşletmelerinde Personel ve İnsan Kaynakları Yönetiminden Sanayi 4.0’lı Yönetime”, *2nd International Symposium on Innovative Approaches in Scientific Studies*, Samsun30 Kasım-2 Aralık 2018.

Yılmaz, C. ve Erkollar, A.(2018). “Endüstri 4.0’ın İnsan Kaynakları Planlaması Üzerine Etkileri”, *5th International Management Information Systems Conference*, Ankara 24-26 Ekim 2018.

Zeng, H.(2020). Adaptability of artificial intelligence in human resources management in this era, *International Journal of Science*, 7(1), ss. 271-276.

#### **Beyan ve Açıklamalar (Disclosure Statements)**

1. Bu çalışmanın yazarları, araştırma ve yayın etiği ilkelerine uyduklarını kabul etmektedirler (The authors of this article confirm that their work complies with the principles of research and publication ethics).

2. Yazarlar tarafından herhangi bir çıkar çatışması beyan edilmemiştir (No potential conflict of interest was reported by the authors).

3. Bu çalışma, intihal tarama programı kullanılarak intihal taramasından geçirilmiştir (This article was screened for potential plagiarism using a plagiarism screening program).



Article Info/Makale Bilgisi

✓Received/Geliş:24.07.2021 ✓Accepted/Kabul:01.09.2021

DOI:10.30794/pausbed.974110

Araştırma Makalesi/ Research Article

Temel, E. (2022). "Devlet Adamı Olarak Valide Sultanlar (XVI.-XIX. Yüzyıllar Arası)", *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı 48, Denizli, ss. 153-169.

## DEVLET ADAMI OLARAK VALİDE SULTANLAR (XVI.-XIX. YÜZYILLAR ARASI)

Eşref TEMEL\*

### Öz

Osmanlı Devleti'nde XVI. yüzyılın sonlarından itibaren; idari, mali ve askeri alanda önemli gelişmeler olmuştur. Bu dönemde padişahın; annesi olan valide sultana, hanımlarına ve kızlarına paşmaklık adı altında bazı haslar verilmiştir. Bu çalışmada valide sultanın, bu verilenler karşılığında, sorumluluk üstlenip üstlenmediği tartışılmıştır. Ayrıca valide sultanın, haslarla idarecilik ilintisi bağlamında, devlet nezdinde idareci olup olmadığına yanıt aranmıştır. Kapsam, XVII. yüzyılın sonlarından XIX. yüzyılın ortalarına kadar valide sultanlara tahsis edilen haslar olarak belirlenmiştir. Osmanlı arşivi, Osmanlı kronikleri ve konuya dair literatür taranmıştır. Valide sultanların idari sorumluluk taşıdığı sonucuna varılmıştır. Mali olarak, başlangıçta kısmen sorumlu oldukları, XVII. yüzyılın ortalarından itibaren yıllık düzenli olarak vergi ödemeye başladıkları, XVII. yüzyılın sonundan itibaren ise yükümlülüklerinin arttığı anlaşılmıştır. Onların asker yetiştirme görevinin olmadığı buna karşılık fakirleri korumak ve vakıflar kanalıyla memleketi imar etmeleri gerektiği söylenebilir. Ayrıca mevcut bilgilerden hareketle devlet nazarında bütün sorumluluklarını yerine getiren valide sultanların sadrazam veya vezir gibi devlet adamı görüldüğü iddia edilebilir.

**Anahtar Kelimeler:** *Osmanlı Devleti, Has, Paşmaklık, Vakıf.*

## VALIDE SULTANS AS STATEMANS (THE PERIOD OF 16TH-19TH CENTURY)

### Abstract

From the end of the 16th century in the Ottoman Empire; There have been important developments in the administrative, financial and military fields. During this period, the sultan; Valide Sultan, her mother, and her wives and daughters were given some "has" under the name of paşmaklık. In this study, it has been discussed whether the valide sultan assumed responsibility for what was given. In addition, an answer has been sought whether the valide sultan is an administrator in the state in terms of the relationship between has and administration. The scope was determined as has allocated to valide sultans from the end of the 16th century to the middle of the 19th century. Ottoman archives, Ottoman chronicles and literature on the subject were examined. It was concluded that the valide sultans had administrative responsibilities. It has been understood that they were partially responsible financially at the beginning, they started to pay taxes regularly from the middle of the 17th century, and their liabilities increased from the end of the 17th century. It can be said that the Valide Sultans do not have the duty to train soldiers, but they should protect the poor and develop the country through foundations. In addition, based on the available information, it can be claimed that the valide sultans, who fulfill all their responsibilities in the eyes of the state, are seen as statesmen such as grand vizier or vizier.

**Keywords:** *Ottoman State, Has, Paşmaklık, Waqf.*

\*Dr. Öğr. Üyesi, Artvin Çoruh Üniversitesi, Fen Edebiyat Fakültesi, Tarih Bölümü, ARTVIN.  
e-posta:srftml@artvin.edu.tr, (<https://orcid.org/0000-0001-7411-4922>)



## GİRİŞ

Osmanlı Devleti'nde valide sultanlar, tahttaki padişahın annesi olması hasebiyle, önemli bir yere sahip olmuştur. Oğulları iktidarda olduğu müddetçe de bu yeri korumuşlardır. Padişah anneleri için "valide sultan", "ruma-i pâdişâh", "vâlide-i sa'âdetpenâh" ve yaygın olarak da "mehd-i 'ulyâ" veya "mehd-i 'ulyâ-yı saltanat" tabirleri kullanılmıştır. Valide sultan teriminin "vâlide-i sultân" yani "sultanın annesi" tamlamasındaki izafet -i'sinin düşmesiyle oluştuğu anlaşılmaktadır (Akyıldız, 2017: 41-47; Deny, 1986: 178-187). Ayrıca Kösem Sultan için "ümmü'l-mü'minîn", Pertevniyal Sultan için "ümmü'l-cihân" sıfatları kullanılmıştır (Akyıldız, 2017: 103-105). Anılan tabirlerin yanında, "vâlide-i muharreme" (D.HSK.d, 25840, s. 1.), "Seyyidetü'l-muhadderât ekîletü'l-muhassenât tâcü'l-mestûrât zâtü'l-'ulyâ ve's-sa'dât ..." (KK.d, 3114, s. 1.) gibi sıfatlar ve "dâmet 'ismetühâ" (C.SM, 3502, s.1.) dua cümlecği ile de karşılaşılmıştır.

Valide sultanlar haremın en büyük amiriydi. Onların devlet idaresinde de mühim yeri vardı. Zira Osmanlı hanesi büyüdükçe haremının iktidar yapısı daha belirgin bir hal almıştır. Valide sultanlar haremde sadece diğer kadınlar üzerinde değil, aynı zamanda ailenin genç erkekleri üzerinde de otorite kurmuştur. Çünkü harem aynı zamanda erkeklerin özel hayatlarının mekânı olmuştur (Peirce, 2000: 6). Valide sultanın ön plana çıkması, Hürrem Sultan ile birlikte padişah haremının Topkapı Sarayı'na taşınmasıyla başladığı söylenebilir (Akyıldız, 2012: 494-495). Zira XVI. yüzyılın sonunda Osmanlı Devleti'nde görülen idari, mali değişim paralelinde sarayın hükümet merkezi olarak önemi artmıştır. Bu durum kadınların hem padişaha fiziki olarak daha yakın olmalarını sağlamış hem de nüfuzlarını artırmak için, daha çok fırsat yaratmıştır (Peirce, 2000: IX). Ardından XVI. yüzyılın sonlarında taht mücadelelerinden dolayı sancağa çıkma usulünün terkedilip yerine kafes sisteminin getirilmesiyle valide sultanların siyasi nüfuzları daha da artmıştır (İnalçık, 2003: 104; Akyıldız, 2012: 495). Bunlara bir de veraset usulündeki değişiklik ve bunun doğal sonucu olarak kardeş katlinin ortadan kalkışını eklemek mümkündür (Peirce, 2000: 146-147). Çünkü bu değişikliğe istinaden XVII. yüzyılın başlarında çocuk yaşta tahta geçen padişahlar döneminde valide sultanlar, ister istemez, bir nevi saltanat naibesi olarak devlet yönetiminde söz sahibi olmuşlardır. Zira zihinsel algıları yetersiz I. Mustafa'nın ismi bilinmeyen annesi, 11 yaşında tahta oturan IV. Murad ile akli yetenekleri zayıf olan Sultan İbrahim'in annesi Kösem Sultan ve 6,5 yaşında tahta geçen IV. Mehmed'in annesi Hatice Turhan Sultan, bu görevi üstlenerek devlet işlerinin aksamadan yürütülmesini sağlamıştır (Akyıldız, 2018: 18-19). Bu bağlamda valide sultanların siyasi nüfuzlarını etkili bir biçimde kullanma sürecinin Nurbanu ve Safiye Sultanlarla başladığı, Kösem Sultan ve Hatice Turhan Sultan ile de en üst seviye çıktığı söylenebilir. Ancak Hatice Turhan Sultan, yetkilerini Köprülü Mehmed Paşa'ya devretmiştir. Böylece valide sultanların oğullarına nâibelik yapma dönemi sona ermiştir. Daha sonra Gülnuş Emetullah Sultan, politik bir güç sağlamak istese de başarılı olamamıştır. Diğerlerinin de ya bu tür bir girişimi olmamış ya da müdahale etmek isteyenlere izin verilmemiştir (Akyıldız, 2012: 496-497). Diğer taraftan yaşanan bu süreç, validelerin sistem içerisindeki konumunu kamuoyu tarafından benimsenmesini sağlamıştır (Akyıldız, 2018: 22).

Osmanlı, yönetenler (askeri) ve idare edilenler (reaya) şeklinde iki gruptan oluşmuştur. Askeriler de üstlendikleri sorumluluklar açısından seyfiye, ilmiye ve kalemiye şeklinde üçe ayrılmıştır. Ehl-i örf yani seyfiye ricali; sadrazam, vezir, vali, mutasarrıf, sancak beyi, mütesellim, voyvoda, alay beyi, subaşı, sipahi, gibi kamu görevlilerinden oluşmuştur (İpşirli, 1995: 519-520; İpşirli, 2008: 415). Ehl-i şer' de denilen ilmiye ricali ise şeyhülislam, kazasker, nakibüleşraf, kadı, naip, müderris gibi eğitim ve din hizmetlerinde görevlendirilen ulema zümresinden mürekkepti (İpşirli, 2000: 141). Bürokratik işlerle ilgilenen kalemiye erbabı da divan-ı hümayun, hazine ve defterhane görevlilerinden müteşekkildi. Seyfiye ve ilmiye mensupları hem merkezde hem de taşrada görev alırken kalemiye ricali ise genelde İstanbul'da bulunurdu (İpşirli, 2001: 248-249).

Valide sultanlar başta olmak üzere padişahın hanımları ve kızları da yukarıda anılan yönetici grubu arasında yer aldığı anlaşılmaktadır. Bunun en önemli işareti, söz konusu dönemde anılan hanımlara "paşmaklık" (İpşirli, 2007: 187) adı altında has geliri tahsis edilmeye başlanması olabilir. Zira bilindiği gibi Osmanlı Devleti, genel anlamda askerilere miri araziden has, zeamet ve timar şeklinde tahsiste bulunmuş, bunun karşılığında da verilen toprakların büyüklüğü nispetinde onlara idari, mali, askeri sorumluluklar yüklemiştir (İnalçık, 2012: 168-173). İşte haslar da gerek merkezde gerekse taşradaki elit devlet adamlarına görevde kaldıkları sürece tasarruf etmeleri için verilmiştir (Sofyalı Ali Çavuş, 1992: 45-78; Akgündüz, 1992: 474-484; Orhonlu ve Göyünc, 1997: 268). Burada

padişah hariç tutulacak olursa hanedan üyesi hanımlarla devletin bütün işlerini gören yüksek dereceli görevlilere, bazı farklarla, aynı türden haslar tahsis edilmiştir. Bu durumu da yönetimin, XVI. yüzyılın sonlarından itibaren, hanedan üyesi kadınları özellikle de valide sultanı tam bir devlet görevlisi olarak gördüğü şeklinde yorumlamak mümkündür. Şayet devlet, bu kadınları yönetici olarak görüyor idiye onlara bir takım idari, mali ve askeri görevler de yüklemiş olmalıdır. Bunun için de öncelikle has sahipliği ile yüksek dereceli devlet memuru olmak arasında ilişkiyi açıklamak gerekir.

### **1. OSMANLI DEVLETİ'NDE HASLAR**

Osmanlı Devleti'nde miri arazi 22 şekilde tasarruf edilmiştir. Bunlardan biri olan haslar; padişah hasları, hanedan üyesi hanımlara "paşmaklık" adıyla tahsis edilenler, vezirlerle diğer yüksek devlet memurlarına verilenler (havass-ı vüzerâ, havass-ı ümera), tekaüt ve arpalık hasları olmak üzere beş gruba ayrılmıştır. Padişah hasları ve paşmaklıklar dışındaki haslar, göreve tahsis edilmiştir. Bundan dolayı görevden ayrılan kişinin hasları, yerine gelene devredilmiştir. Paşmaklıklar ise bir padişah tahtta bulunduğu sürece tasarruf edilmiştir. Padişah değiştiğinde paşmaklıkların dağıtımında da değişiklikler olmuştur. Paşmaklıklar, hanedan mensubu kadınların elinden bir şekilde çıksa, önce havass-ı hümayuna ilhak edilmiş, ardından bunu hak eden başka bir kadına verilmiştir (Sofyalı Ali Çavuş, 1992: 45-78; Akgündüz, 1992: 474-484; Orhonlu ve Göyünç, 1997: 268). Bu çerçevede paşmaklık haslarını padişah hası olarak görmek mümkündür. Bununla birlikte padişah hasları arasında XVI. yüzyılın sonlarına kadar sancağa çıkan şehzadelere verilen haslar da ilave edilmelidir (Eroğlu, 2010: 480-481).

Padişah hasları, havass-ı hümayun, şehirlerde alınan bir kısım vergilerden, mukataa gelirlerinden, birçok köyün, mezraanın hasıllarından, bac-ı ubur, adet-i ağnam, gümrük, cizye ve cemaat gelirlerinden oluşurdu. XVI. yüzyılın başlarında devlet gelirlerinin yaklaşık % 50'si padişah hasları oluşturmaktaydı. Bu has gelirlerinin yaklaşık % 20'si mahallindeki hizmetler için harcanmış, kalanı da Hazine-i Amireye aktarılmıştır. XVII. yüzyılın sonlarında ise devlet gelirlerinin hemen hemen % 75'i; has, timar veya vakıf olarak hizmet sahiplerine dağıtılmıştır. Padişah haslarının gelirleriyle kale muhafızlarının ve mahalli askerlerin maaşları ödenmiştir (Orhonlu ve Göyünç, 1997: 268). Paşmaklık hasları da bir nevi padişah hası sayıldığı için geliri belirtilen vergi kaynaklarından oluşurdu. Ancak bunların hesapları hazine-i amireninkilerden ayrı tutulurdu (Akyıldız, 2012: 495). Hanedan mensuplarına ve vezirlere tahsis edilen bu hasların, gelir ve giderleri ile satış ve görevlendirme işleri, hayatta oldukları süre içerisinde, doğrudan anılan kişiler tarafından yapıldı (MAD.d, 22249, s. 239; Hezârfen Hüseyin Efendi, 1998: 104). Bununla birlikte bu haslar, yine Hazine-i Amireye bağlı Haremeyn Muhasebesi Kalemi tarafından denetlenirdi (Çakır, 2003: 95-97).

Havass-ı vüzerâ, genel anlamda merkezde görev yapan yüksek rütbeli devlet memurları için tahsis edilmiştir. Bu bağlamda arpalık ve tekaüt hasları da miri arazinin tasarruf edilme biçimleri arasında olup vüzerâ hasları içinde değerlendirilebilir (Akgündüz, 1992: 474-484). Bilindiği gibi arpalık, devlet memurlarına hizmette buldukları sürece maaşlarına ilaveten, görevden ayrıldıktan sonra ise bir nevi emekli maaşı olarak tahsis edilirdi (Baltacı, 1991: 392-393). Tekaüt haslarının da özellikle sadrazam gibi yüksek dereceli devlet memurlarına emekli olduklarında verildiği anlaşılmaktadır (İpşirli, 2011: 340-341). Örneğin 1661 tarihinde vüzerâ hasları, tekaüt ve arpalıktan faydalananlar ve gelirleri şöyle idi. En yüksek miktar sadrazamın 7.769.000 akçe olmak üzere, kaptan-ı deryanın Vezir Yusuf Paşa'nın, Ankebut Vezir Ahmet Paşa'nın, Vezir Çil Ahmet Paşa'nın, Asitane Kaymakamı Vezir İbrahim Paşa'nın, emekli sadrazamın, tevkiinin, emekli defterdarın, emekli hasodabaşının, sertabbahinin, merhum sadrazam vakfının, Yanbolu'da sakin hanzadegan arpalığının, zeamet olarak Hasha-yı Tamga-yı Yenişehir'in ve Gazi Giray'ın oğlu İnyet Giray'a zeamet olarak verilen Paşa Sancağı'ndaki Köylüoğlu ve diğer hasların toplam geliri 25.203.017 akçe olmuştur (MAD.d, 22249, s. 237-239).

Paşmaklıklardan 1661'te Hatice Turhan Valide Sultan 12.000.000 akçe olmak üzere, Fatma Sultan, Safiyye Sultan, Gevherhan Sultan, Fatma Sultan, Ayşe Sultan, Rukiyye Sultan, Beyhan Sultan ve Ayşe Sultan toplam 23.850.333 akçe gelir elde etmiştir. Buna göre bütün hasların geliri 49.053.350 akçe olmuştur. Yukarıda değinildiği gibi bu hasların satış ve tevcih işlemleri anılan kişiler tarafından yapılmıştır (Hezârfen Hüseyin Efendi, 1998: 102-104). Görünen o ki, valide sultanlar, mü'minlerin annesi sıfatıyla padişah hariç, bütün hanedan üyeleri ve yönetici gruplar içinde en yüksek has gelirine sahip olmuştur (MAD.d, 19098, s. 1-11; Deny, 1986: 178-187).

Havass-ı ümera ise genel anlamda taşrada görev yapan beylerbeyi veya sancakbeylerine tahsis edilen hasları ifade etmektedir. Zira eyaletler has ve salyaneli olarak iki grupta toplanmıştır. Rumeli, Anadolu, Karaman, Diyarbakir, Şam, Sivas, Erzurum, Van, Budin, Cezayir, Halep, Maraş, Kıbrıs, Girit, Bosna, Tamişvar, Trablusşam, Trabzon, Kefe, Rakka, Şehr-i Zul, Çıldır, Kars ve Musul gibi eyaletler hasla idare edilmiştir. Bu eyaletlerden hangisi önce fethedilmişse protokolde o eyalet üstte kabul edilmiş ve has geliri daha fazla olmuştur. Bu çerçevede Rumeli eyaleti ilk önce fethedildiği için beylerbeyilik hasları 1.100.000 akçe ile diğerlerinden daha fazla gelire sahip olmuştur. Yine aynı şekilde Rumeli eyaletine bağlı Mora sancakbeyi de 500.000 akçe ile diğer sancakbeylerinin önüne geçmiştir (Hezârfen Hüseyin Efendi, 1998: 114-116).

Şimdi de bu hasların anılan kişilere hangi hizmetler karşılığında verildiği konusuna açıklık getirmek gerekir. Devlet, genelde miri arazinin vergi gelirini tasarruf edenler özelde de merkez ve taşradaki her sınıftan idarecilerine sefere katılmak, sefere asker yollamak, görev yerinde bulunmak, yol ve yolcu güvenliğini sağlamak gibi güvenlikle ilgili sorumluluklar yanında fakirleri korumak ve memleketi imar etmek gibi görevler de yüklemiştir (Temel, 2017: 133)<sup>1</sup>. Hatta toplumsal yönü olan görevlerin yapılmasını devlet politikası haline getirmeye çalışmıştır (Barkan, 1942: 279-387; A.DVNSMHH.d, 21, hn 44)<sup>2</sup>. Ancak devletin içinde bulunduğu şartlar, güvenliğin daima ön planda tutulmasını gerekli kılmıştır. Bu bakımdan merkez ve taşradaki yöneticilerden sosyal faaliyetlerden daha çok askeri hizmetleri incelemesi beklenmiştir. Örneğin vüzerâ haslarına sahip olan yöneticiler, sefere bizzat gitmesi şart olmasa da cebelü göndermiştir (Sevinç, 2010: 118).<sup>3</sup> Ümera haslarından gelir elde edenler ise kapısındaki cebelülerle birlikte eyaletteki diğer askerlerin başında bizzat sefere iştirak etmiştir. Ayrıca bu valiler eyaletlerinde güvenliği sağlayarak (HAT, 32869, s.1), eşkıyalarla mücadele ederek (Sak, 2006: 610) başka askeri hizmetler de yapmıştır.

Ama padişah hariç tutulacak olursa paşmaklık sahibi hanedan üyesi kadınlar, söz konusu askeri hizmetleri yerine getirmemiştir (Sofyalı Ali Çavuş, 1992: 45-78; Akgündüz, 1992: 474-484). Ancak valide sultanlar, herhangi bir sorumluluğu olmasa da bazı durumlarda kendi istekleriyle devlete yardım etmişlerdir. Örneğin Hatice Turhan Valide Sultan, 1650'li yılların sonunda Çanakkale Boğazı'ndaki Boğazhisarı'nda askeri nitelikli kale inşa ettirmiştir (MAD.d, 1372, s.1-19; Karaca, 2012: 425). 1790'da Mihrişah Valide Sultan tarafından İsmail'e gönderilmek üzere 500 nefer teçhiz edilmiştir (C.AS, 17099, s.1). Yine Mihrişah Valide Sultan 1799'da Akka Savaşı için devlete 100.000 kuruş ihşanda bulunmuştur (AE.SSLM.III, 23931, s.2). Padişahın mü'minlerin emiri sıfatı, valide sultanın da mü'minlerin annesi vasfı öne çıkmıştır. Öyle anlaşılıyor ki devlet, tasarruf ettikleri haslar karşılığında bir vezirini ya da beylerbeyini mü'minleri askeri anlamda korumakla sorumlu tutarken, bütün hanedan mensuplarını da fukaraya yardım ve memleketi imar etmekle görevlendirmiştir (Örenç, 2012: 89-109; Akyıldız, 2017: 351, 353, 355-356, 362-365, 370-371, 374-375, 382-388, 393-399, 402-411, 412-413, 416-434, 437-438, 441-443; Kala, 2019: 113-142). İşte bu çerçevede yerine getirdikleri görevler bakımından anılan kadınların bir vezir gibi yüksek dereceli devlet memuru statüsünde olduğunu söylemek mümkündür. Bununla birlikte valide sultanın, sadrazam telhisine karşı sultan gibi beyaz üzerine hattı hümayun ve emir çıkarması (Akyıldız, 2017: 39-41), emekli bir vezir gibi padişah değişikliklerinde mazul hale gelmesi (Akyıldız, 2017: 44-46), padişahın kabul ettiği gibi kendine de arz sunulması (Akyıldız, 2017: 99-102) ve yine kayda değer malı olan herhangi bir devlet memuru gibi öldüğünde malının müsadere edilmesi (TS.MA.d, 27; TS.MA.d, 5395, v. 18b-19b; Öğün, 2006: 67-68; Tomar, 2006: 65-67) gibi somut emarelerin de yukarıdaki iddiayı desteklediği söylenebilir.

Osmanlı'da padişahlar başta olmak üzere valide sultanlar ve diğer hanım hanedan üyeleri, sadrazamlar, vezirler, valiler kısaca kadın olsun, erkek olsun statü ve servet sahibi bütün kişiler, kurdukları vakıflar ve yaptıkları başka hayırlarla kamu refahına katkıda bulunmuştur. Yönetici seçkinlerin, hanedan kadınları da dahil, yaptırımalarına izin verilen camilerin ölçek ve yerleri politik gücün sembolik ifadesi haline gelmiştir. Hayır işleri genel anlamda gönül rızasıyla yapılırsa da özellikle hanedan kadınları bakımından bir çeşit zorunluluk halini almıştır. Zira bu kadınlar, maiyetinde asker olmadığı için güçlerini hayır kurumları yaptırarak göstermeye çalışmışlardır.

1 Osmanlı Devleti, Adana'ya vali olarak atadığı Vezir Darendeli Abdurrahman Paşa'nın görev tanımını; Bolvadin'den Adana'ya kadar olan yerlerin yol güvenliğini sağlamak, buralardaki eşkıyaları temizlemek, hacıların ve yolcuların güvenli bir şekilde geçişini sağlamak fakirleri korumak ve memleketi imar etmek şeklinde belirlemiştir.

2 Osmanlı Devleti, harap olan yerleri şenlendirmek adına, mamur yerlerden değil de terk edilmiş topraklar için timar tezkiresi verilmesini istemiştir.

3 1695 Avusturya seferine cebelü gönderen bürokratlar şunlardır: Sadrazam, Nişancı, Şeyhülislam, Rumeli Kazakaseri, Anadolu Kazaskeri, Nakibü'l-eşraf, Defterdar, Konakçı Paşa, İmam-ı şehriyari-i evvel, Hassa Etbbâbaşı, Mirâhur-ı evvel, Mirâhur-ı sani, Reis'ül-küttap, Defter-i Hakani emini, Divan Çavuşbaşı, Kapıcılar Kethüdası, Ruznamçe-i evvel, Muhasebe-i evvel, Muhasebe-i hazine, Muhasebe-i Anadolu.

Bu bağlamda yönetime katılmak için sultan kızları sürekli hayrat yaptırmış, sultan cariyeleri ise bu ayrıcalığı elde etmeye çalışmıştır (Peirce, 2000: 249). Hatta memleketteki varlıklı diğer kadınlar ve yüksek mevkideki Müslümanlar da bu çabayı göstermiştir. Genel anlamda Osmanlı kadınları, hayır işleri kanalıyla kamu yaşamında yönetici pozisyonunda söz sahibi olmak adına bu yaşamı örgütleyebileceklerini iddia etmişler ve bu hakka sahip çıkmışlardır. Bu sayede valide sultanların yaptırdığı büyük külliyelerden, sıradan kişilerce kurulan mütevazı mahalle vakıflarına kadar Osmanlı kentleri, kasabaları ve köyleri vakıflarla donatılmış buralar daha yaşanılır hale getirilmeye çalışılmıştır (Peirce, 2000: 7).

Osmanlı Devleti'nde vakıflar, Türk ve Müslüman olan şehirlerin teşekkülünde, memleketin ekonomik ve sosyal yapısının gelişiminde etkili olmuştur. Vakıflar, genellikle, sultanlar veya bu sultanların özel bağış ve müsaadeleriyle bazı büyük devlet adamlarının kendi mallarıyla finanse edilmiştir. Ancak bu kaynağın en büyük kısmı devlet gelirleri olmuştur. Bu tip vakıflar, dini maksatlarla devletin asli görevleri arasındaki kamu hizmetlerini yerine getirmiştir (Barkan ve Meriçli, 1998: 121-123). Bu çerçevede miri arazilerin, vakıfların temel finans kaynağını teşkil ettiğini söylemek yanlış olmaz. Örneğin Nurbanu Valide Sultan'a verilen Yeniil hassı, 1583'te valide sultanın yaptırdığı külliyesi için vakfa tahsis edilmiştir (İpşirli, 2007: 187; Akgündüz, 2000: 448).

## **2. HASLARIN VALİDE SULTANLARA YÜKLEDİĞİ YETKİ VE SORUMLULUKLARI**

İnceleme kapsamında XVI. yüzyılın sonlarından XIX. yüzyılın başlarına kadar; III. Murat'ın annesi Nurbanu Valide Sultan (1574-1583) (Uluçay, 1980: 40; Akyıldız, 2017: 356-362; Sabırlı, 2017: 5-8), III. Mehmet'in annesi Safiye Valide Sultan (1595-1603) (Uluçay, 1980: 43-44; Akyıldız, 2017: 366-370), I. Ahmet'in annesi Handan Valide Sultan (1603-1605) (Uluçay, 1980: 47; Akyıldız, 2017: 372-374), IV. Murat ve I. İbrahim'in anneleri Mahpeyker Kösem Valide Sultan (1623-1648) (Uluçay, 1980: 48-49; Akyıldız, 2017: 376-382), IV. Mehmet'in annesi Hatice Turhan Valide Sultan (1648-1683) (Uluçay, 1980: 56-59; Akyıldız, 2017: 389-393), II. Mustafa ve III. Ahmet'in anneleri Rabia Gülnuş Valide Sultan (1695-1715) (Uluçay, 1980: 65-67; Akyıldız, 2017: 399-402), I. Mahmut'un annesi Saliha Sebkatı Valide Sultan (1730-1739) (Uluçay, 1980: 73; Akyıldız, 2017: 411-412), III. Osman'ın annesi Şehsüvar Valide Sultan (1754-1757) (Uluçay, 1980: 74), III. Selim'in annesi Mihrişah Valide Sultan (1789-1805) (Uluçay, 1980: 99; Akyıldız, 2017: 414-416; Hançer, 2017: 14-18), II. Mahmut'un annesi Nakşidil Valide Sultan (1808-1818) (Uluçay, 1980: 107-108; Akyıldız, 2017: 439-441; Çankaya Bayraklı, 2020: 59-80) ele alınmıştır.

Valide sultanların farklı türde gelirleri olmuştur. İlk olarak onlara harem ve hanedan içerisindeki en yüksek maaş bağlanmıştır. Örneğin Nurbanu Valide Sultan'ın 2.000, Safiye Sultan'ın 3.000, Handan Valide Sultan'ın 1.000, Kösem Valide Sultan'ın 3.000 ve Hatice Turhan Valide Sultan'ın da 3.000 akçe günlük tahsisatı vardı. II. Mahmut, 1838'de padişaha ve hanedan mensuplarına maaş bağlamıştır. İkinci olarak valide sultanların, günlük, aylık ve yıllık yiyecek, içecek ve diğer ihtiyaçları karşılanmıştır. İlaveten devlet adamları valide sultana belirli bir miktar para (câize) göndermiştir (Akyıldız, 2012: 495). Sadrazam, muhtemelen seferden döndüğünde valide sultana cariye hediye etmiştir (AE.SSLM.III, 23931, s.7). Yine sadrazam, nevruda valide sultana nevruziye pişkeşi vermiş, ramazanda da iftariyelik adıyla hediyeler göndermiştir. Ayrıca yabancı ülke elçileri tarafından sunulan hediyeler de valide sultan için önemli bir gelir sağlamıştır (Akyıldız, 2012: 495).

Valide sultanların asıl gelir kaynağı ise XVI. yüzyılın sonlarından itibaren kendilerine paşmaklık adı altında verilen haslar olmuştur. Aslında Osmanlı padişahları, önceleri annelerine bir köyü temlik ya da timar olarak vermiştir. Örneğin II. Mehmet annesine Amasya'daki Akçamahmut köyünü temlik etmiştir. II. Bayezit de annesine Amasya'nın Bağlıca, Ağulcuk ve Porsukçayı köylerini timar olarak vermiştir (Gökbilgin, 1979: 333-334). Ancak ilk olarak paşmaklığın III. Murat tarafından 1577'de annesi Nurbanu Valide Sultan'a verildiği anlaşılmaktadır.

Buna göre, Nurbanu Valide Sultan'a; Nevahi-i Yanbolu (A.DVNSMHH.d, 29, hn 404), Yeniil (A.DVNSMHH.d, 35, hn 1014; Şahin, 1980), Zağra-yı Atik ve Eskihisar (A.DVNSMHH.d, 42, hn 1010), Silistre'deki Çingane Sancağı (A.DVNSMHH.d, 42, hn 556) verilmiştir. Safiye Valide Sultan'a; Hüdavendigâr (Saruhan, Atanos, Sivrihisar, Tuzla) (A.DVNSMHH.d, 76, hn 365), Türkmân-ı Halep, Birecik İskelesi, Zile, Suğla (İE.SM, 12/1258, s.1), Çulha Nahçıvan (Revan) (İE.SM, 12/1234, s.1), Talanda (A.DVNSMHH.d, 78, hn 1326), Kırşehir (Ortapare ve Yüzdepare) (A.DVNSMHH.d, 74, hn 650), Atçeken (Esbkeşan) (A.DVNSMHH.d, 74, hn 395; Karadeniz, 1995), Mora Karitena (MAD. d, 7288, s. 15) hasları tahsis edilmiştir. Handan Valide Sultan'a; Günyüzü (Sivrihisar) (A.DVNSMHH.d, 76, hn 399), Tırhala Çeltiği (A.DVNSMHH.d, 76, hn 400), Menemen (A.DVNSMHH.d, 75, hn 352), Zile (A.DVNSMHH.d,



75, hn 674), Hüdavendigâr (A.DVNSMHH.d, 76, hn 345), Aydınçık (İdincik) (TS.MA.e, 1051/341), Suğla (A.DVNSMHH.d, 75, hn 236) hasları tevdi olunmuştur. Mahpeyker Kösem Valide Sultan'a; İskenderun İskelesi (TS.MA.e, 854/18), Ağzaz (A.DVNSMHH.d, 91, hn 62), Menemen (A.DVNSMHH.d, 91, hn 388), İzdin (A.DVNSMHH.d, 91, hn 453), Ağrıboz Livadya (TS.MA.d, 1385, s.1), Kilis (A.DVNSMHH.d, 90, hn 335), Zile (A.DVNSMHH.d, 90, hn 276) paşmaklık olarak verilmiştir. Hatice Turhan Valide Sultan'ın uzun valide sultanlık döneminde kendisine farklı haslar tahsis olunmuştur. Valide sultanlığının ilk dönemlerinde Alasonya (A.DVNSMHH.d, 92, hn 49), Mezunlar Kazası (A.DVNSMHH.d, 93, hn 259), Bergama, Ekradlık (Çorum Kürdü Likvanik), İzmeç ve Tohur? Tırhala ve İnebahtı, Karye-i Rayice ve Moloz Ağrıboz, Küre-i Mamure ve Çıtak Menteşe, Samedova, Yörükân-ı Eldelik Saruhan (İE.TZ, 6/570) paşmaklıklarını almışlardır. Hatice Turhan Valide Sultan'ın son dönemlerinde sahip olduğu paşmaklıklar ile Rabia Gülnuş Valide Sultan, Saliha Sebkatî Valide Sultan, Şehsüvar Valide Sultan, Mihrîşah Valide Sultan ve Nakşîdil Valide Sultan'ın hasları aşağıda Tablo 2'de belirtilmiştir (EV.HMH.d, 401; MAD.d,19098, s.9; D.HSK.d, 25697; MAD. d, 9510; TS.MA.d, 6881, vr. 3-6; MAD. d, 9508; D.HSK.d, 25808; MAD.d, 8559; Orhonlu, 1963: 15-19; Gündüz, 1997; Söylemez, 2007).

Devlet, valide sultanlara paşmaklık tahsisi vasıtasıyla idari sorumluluk yüklemiştir. Zira anılan haslarda yaşayan reayanın idari mali işlerinin görülmesinde valide sultanlar yetkili kılınmıştır. Şöyle ki her türlü has arzisi serbest sayıldığı için buralarda yaşayan reaya çok ağır bir suç işlenmedikçe beylerbeyleri veya sancak beyleri bile bu topraklara girememiş ve herhangi bir müdahalede bulunamamıştır (Orhonlu ve Göyünç, 1997: 269). Bilindiği gibi valide sultanların merkezde kalabalık bir maiyeti ve her türlü idari, mali işlerine bakan kethüdaları olmuştur (Akyıldız, 2012: 495-499). Taşradaki paşmaklıklar ise voyvodalar aracılığıyla yönetilmiştir (İpşirli, 2007: 187). Voyvodalara "has subayı" veya "has zâbiti" denilmiş, reayanın vergilerini eminlerin topladığı da görülmüştür (Orhonlu ve Göyünç, 1997: 269). Hasların idaresinde merkezdeki valide sultan kethüdaları ile taşradaki voyvodalar koordineli çalışmıştır. Çünkü valide sultanlar doğal olarak haslarının başında duramayacağı için hassın sorumluluğunu genelde iltizamla voyvodalara devretmiştir. Ancak bu işlem, valide sultanların haslar konusundaki yetki ve yükümlülüklerini ortadan kaldırmamıştır. Haslarda yaşayan reayanın yaşadığı bir problem, önce voyvodaya intikal etmiştir. Voyvoda, durumu valide sultanın kethüdasına bildirmiştir. O da gerekli yerlere dilekçe vererek sorunun çözülmesi için girişimde bulunmuştur (KŞS, 32, s. 025/1)<sup>4</sup>. Voyvoda seçimi yapılırken bölgeyi iyi tanıyan, burada sözü geçen kimselerden özellikle de askeri kesimden olmasına dikkat edilmiştir. Zira hassın ve reayanın korunmasının; muhtemelen herkesin bildiği, tanıdığı, yakın ve uzak çevreyle irtibatlı olan nüfuzlu bir kişinin, voyvoda olmasıyla sağlanacağı düşünülmüş olmalıdır. Bu minvalde örneğin, Konya yakınlarındaki Turgud, Eskiil ve Bayburd kazalarında bulunan Atçeken hassının voyvodası Arapzade Seyyid Süleyman Ağa, Atçeken aşiretinin boy beyi idi (Temel, 2017: 164-168). Yine Üsküdar Atik Valide Sultan Evkafına bağlı Yeniil ve Türkman-ı Halep Hassı'nın voyvodası da bir türkmenbaşı idi (TS.MA.e, 846/4-1). Ancak İstanbul'dan gelen voyvodaların da iş başına getirildiğine rastlamak mümkündür (KŞS, 59, s.76/3).

Şimdi de anılan haslar, neden valide sultanlara tahsis edilmiştir? sorusunu yanıtlamak gerekmektedir. Yukarıda belirtildiği gibi bu idari mali yapıların adları ve buldukları yerler göz önünde bulundurulursa, reayasının genelde büyük topluluklar halinde yaşayan aşiretlerden oluştuğu görülmektedir. Bilindiği bu topluluklar, genelde çok nüfusa sahip olduğu için, devlete yüklü miktarda yıllık gelir sağlamıştır. İşte bu noktada devlet, bu tür yüksek hasılatlı hasları, başta padişah olmak üzere hanedana üyelerinde kalmasını istemiştir (Akgündüz, 1990: 329). Diğer taraftan muhtemelen devlet; onların idari ve iktisadi bütünlüklerini korumak, dağılmalarını engellemek ve vergi kayıplarını önlemek istemiş olmalıdır. Bundan dolayı da bu üniteleri valide sultanlara tahsis ettiği söylenebilir. Böylece aşiretlerin, valide sultanlar hayatta olduğu süre içerisinde, devlet güvencesi altında olmaları sağlanmış olabilir. Mevcut bilgiler, bu güven ortamının oluştuğuna işaret etmektedir<sup>5</sup>. Örneğin

4 1699 tarihli Rabia Gülnuş Valide Sultan kethüdası tarafından sunulan arzda; Esbkeşan reayasının serbest olduğu, buradaki her türlü işte voyvodanın yetkili kılındığı ve mukataaya dışarıdan kimsenin müdahale edemeyeceği hatırlatılmıştır. Ancak buna rağmen bazı ehl-i örf, Atçeken ulusundan kaftan baha, zahire baha, nal baha ve devr adıyla haksız tekâlif talebinde bulunmuştur. Atçekenlerin ise ne ödeyeceği kanunlarla belirlenmiştir. İstanbul, Karaman valisi başta olmak üzere diğer ehl-i örfen bu tecavüzün ortadan kaldırılmasını istemiştir. Aksi hareket edenlerin ise idam edilmelerini emretmiştir.

5 1731'de Saliha Sebkatî Valide Sultan'a has tayin olunan; Rişvan ve Ağzaz ve Kilis ve Zile ve Esbkeşan ve Türkmenan-ı Bozulus-ı Karaman ve Türkmenan-ı Bozulus-ı Ankara ve Menemen ve Mihaliç ve Ekradlık-ı Çorum ve Çeltük-i Enhar-ı Dırama ve diğer mukataalarda sakin ahalinin ehl-i örf tarafından alınan devr ve kaftan baha gibi tekalif ile yine valilerin aldığı imdad-ı hazeriyeye ve seferiyeden önceden olduğu gibi muaf olduğuna dair hüküm gönderilmiştir (C.ML, 1874, s.1). 1791'de Mihrîşah Valide Sultan haslarından Esbkeşan hassı mülhakatından Eskiil kazasına tabi Muradca karyesinde, Valide kethüdası takririne göre; Uzun oğlu Tatar ve kardeşi Veli Ali ile amcasının oğulları Memiş, Musa ve Cüce, köy halkından kırk kese akçe zorla tahsil etmişler. Ayrıca köydeki ehl-i arz zümresinden Taciroğlu Salih ve İdrisoğlu Hasan'ı öldürüp malla-

devlet, reayasını voyvodanın haksız uygulamalarına karşı korumaya almış, hatta bu yapıya dışarıdan müdahale edenlerin ölümle cezalandırılacağı belirtilmiştir (KŞS, 32, s.025/1). Diğer taraftan valide sultan idaresindeki haslarda yaşamak, reayaya koruma sağladığı kadar, onların taşkınlıklarını da önlemiştir. Bundan dolayı valide sultana has tahsis edilen yerlerde işler, genelde devlet ciddiyetinde yürütülmüştür. Ayrıca valide sultanlar, mü'minlerin annesi sıfatıyla reayaya karşı oldukça merhamet göstermiştir. Reayası zor duruma düştüğü zamanlarda onlardan vergi talebinde bile bulunmamıştır (MAD.d, 3472, s. 2). Ancak, valide sultanlar vefat edip bu üniteler başkalarına tasarruf edildiği zamanlarda, bu koruma da pek kalmamıştır.<sup>6</sup> Bu bağlamda XVII. yüzyıla kadar uygulanan, özellikle büyük aşiretlerin idari ve iktisadi bütünlüğünü koruma prensibi, valide sultanlar özelinde, XVIII. ve XIX. yüzyılda da devam ettirildiği söylenebilir. Ayrıca farklı yerlerde bulunan aşiret haslarının valide sultan gözetiminde bir elden idare edildiği de anlaşılmaktadır. Ancak hasların valide sultanlara tahsisi, 1818'de Nakşidil Valide Sultan'ın vefatının ardından yapılmamıştır.

Devlet, valide sultanlara, sahip oldukları haslar karşılığında mali sorumluluklar da yüklemiştir. Ancak Hatice Turhan Valide Sultan'ın ilk dönemini de kapsayacak şekilde XVII. yüzyılın sonlarına kadar valide sultanların paşmaklık haslardan elde ettiği gelirler ve devlete yaptıkları ödemeler hakkındaki sayısal veriler düzenli olmadığı gibi yeterli de değildir. Mevcut bilgilerden hareketle bu dönem için genel bir değerlendirme yapılmaya çalışılmıştır. İlk zamanlarda valide sultanların, kendilerine tahsis edilen paşmaklıklardan, Hazine-i Amireye ödemede bulduklarına dair herhangi bir belge tespit edilememiştir. Ancak valide sultanlar, XVII. yüzyılın başlarından ortalarına kadar, kendilerine ait paşmaklıktan, sarayda Enderun veya İç Hazine (Tabakoğlu, 2006: 51-56) diye zikredilen hazinenin alt hazinesi olan Ceyb-i Hümayun Hazinesine (Uzunçarşılı, 1978: 83; Tabakoğlu, 1985: 36-37) ödemede bulunmuştur (TS.MA.e, 410/28-2). Bununla birlikte valide sultanlar, kurdukları vakıflar için temlik edilen hasların yıllık malından "zevâid" (İpşirli, 1993: 546-548.)<sup>7</sup> adı altında Ceyb-i Hümayuna vergi ödemiştir (bk. Tablo 1).

**Tablo 1: XVII. yüzyılın başlarından ortalarına kadar valide sultan vakfı hasları yıllık malından Ceyb-i Hümayun Hazinesine aktarılan meblağlar (akçe/esedi kuruş<sup>8</sup>).**

Kaynak	Valide sultan vakıflarına tahsis edilen hasların adı ve zevaid adı altında aktarılan yıllık malı (akçe/esedi kuruş)								
	Adı Belirtilmemiş	Burunabad	İzmir	Kılboynu?	Menemen	Seferihisar	Sütlüce	Talanda	Yeniil
1607 tarihli BOA, TS.MA.e. 410/18.	44.000			101.000		14.000	14.000		
1608 tarihli BOA, TS.MA.e. 410/17.								477.000	
1610 tarihli BOA, TS.MA.e. 410/22.									900.000
1611 tarihli BOA, TS.MA.e. 410/20.			98.880						
1615 tarihli BOA, TS.MA.e. 410/24-1			150.000		900.000				1.200.000
1615 tarihli BOA, TS.MA.e. 410/24-2.					800.000				1.000.000

rının hepsini mirasçılara bırakmadan zimmetlerine geçirmişlerdir. Bu takririn doğru olup olmadığı araştırıldıktan sonra eğer doğru ise Ankara Kalesi'nde kalebend edilmeleri hakkında Eskiil naibine, Esbkeşan voyvodasına ve Ankara Kalesi dizdarına emir verilmiştir (C.ZB, 191, s.1). 1810'da Nakşidil Haseki Valide Sultan kethüdası Hüseyin'in arzualı üzerine, Karaman valisi, Esbkeşan kadıları, naipleri, ayan ve voyvodalara bir hüküm gönderilmiştir. Buna göre; Bozulus ve Esbkeşan mukataası reayası serbest olduğundan hiç bir ehl-i örfün müdahale hakkı olmadığı, müdahale edenlerin de gerekli şekilde uyarılması emredilmiştir (KŞS, 69, s.118/1).

6 1743'te Eskiil kazasına bağlı Eynegazi ve Muradca karyesinde oturan bazı reaya, valide sultan zamanında, ödemeleri gereken vergileri ödemişlerdir. Hiçbir ehl-i örf tarafından da rahatsız edilmeden huzur ve refah içinde yaşamışlardır. Ancak, bundan sonra voyvodalar "hediye" adında reayadan haraç almaya başlamışlardır. Voyvodalar, zamanla bu kanunsuz olarak tahsil ettikleri parayı rutin hale getirerek bunun defterini bile tutmuşlardır (KŞS, 56, s.223/1).

7 Zevaid terimi, her ne kadar vakıf harcamalarından artakalan fazla için kullanılsa da bu çalışmada Tablo 1'deki kaynaklar kapsamında vakfa temlik edilen hassın malı yani yıllık vergisi için kullanılmıştır.

8 Bir esedi kuruş, 120 akçe veya 40 para idi (Pamuk, 1999a: 176-187).



1615 tarihli BOA, TS.MA.e. 410/25-1.		100.000							
1617 tarihli BOA, TS.MA.e. 410/26-1.					1.000.000				1.400.000
1617 tarihli BOA, TS.MA.e. 410/28-3.					900.000				1.050.000
1638 tarihli BOA, TS.MA.e. 530/13-1.									15.000 kuruş
1638 tarihli BOA, TS.MA.e. 530/13-2.	410.000								
1638 tarihli BOA, TS.MA.e. 530/13-3.	280.400								
1650 tarihli BOA, TS.MA.e. 528/43									30.200 kuruş
1653 tarihli BOA, TS.MA.e. 528/48.									30.200 kuruş
1663 tarihli BOA, TS.MA.e. 528/49.									30.200 kuruş
1666 tarihli BOA, TS.MA.e. 528/58.									30.200 kuruş
1670 tarihli BOA, TS.MA.e. 528/73.									30.200 kuruş

Hasların Adı / Kaynak	BOA, EV.HMH.d. 401'e göre Hatice Turhan Valide Sultan'ın 1683'te hazineye ödediği	BOA, MAD.d. 19098'e göre Rabia Gülnuş Valide Sultan'ın 1712'de hazineye ödediği	BOA, D.HSK.d. 25697'ye göre Saliha Sebkati Valide Sultan'ın 1739'da hazineye ödediği	BOA, TS.MA.d. 6881'e göre Şahsüvar Valide Sultan'ın 1755'te hazineye ödediği	BOA, D.HSK.d. 25808'a göre Mihrişah Valide Sultan'ın 1789'da hazineye ödediği		BOA, MAD.d. 8559'a göre Nakşidil Valide Sultan'ın 1818'de hazineye ödediği	
	Yıllık Mal (Kırş)	Yıllık Mal (Kırş)	Yıllık Mal (Kırş)	Yıllık Mal (Kırş)	Yıllık Mal (Kırş)	Kalemiye (Kırş)	Yıllık Mal (Kırş)	Kalemiye (Kırş)
Ağzaz	28.000	27.000	35.550	34.483	35.550	7.110	81.257	16.251
Ankara Bozulus Türkmeni/Tabanlı		7.678	8.160	9.600	7.836	1.567	7.836	1.567
Beybazarı	17.000							
Bilecik?	10.535							
Denizli							19.463	9.044
Drama Çeltüğü-i Enhar			11.000	16.400	11.000	2.200	11.000	2.200
Ekradlık (Çorum Kürdü Likvanik)		2.540	7.500	7.200	7.500	1.500	7.500	1.500
eI-Veheb?	1.500							
Esbkeşan (Atçeken)		3.812	8.000	8.000	8.000	1.600	8.000	1.600

Karaman Bozulus Türkmeni		8.752	7.393	7.586	7.903	1.581	7.903	1.581
Kilis	60.000	35.584	35.550	43.879	45.707	9.141		
Malatya Anablu?			6.500					
Menemen		9.164	10.910	13.200	11.160	2.232	11.160	2.232
Mihaliç (Balıklı Çiftliği)		8.417	7.663					
Narda			5.000	10.383	10.816	2.163		
Pirlepe							7.556	1.511
Rışvan	21.070	25.000	45.000	52.000	45.221	9.044	45.221	9.044
Timurcu (Demirci)		2.108						
Turgudlu	13.000						15.950	3.190
Zile	41.050	15.000	23.183	22.254	23.182	4.636	23.182	4.636
Ziştovi		7.500						
İfraz-ı Zülkadriye	17.000							
<b>Toplam</b>	<b>209.155</b>	<b>152.554</b>	<b>211.407</b>	<b>224.986</b>	<b>213.873</b>	<b>42.775</b>	<b>246.026</b>	<b>54.357</b>

Tablo 1 incelendiğinde XVII. yüzyılın başlarından ortalarına kadar, valide sultanlara ait vakıf haslarından Ceyb-i Hümayun Hazinesine yapılan ödemelerin pek de düzenli olmadığı görülmektedir. Ancak bu durumun XVII. yüzyılın ortalarından itibaren değişerek Enderun Hazinesine aktarılan zevaidin düzenli hale geldiği anlaşılmaktadır.

**Tablo 2: XVII. yüzyılın ortalarından XIX. yüzyılın ortalarına kadar valide sultanların haslarından devlete ödenen yıllık vergiler.**

Hasların Adı / Kaynak	BOA, EV.HMH.d. 401'e göre Hatice Turhan Valide Sultan'ın 1683'te hazineye ödediği	BOA, MAD.d. 19098'e göre Rabia Gülnuş Valide Sultan'ın 1712'de hazineye ödediği	BOA, D.HSK.d. 25697'ye göre Saliha Sebkatı Valide Sultan'ın 1739'da hazineye ödediği	BOA, TS.MA.d. 6881'e göre Şahsüvar Valide Sultan'ın 1755'te hazineye ödediği	BOA, D.HSK.d. 25808'a göre Mihrişah Valide Sultan'ın 1789'da hazineye ödediği		BOA, MAD.d. 8559'a göre Nakşidil Valide Sultan'ın 1818'de hazineye ödediği	
	Yıllık Mal (Kırş)	Yıllık Mal (Kırş)	Yıllık Mal (Kırş)	Yıllık Mal (Kırş)	Yıllık Mal (Kırş)	Kalemeye (Kırş)	Yıllık Mal (Kırş)	Kalemeye (Kırş)
Ağzaz	28.000	27.000	35.550	34.483	35.550	7.110	81.257	16.251
Ankara Bozulus Türkmeni/ Tabanlı		7.678	8.160	9.600	7.836	1.567	7.836	1.567
Beybazarı	17.000							
Bilecik?	10.535							
Denizli							19.463	9.044

Drama Çeltüğü-i Enhar			11.000	16.400	11.000	2.200	11.000	2.200
Ekradlık (Çorum Kürdü Likvanik)		2.540	7.500	7.200	7.500	1.500	7.500	1.500
el-Veheb?	1.500							
Esbkeşan (Atçeken)		3.812	8.000	8.000	8.000	1.600	8.000	1.600
Karaman Bozulus Türkmeni		8.752	7.393	7.586	7.903	1.581	7.903	1.581
Kilis	60.000	35.584	35.550	43.879	45.707	9.141		
Malatya Anablu?			6.500					
Menemen		9.164	10.910	13.200	11.160	2.232	11.160	2.232
Mihaliç (Balıklı Çiftliği)		8.417	7.663					
Narda			5.000	10.383	10.816	2.163		
Pirlepe							7.556	1.511
Rışvan	21.070	25.000	45.000	52.000	45.221	9.044	45.221	9.044
Timurcu (Demirci)		2.108						
Turgudlu	13.000						15.950	3.190
Zile	41.050	15.000	23.183	22.254	23.182	4.636	23.182	4.636
Ziştovi		7.500						
İfraz-ı Zülkadriye	17.000							
<b>Toplam</b>	<b>209.155</b>	<b>152.554</b>	<b>211.407</b>	<b>224.986</b>	<b>213.873</b>	<b>42.775</b>	<b>246.026</b>	<b>54.357</b>

Tablo 2'yi daha iyi anlayabilmek adına Osmanlı Devleti'nin XVII. yüzyılın başından itibaren geçirdiği mali değişimi ana hatlarıyla değerlendirmek yerinde olacaktır. Bu kapsamda başlangıçta valide sultanların paşmaklıklarından Hazine-i Amireye düzenli bir ödeme sorumlulukları yokken XVII. yüzyılın sonlarından itibaren bunu yüklenmelerinin sebepleri üzerinde durmak gerekir.

Osmanlı Devleti'nde XVI. yüzyılın sonlarındaki savaşlar uzun ve yıpratıcı olmuştur. Bu durum bütçe açıklarına, fiyat enflasyonuna ve taşışlere sebep olmuştur. Bu süreçte savaş teknolojisi oldukça ilerlemiştir. Bütün bu değişimler, İstanbul'un nakit paraya olan ihtiyacını artırmıştır (İnalçık, 2003: 46-57; Pamuk, 1999b: 198). Bunun için de devlet, fiskalist bir yaklaşımla (Genç, 2007: 91-92, 230; Cezar, 1986: 75-76); taşış (Pamuk, 1999a: 55) ve müsadere (Tomar, 2006: 657) uygulamalarını artırarak, avarız (Sahillioğlu, 1991: 108-109) ve aynı tekâlifi (Emecen, 1992: 301) düzenli hale getirerek, imdâdiye (Tabakoğlu, 2000: 221-222) adında yeni bir vergi koyarak, timar ve has arazilerini mukataaya dönüştürerek, maktu sistemini yaygınlaştırarak (İnalçık, 2009: 337; İnalçık, 2016: 62-64; Genç, 2006: 129) gelirlerini arttırmaya çalışmıştır (Y. Cezar, 1986: 33). Devlet, özellikle mukataadan elde edilen iltizam gelirlerinin artmasıyla hem askeri harcamalarının büyük bir bölümünü hem de hazinenin nakit ihtiyacını karşılamıştır (Özvar, 2007: 521-524). Hazineyi takviye eden bu tür uygulamalar sayesinde, XVII. yüzyılın ortalarında, önemli ölçüde rahatlama olmuştur. Ancak yukarıda yaşanan hadiseler nüfus kaybını artırmıştır. İlaveten bu dönemde, kötü iklim koşulları yüzünden kuraklık görülmüş, bu durum kıtlığa neden olmuş, akabinde de salgın hastalıklar artmıştır. Osmanlı'da tarım sistemi alt üst olmuştur (White, 2013: 119-150, 171-

172). İlaveten Girit Savaşı (1645-1669) ve ardından Kutsal İttifak Savaşı (1683-1699) yukarıda anlatılan hikayenin yeniden yaşanmasına neden olmuştur (Ágoston, 2009: 197). Vergilerin artması yüzünden (Karademir, 2014: 113), en kötü etkilenen grup yine reaya olmuştur (Faroqhi, 2004: 667). Ancak alım gücü düştüğü için sipahiler de bundan olumsuz etkilenmiştir (İnalçık, 2009: 196). Bu da Anadolu'nun köylerinde başiboş leventliği ve akabinde eşkıyalığı yeniden hortlatmıştır. Eşkıyalık hareketlerinin artması; köylerin boşalmasına, yarı yerleşik aşiretlerin yer değiştirip göçebelğe dönmesine neden olmuştur. XVII. yüzyılın başlarında görülen olumsuzlukların birçoğu tekrar yaşanmıştır. Ayrıca bütün bunlara kıtlık, orduda disiplinsizlik, mali sıkıntı ve eyaletlerde ehl-i örf baskısı da eklenince durum yeniden bozulmuştur (M. Cezar, 1965: 317-343; Griswold, 2000: 173-175).

Osmanlı Devleti, XVII. yüzyılın sonunda içinde bulunduğu bu krizden kurtulmak adına yönetim sisteminde yeniden yapılanmaya gitmiştir. Bu kapsamda devlet, elindeki en büyük güç olan vergilendirme ve yeniden dağıtım politikasını belirleme yetkisi sayesinde bütün siyasi, mali ve askeri araçları harekete geçirmiştir (Khoury, 2007: 11-12). Köprülü Fazıl Mustafa Paşa, Kutsal İttifakla savaş sürerken hazineye gelir sağlamak amacıyla mukataalarda da yeniden düzenlemelere gitmiştir (Özcan, 2002: 263-265). Osmanlı Devleti, 1695'ten itibaren savaş giderlerini karşılamak için malikâne sistemini ihdas etmiştir. Böylece devlet, hem vergi gelirlerini daha düzenli ve devamlı hale getirmiş hem de mültezimler ile reaya güvence vermiştir (Genç, 2000: 154-158; Genç, 2003: 516-517; Genç, 2006: 129-132). Diğer taraftan ekonominin nakdileşmesi sırasında çıkması olası problemler ortadan kaldırılmaya çalışılmıştır (Özvar, 2003: 165).

İşte yukarıda anılan gelişmeler çerçevesinde XVII. yüzyılın sonunda valide sultanlara tahsis edilen paşmaklıklarda da yeniden bir düzenlemeye gidilmiştir. Zira devlet, timar sistemi içinde yer alan taşradaki dirlikleri padişah haslarına dönüştürmüş, ardından da buraları birer mukataa haline getirip iltizam/malikâne sistemine dâhil etmiştir (Y. Cezar, 1986: 174-175). Paşmaklıklar da padişah hassı olduğu için bu değişimden doğrudan etkilenmiştir.

Peki bu değişimden paşmaklıklar özelde de valide sultanlar mali olarak nasıl etkilenmiştir? XVII. yüzyılın sonlarında malikâne sisteminin devreye girmesiyle genel anlamda devlet, yıllık mala göre belirlenen kalemiye (Y. Cezar, 1986: 42), tefâvüt-i şemsiye (Sahillioğlu, 1967-1968: 75, 80-81; Gemici, 2009: 52), tefâvüt-i hasene ve kuruş (Sahillioğlu, 1967-1968: 75, 106; Tabakoğlu, 1985: 244-245, 284) ile muacceleye göre düzenlenen kasriyed resmi, cülus resmi ve cebelü bedeliyesi gibi vergileri (Çakır, 2003: 163-169) tahsil etmiştir. Bu mali değişimden nispeten valide sultanlar da etkilenmiştir. Zira onlar da sahip olduğu hasların yıllık malını ve buna bağlı dolaylı vergilerini ödemiştir. Ancak valide sultanlar, malikânegilerden farklı olarak muaccele ve muaccele tabanlı vergilerden muaf tutulmuşlardır (BOA, C.ML, 1044).

Tablo 2 incelendiğinde ilk olarak yukarıda belirtilen gelişmeler doğrultusunda, hazinenin nakit ihtiyacını giderebilmek için, Hatice Turhan Valide Sultan'dan itibaren paşmaklık haslardan devlete, düzenli olarak yıllık mal ödenmeye başlanmıştır. Bu kapsamda valide sultan 1683'te Ağzaz, Beybazarı, Bilecik?, İfraz-ı Zülkadriye, Kilis, Rişvan, Turgudlu, el-Veheb?, Zile haslarından Haremeyn Muhasebesine dolaylı olarak da Hazine-i Amireye 209.155 kuruş katkıda bulunmuştur. Ancak malikâne sistemine geçildikten sonra özellikle Kilis ve Zile haslarının yıllık malında düşüş olmuştur. Bu çerçevede Kilis hassından hazineye aktarılan meblağ 1683'te 60.000 kuruştan 35.584 kuruşa, Zile'den de 41.050 kuruştan 1712'de 15.000 kuruşa inmiştir. Bu durumun nedeni hasların ifraz edilerek birden fazla üniteye bölünmesi olabilir (Genç, 2006: 129-132). Ancak bu hasların, aslında padişah vakıflarına ait birer has olduğu (TS.MA.e, 410/28-3)<sup>9</sup> ve zaman içinde ifraz edilerek valide sultanlara tahsis edildiği bilinmektedir (MAD.d, 264, s. 14).<sup>10</sup> Tablo 2'deki 1683 tarihli belgenin Evkaf Haremeyn Muhasebesi Defterleri'nden olması, anılan hasların, padişah vakıflarına ait olan kısmıyla birlikte valide sultanın tasarrufuna verildiğine işaret ettiği şeklinde yorumlanabilir (Çakır, 2003: 96).

Tablo 2 irdelendiğinde XVIII. yüzyıl başlarından itibaren bazı hasların yıllık malında zam yapılmıştır. Örneğin Esbkeşan Hassı'nın yıllık malı, Rabia Gülnuş Valide Sultan zamanında 3.812 kuruş iken Saliha Sebkatı Valide Sultan zamanında 8.000 kuruşa çıkartılmıştır. Yıllık malın güncellenmesinin temelinde, muhtemelen 1710'lu yıllarda malikâne sisteminin uygulanmasında yapılan değişiklik olmalıdır. Şöyle ki devlet, malikâne hisselerinin

<sup>9</sup> Padişah vakfı haslarından olan Ağzaz'dan 1.280.000 akçe, Kilis'ten 566.860 akçe ve Zile'den de 622.000 akçe Ceyb-i Hümayuna zevaid olarak para aktarılmıştır.

<sup>10</sup> Ağzaz ya da diğer bilinen adıyla Azaz 1662'de havass-ı hümayundan ifraz edilerek valide sultanların mülkü haline getirilmiştir.

artması (Çizakça, 2011: 153) ve malikânelerin siyasi güçten yoksun reaya statüsündeki kişilerin eline geçmesinden (Tabakoğlu, 1985: 132; Genç, 2007: 109) dolayı malikâne sistemini 1715'te tamamen kaldırmıştır (Genç, 2007: 115). Ancak devlet, muaccelle bedellerinin hazineye yapacağı katkısı göz önünde bulundurarak 1717'de malikâne sistemini yeniden devreye sokmuştur. Bu değişimin ardından hazinenin gelirleri de önemli ölçüde yükselmiştir (Tabakoğlu, 1985: 133; Genç, 2007: 115-116). İşte bu gelişmeler sırasında valide sultan haslarının mallarına da zam yapıldığı anlaşılmaktadır.

Tablo 2'de dikkati çeken başka bir husus da kalemiye vergisidir. Zira Rabia Gülnuş Valide Sultan, Saliha Sebkati Valide Sultan ve Şahsüvar Valide Sultan'ın hazineye kalemiye ödemediği (KK.d, 3080, s. 3)<sup>11</sup> halde Mihrişah Valide Sultan ve Nakşidil Valide Sultan'ın yıllık malın % 20'si oranında kalemiye vergisini ödedikleri görülmektedir. Bunun sebebinin de 1774'te yapılan Osmanlı-Rus Savaşı'nın olduğu iddia edilebilir. Zira Osmanlı Devleti, bu savaşı kaybettiği için Rusya'ya, 7.500.000 kuruşluk savaş tazminatı ödemiştir. Devlet, bu meblağı karşılamak için bazı düzenlemeler yapmıştır (Y. Cezar, 1986: 79-88; Genç, 2007: 188-197; Çizakça, 2011: 158-165). Muhtemelen vezir ve hanedan mensuplarının tasarrufundaki haslardan alınmayan kalemiye vergisi bundan sonra tahsil edilmeye başlanmış olmalıdır.

Tablo 2'deki verilerden hareketle valide sultanların ödedikleri yıllık mal ve kalemiye ile hazineye ne oranda katkıda bulduklarını da belirtmek gerekir. Bu çerçevede Hazine-i Amireye 1683'te yine Hatice Turhan Valide Sultan'ın 209.155 kuruş, 1712'de Rabia Gülnuş Valide Sultan'ın 152.554 kuruş, 1739'da Saliha Sebkati Valide Sultan'ın 211.407 kuruş, 1755'te Şahsüvar Valide Sultan'ın 224.986 kuruş, 1789'da Mihrişah Valide Sultan'ın 213.873 kuruş mal ve 42.775 kuruş kalemiye toplam 256.648 kuruş, 1818'de Nakşidil Valide Sultan'ın 246.026 kuruş mal ve 54.357 kuruş kalemiye olmak üzere toplam 300.382 kuruş ödediği bilinmektedir. Yukarıdaki tarihlere en yakın olacak şekilde Hazine-i Amirenin gelirinin; 1678-79'da 5.500.428 kuruş, 1710-11'de 10.792.353 kuruş, 1747'de 13.827.135 kuruş 1760-61'de 14.514.000 kuruş, 1787-88'de 13.254.500 kuruş (Özvar, 2006: 219-220)<sup>12</sup> ve 1809'da tahmini olarak 18.258.302 kuruş (Y. Cezar, 1986: 238) olduğu da kayıtlıdır. Bu veriler doğrultusunda valide sultanların hazineye katkı oranları şu şekilde gerçekleşmiştir. 1683'te Hatice Turhan Valide Sultan % 3,80, 1712'de Rabia Gülnuş Valide Sultan % 1,41, 1739'da Saliha Sebkati Valide Sultan % 1,53, 1755'te Şahsüvar Valide Sultan % 1,55, 1789'da Mihrişah Valide Sultan % 1,61 mal ve % 0,32 kalemiye toplam % 1,94, 1818'de Nakşidil Valide Sultan da % 1,35 mal ve % 0,30 kalemiye toplamda da % 1,65 olarak kayıtlara geçmiştir. Öyle anlaşılıyor ki bu meblağlar hazine için küçümsenmeyecek orada büyük katkı sağlamıştır. Bunlar arasında da 1683'te Hatice Turhan Valide Sultan'ın % 3,80'lik katkısı dikkat çekmektedir. Muhtemelen bu oranda yapılan katkının nedeni o dönemde Kutsal İttifak ile yapılan savaş olmalıdır.

Kısaca mukataadan hasa dönüşümün nasıl gerçekleştiğini belirtmek gerekir. Şöyle ki padişah değişimleri sırasında; şayet yeni padişahın annesi hayattaysa, o anda başka birinin tasarrufunda olan ancak genelde valide sultanlara tahsis edilen haslar o kişiden alınmış valide sultana verilmiştir. Bu haslar karşılığında da o kişiye aynı değerde başka haslar tahsis edilmiştir. Örneğin Rabia Gülnuş Valide Sultana tahsis edilen Zile ve Zıştovi haslarının karşılığında İstanbul Kaymakamına Ahyolu Memlehası Mukataası, Samako Mukataası ve İstanbul Semekhane Hassı tahsis edilmiştir (C.ML, 26164, s.1). Bu işleme de "ref" denilirdi. Bu durumda genelde mukataanın "tahvil süresi" tamamlanamaz, "kiste'l-yevm" denen iltizam bedelinin bir günlük bölümü, mukataanın tasarruf edildiği gün sayısı ile çarpımına göre tahsil edilirdi (Çakır, 2003: 68). Örneğin Esbkeşan mukataası, malikânecisi olan Mehmet Paşa'dan alınıp Saliha Sebkati Valide Sultan'a has tahsis edilmiş, Mehmet Paşa'ya da hak ettiği meblağ ödenmiştir (C.ML, 21343, s.1).<sup>13</sup> Ancak burada şunu söylemek gerekir. Bir malikânecinin mukataasının elinden alınması, malikâne sisteminin en önemli özelliği olan kayd-ı hayat şartının ortadan kaldırdığı anlamına gelmektedir. Zira işletmeci her ne kadar hak ettiği meblağı bir şekilde alsa da yapmış olduğu planlar, bu uygulama ile suya düşmüştür.

Hastan mukataaya dönüşüme gelince valide sultanlar öldüğünde bu haslar; emanet, malikâne ve iltizam usulüne göre işletilmiştir. Bu duruma örnek vermek gerekirse Saliha Sebkati Valide Sultan'ın 1739'da

11 1696 tarihinde malikâne sisteminin devreye girmesinden sonra malikânecilerden tahsil edilen kalemiye vergisinin vezir ve hanedan üyelerinin tasarrufundaki haslardan alınmaması kararlaştırılmıştır.

12 Aslında hazinenin geliri 1650'de 532.900.000 akçe, 1678-79'da 660.051.343 akçe, 1710-11'de 1.295.082.371 akçe, 1747'de 1.659.256.212 akçe, 1760-61'de 1.741.680.000 akçe, 1787-88'de de 1.590.540.000 akçe olarak hesaplanmıştır. Ancak bu çalışmada karışıklık olmasın diye bütün değerler esedi kuruşa çevrilmiştir.

13 Buna göre Mehmet Paşa'nın, Hicri 01/01/1143'ten 19/03/1143'e kadar toplam 77 günlük kiste'l-yevmi hazine tarafından ödemiştir.

vefatından sonra Esbkeşan haslıktan çıkarılmıştır (D.HSK.d, 25707, s. 2-3).<sup>14</sup> Ancak valide sultanın vefatının ardından hesapta karışıklık olmaması için mali sene sonuna kadar beklenmiştir (C.SM, 6211, 1739). Bu süreçte hanedan üyesi bir kadına da tahsis edilmemiş, Esbkeşan Mukataası olarak ihaleye sunulmuştur. Artırma suretiyle yapılan müzayedede oluşan 8.500 kuruş muaccele bedeli hazineye teslim edilmesi karşılığında, malikâne suretiyle Kethüda-yı Sadr-ı Ali Vezir-i Mükerrerem Pir Mustafa Ağa ve Valide Sultan Kethüdası Osman Efendi'nin yarı yarıya tasarruf etmesine dair berat verilmesi kararlaştırılmıştır (C.ML, 11109, s.1; MAD. d, 9510, s. 2).

Valide sultanlara tahsis edilen hasların isimlendirilmesi konusuna gelince bilindiği gibi hanedana mensup sultanlara tahsis edilen arazi için paşmaklık terimi kullanımına son verilmiş ve bunlar has tabiriyle anılmaya başlanmıştır (Gökbilgin, 1979: 333-334; İpşirli, 2007: 187). Tablo 2'de de görüldüğü gibi genelde aynı hasların özellikle XVIII. yüzyılın başlarından itibaren valide sultanlara tahsis edilmesinden dolayı Ekradlık, Ankara Bozulus Türkmeni/Tabanlı, Karaman Bozulus Türkmeni, Esbkeşan (Atçeken), Narda, Drama Çeltüğü-i Enhar, Menemen, Zile, Ağzaz, Rişvan ve Kilis haslarına "valide sultan hasları" da denilmiştir.

Valide sultanın, askeri nitelikli birkaç hizmet dışında, sarayda veya taşrada görevli üst düzey bir görevli gibi devlete asker yetiştirmediği anlaşılmaktadır. Ancak yukarıda da belirtildiği gibi onlar, kendilerini fakirlere yardıma ve memleketi imar etmeye adanmışlardır. Bu bağlamda yukarıda anılan bütün valide sultanlar, zorda kalmışlara yardım etmiş, halkın faydalanması için Osmanlı topraklarının dört bir yanını hayır kurumlarıyla donatmıştır (Akyıldız, 2017: 351, 353, 355-356, 362-365, 370-371, 374-375, 382-388, 393-399, 402-411, 412-413, 416-434, 437-438, 441-443; Sabırlı, 2017: 27-148; Hançer, 2017: 18-20; Çankaya Bayraklı, 2020: 100-133; Kala, 2019: 113-142). Diğer taraftan valide sultanların kapısında beslediği asker olmasa da yukarıda yapılan değerlendirmeler çerçevesinde, Hazine-i Amireye sağladıkları önemli katkılarla, bu görevi dolaylı olarak yerine getirdikleri iddia edilebilir.

## **SONUÇ**

Osmanlı Devleti, XVI. yüzyılın sonlarından itibaren önemli yapısal değişimler yaşanmıştır. Bu süreçte padişah haslarından bazıları valide sultanlara tahsis edilmeye başlamış, XIX. yüzyılın ortalarına kadar sürmüştür.

Bu çalışma kapsamında ilk olarak valide sultanların kendilerine tahsis edilen haslar karşılığında; idari sorumluluk aldıkları anlaşılmıştır. İkinci olarak mali açıdan XVII. yüzyılın ortalarına kadar Hazine-i Amireye vergi ödemedikleri, ama tasarruflarındaki haslardan az da olsa Ceyb-i Hümayuna katkıda buldukları görülmüştür. Bununla birlikte valide sultanların kurduğu vakıflara tahsis edilen haslardan, yine İç Hazineye düzenli olmasa da zevaid aktarılmıştır. XVII. yüzyılın ortalarından itibaren ise hem tasarruflarındaki haslardan hem de vakıf haslarından yıllık düzenli olarak vergi ödemeye başlamışlardır. Hatta bu mali sorumlulukları XVII. yüzyılın sonundan başlayarak XVIII. yüzyılda daha da arttığı tespit edilmiştir. Üçüncü olarak valide sultanların genel anlamda, kendi istekleri doğrultusunda yaptıkları askeri yardım dışında, asker yetiştirmek gibi bir yükümlülüklerinin olmadığı buna karşılık fakirleri korumak ve vakıflar kanalıyla memleketi imar etmek gibi görevler üstlendikleri söylenebilir.

Diğer taraftan valide sultanların idari, mali, sosyal sorumluluk altına sokulması, XVI. yüzyıl sonlarından itibaren devletin yeniden yapılanma çabalarının ortaya çıkardığı bir sonuç olduğu anlaşılmaktadır. Valide-i Sultan olarak devletin idaresi noktasında bütün karar alma süreçlerinin merkezinde yer almışlardır. Hatta valide sultanlar, bir sadrazam gibi, belki onlardan daha fazla, sahip oldukları tecrübeyle yönetime iştirak etmişlerdir. Dolayısıyla yönetimde yer almak onlara lutfen verilen bir özellik olmamıştır. Onlar anılan yükümlülüklerini fazlasıyla yerine getirerek bunu kendileri elde etmiştir. Bu gelişmeler paralelinde XVII. yüzyılın ortalarından itibaren valide sultanlığın daha kurumsal bir yapıya kavuştuğu söylenebilir. İşte bu doğrultuda devlet nazarında idari, mali, sosyal sorumluluklarını yerine getiren valide sultanların, yönetici grubundan sadrazam veya vezir gibi, üst düzey bir yönetici olarak görüldüğü iddia edilebilir.

<sup>14</sup> Valide sultanın 18/Ca/1152-23/08/1739'da vefatı üzerine hasların gelirleri, kiste'l-yevm hesabıyla ödenmek üzere kethüdası Osman Efendi'nin idaresine girmiştir.



## **KAYNAKÇA**

### **1. Arşiv Kaynakları**

#### **1.1. Devlet Arşivleri Başkanlığı Osmanlı Arşivi (BOA)**

Ali Emiri Sultan Selim III (AE.SSLM.III), no: 23931.

Bab-ı Asafi Mühimme Defterleri (A.DVNSMHHM.d), no: 21, 29, 35, 42, 74, 75, 76, 78, 89, 91, 92, 93.

Bab-ı Defteri Haslar Mukataası Kalemî Defterleri (D.HSK.d), no: 25697, 25707, 25808, 25840.

Cevdet Askeriye (C.AS), no: 17099.

Cevdet Maliye (C.ML), no: 1044, 1874, 11109, 21343, 26164.

Cevdet Saray (C.SM), no: 3502, 6211.

Cevdet Zabtiye (C.ZB), no: 191.

Evkaf Haremeyn Muhasebesi Defterleri (EV.HMH.d.), no: 401.

Hatt-ı Hümayun (HAT), no: 32869.

İbnülemin Saray Mesalihi (İE.SM), no: 12/1234, 1235, 1258.

İbnülemin Timar ve Zeamet (İE.TZ), no: 6/570.

Kamil Kepeci Defterleri (KK.d), no: 3080, 3114.

Maliyeden Müdevver Defterler (MAD. d), no: 264, 1372, 3472, 7288, 8559, 9508, 9510, 19098, 22249.

Topkapı Sarayı Müzesi Arşivi Defterleri (TS.MA.d), no: 27, 5395, 6881.

Topkapı Sarayı Müzesi Arşivi Evrakları (TS.MA.e), no: 410/17, 410/18, 410/22, 410/24-1, 410/24-2, 410/25-1, 410/26-1, 410/28-2, 410/28-3, 528/43, 528/48, 528/49, 528/58, 528/73, 530/13-1, 530/13-2, 530/13-3, 846/4-1.

#### **1.2. Yayımlanmamış Şer'îye Sicilleri**

Konya Şer'îye Sicilleri (KŞS), no: 32, 56, 59, 69, 76.

### **2. Yayımlanmış Şer'îye Sicilleri**

Sak, İ. (2006). *47 Numaralı Konya Şer'îye Sicili (1128-1129/1716-1717) (Transkripsiyon ve Dizin)*, Tablet Kitabevi, Konya.

### **3. Kitaplar, Tezler, Ansiklopedi Maddeleri, Makaleler ve Bildiriler**

Ágoston, G. (2009). "Savaş-Osmanlı Dönemi", *Türkiye Diyânet Vakfı İslâm Ansiklopedisi*, Cilt 36, Ankara, s. 196-200.

Akgündüz, A. (1990). *Osmanlı Kanunnâmeleri ve Hukukî Tahlilleri I. Kitap*, Fey Vakfı Yayınları, İstanbul.

Akgündüz, A. (1992). *Osmanlı Kanunnâmeleri ve Hukukî Tahlilleri IV. Kitap*, Fey Vakfı Yayınları, İstanbul.

Akgündüz, A. (2000). "İrsâdî Vakıf", *Türkiye Diyânet Vakfı İslâm Ansiklopedisi*, Cilt 22, İstanbul, s. 448-450.

Akyıldız, A. (2012). "Valide Sultan", *Türkiye Diyânet Vakfı İslâm Ansiklopedisi*, Cilt 42, Ankara, s. 494-499.

Akyıldız, A. (2017). *Haremin Padişahı Valide Sultan Haremde Hayat ve Teşkilât*, Timaş Yayınları, İstanbul.

Akyıldız, A. (2017). *Yapay Tarih'in Esirleri*, Timaş Yayınları, İstanbul.

Baltacı, C. (1991). "Arpalık", *Türkiye Diyânet Vakfı İslâm Ansiklopedisi*, Cilt 3, Ankara, s. 392-393.

Barkan, Ö. L. (1942). "Osmanlı İmparatorluğunda Bir İskân ve Kolonizasyon Metodu Olarak Vakıflar ve Temlikler, I: İstila Devrinin Kolonizatör Türk Dervişleri ve Zaviyeler", *Vakıflar Dergisi*, Sayı 2, s.279-387.

Barkan, Ö. L. ve E. Meriçli (1998). *Hüdâvendigâr Livâsı Tahrîr Defteri 1. Cilt*, Türk Tarih Kurumu Yayınları, Ankara, s. 121-123.

Çankaya Bayraklı, Z. (2020). *Sosyo-Ekonomik Yönleriyle Nakşidil Valide Sultan Vakıfları*, (Yayımlanmamış Doktora Tezi), Marmara Üniversitesi.

Cezar, M. (1965). *Osmanlı Tarihinde Levendler*, İstanbul Güzel Sanatlar Akademisi Yayınları, İstanbul

- Cezar, Y. (1986). *Osmanlı Maliyesinde Bunalım ve Değişim (XVIII. Yüzyıldan Tanzimat'a Mali Tarih)*, Alan Yayıncılık İstanbul.
- Çakır B. (2003). *Osmanlı Mukataa Sistemi (XVI-XVIII. Yüzyıl)*, Kitabevi Yayınları, İstanbul.
- Çizakça, M. (2011). *İslam Dünyasında ve Batı'da İş Ortaklıkları Tarihi, çev. Şehnaz Layikel*, Tarih Vakfı Yurt Yayınları, İstanbul.
- Deny, J. (1986). "Vâlide Sultan", *Millî Eğitim Bakanlığı İslâm Ansiklopedisi*, Cilt 13, İstanbul, s. 178-187.
- Emecen, F. (1992). "Bedel", *Türkiye Diyânet Vakfı İslâm Ansiklopedisi*, Cilt 5, İstanbul, s. 301.
- Eroğlu, H. (2010). "Şehzade Osmanlılar'da", *Türkiye Diyânet Vakfı İslâm Ansiklopedisi*, Cilt 34, Ankara, s. 480-481.
- Faroqhi, S. (2004). "Krizler ve Değişim 1590-1699", *Osmanlı İmparatorluğu'nun Ekonomik ve Sosyal Tarihi 1600-1914*, ed. Halil İncalcık-Donald Quataert, Eren Yayıncılık, Cilt 2, İstanbul, s. 543-757.
- Genç, M. (2007). *Osmanlı İmparatorluğu'nda Devlet ve Ekonomi*, Ötüken Yayınları, İstanbul.
- Genç, M. (2000). "İltizam", *Türkiye Diyânet Vakfı İslâm Ansiklopedisi*, Cilt 22, İstanbul, s. 154-158.
- Genç, M. (2003). "Mâlikâne", *Türkiye Diyânet Vakfı İslâm Ansiklopedisi*, Cilt 27, Ankara, s. 516-517.
- Genç, M. (2006). "Mukâtaa", *Türkiye Diyânet Vakfı İslâm Ansiklopedisi*, Cilt 31, Ankara, s. 129-132.
- Gökbilgin, M. T. (1979). "Başmaklık", *Millî Eğitim Bakanlığı İslâm Ansiklopedisi*, Cilt 2, İstanbul, s. 333-334.
- Griswold, W. J. (2000). *Anadolu'da Büyük İsyân 1591-1611*, çev. Ülkün Tansel, Tarih Vakfı Yurt Yayınları, İstanbul.
- Gündüz, T. (1997). *Anadolu'da Türkmen Aşiretleri Bozulus Türkmenleri 1540-1640*, Bilge Yayınları, Ankara.
- Hançer, T. H. (2017). *Mihrişah Valide Sultan Vakfı'nın Sosyal ve Ekonomik Yönleriyle İncelenmesi (1797-1837)*, (Basılmamış Doktora Tezi), Marmara Üniversitesi.
- Hezârfen Hüseyin Efendi. (1998). *Telhîsü'l-Beyân Fî Kavânîn-i Âl-i Osmân*, (Haz: Sevim İlğürel), Türk Tarih Kurumu Yayınları, Ankara.
- İncalcık, H. (2003). *Osmanlı İmparatorluğu Klasik Çağ (1300-1600)*, (Çev: Ruşen Sezer), Yapı Kredi Yayınları, İstanbul.
- İncalcık, H. (2009). *Devlet-i 'Aliyye Osmanlı İmparatorluğu Üzerine Araştırmalar-I: Klasik Dönem (1302-1606) Siyasal, Kurumsal ve Ekonomik Gelişim*, İş Bankası Yayınları, İstanbul.
- İncalcık, H. (2016). *Devlet-i 'Aliyye Osmanlı İmparatorluğu Üzerine Araştırmalar IV: Âyânlar, Tanzimat, Meşrutiyet*, Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, İstanbul.
- İncalcık, H. (2012). "Timar", *Türkiye Diyânet Vakfı İslâm Ansiklopedisi*, Cilt 41, Ankara, s. 168-173.
- İpşirli, M. (1993). "Cihet", *Türkiye Diyânet Vakfı İslâm Ansiklopedisi*, Cilt 7, İstanbul, s. 546-548.
- İpşirli, M. (1995). "Ehl-i Örf", *Türkiye Diyânet Vakfı İslâm Ansiklopedisi*, Cilt 10, İstanbul, s. 519-520.
- İpşirli, M. (2000). "İlmiye", *Türkiye Diyânet Vakfı İslâm Ansiklopedisi*, Cilt 22, İstanbul, s. 141.
- İpşirli, M. (2001). "Kalemiye", *Türkiye Diyânet Vakfı İslâm Ansiklopedisi*, Cilt 24, İstanbul, s. 248-249.
- İpşirli, M. (2007). "Paşmaklık", *Türkiye Diyânet Vakfı İslâm Ansiklopedisi*, Cilt 34, Ankara, s. 186-187.
- İpşirli, M. (2008). "Sadrazam", *Türkiye Diyânet Vakfı İslâm Ansiklopedisi*, Cilt 35, Ankara, s. 414-419.
- İpşirli, M. (2011). "Tekâüt", *Türkiye Diyânet Vakfı İslâm Ansiklopedisi*, Cilt 40, Ankara, s. 340-341.
- Kala, E. S. (2019). "Osmanlı Dönemi Hanım Sultan Vakıfları ve Sosyal Politika Uygulamaları", *Vakıf Kuran Kadınlar*, Vakıflar Genel Müdürlüğü Yayınları, Ankara, s. 113-142.
- Karaca, F. (2012). "Turhan Sultan", *Türkiye Diyânet Vakfı İslâm Ansiklopedisi*, Cilt 41, Ankara, s. 423-425.
- Karademir, Z. (2014). *İmparatorluğun Açlıkla İmtihani Osmanlı Toplumunda Kıtliklar (1560-1660)*, Kitap Yayınevi, İstanbul 2014.
- Karadeniz, H. B. (1995). *Atçeken Oymakları (1500-1642)*, (Basılmamış Doktora Tezi), Erciyes Üniversitesi.
- Khoury, D. R. (2007). *Osmanlı İmparatorluğu'nda Devlet ve Taşra Toplumunu Musul 1540-1834*, (Çev: Ülkün Tansel), Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, İstanbul.

- Orhonlu, C. (1963). *Osmanlı İmparatorluğunda Aşiretleri İskân Teşebbüsü (1691-1696)*, İstanbul Edebiyat Fakültesi Basımevi, İstanbul.
- Orhonlu, C. ve N. Göyünç (1997). "Has", *Türkiye Diyânet Vakfı İslâm Ansiklopedisi*, Cilt 16, İstanbul, s. 268-270.
- Öğün, T. (2006). "Osmanlı'da Müsâdere", *Türkiye Diyânet Vakfı İslâm Ansiklopedisi*, Cilt 32, Ankara, s. 67-68.
- Örenç, A. F. (2012). "Padişah ve Hanedan Vakıfları", *Bir Medeniyetin İzdüşümü Vakıflar*, Vakıflar Genel Müdürlüğü Yayınları, İstanbul, s. 89-109.
- Özcan, A. (2002). "Köprülüzâde Fâzıl Mustafa Paşa", *Türkiye Diyânet Vakfı İslâm Ansiklopedisi*, Cilt 26, Ankara, s. 263-265.
- Özvar, E. (2003). *Osmanlı Maliyesinde Malikâne Uygulaması*, Kitabevi Yayınları, İstanbul.
- Özvar, E. (2006). "Osmanlı Devletinin Bütçe Harcamaları (1509-1788)", *Osmanlı Maliyesi: Kurumlar ve Bütçeler I*, (Haz: Erol Özvar, Mehmet Genç), Osmanlı Bankası Arşiv ve Araştırma Merkezi, İstanbul, s. 197-238.
- Özvar, E. (2007). "Malî Yapı", *Türkiye Diyânet Vakfı İslâm Ansiklopedisi*, Cilt 33, Ankara, s. 521-525.
- Pamuk, Ş. (1999a). *Osmanlı İmparatorluğunda Paranın Tarihi*, Tarih Vakfı Yurt Yayınları, İstanbul.
- Pamuk, Ş. (1999b). "Osmanlı İmparatorluğu'nda Fiyat Devrimine Yeniden Bakış", *Osmanlı*, (Ed: Güler Eren), Yeni Türkiye Yayınları, Cilt 3, Ankara, s. 193-201.
- Peirce, L. P. (2000). *Harem-i Hümayun Osmanlı İmparatorluğu'nda Hükümler ve Kadınlar*, (Çev: Ayşe Berktaş), Tarih Vakfı Yurt Yayınları, İstanbul.
- Sabırlı, T. (2017). *Nurbanu Atik Valide Sultan Vakfı'nın Sosyal ve Ekonomik Açardan İncelenmesi 1582-1826*, (Basılmamış Doktora Tezi), İstanbul Üniversitesi.
- Sahillioğlu, H. (1967-1968). "Sıvış Yılı Buhranları", *İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Mecmuası*, C. 27, S. 1-2, İstanbul, s. 75-111.
- Sahillioğlu, H. (1991). "Avâz", *Türkiye Diyânet Vakfı İslâm Ansiklopedisi*, Cilt 4, İstanbul, s. 108-109.
- Sevinç, T. (2010). *1695 ve 1696 Avusturya Seferlerinde Organizasyon ve Lojistik*, (Basılmamış Doktora Tezi), Marmara Üniversitesi.
- Sofyalı Ali Çavuş, (1992). *Sofyalı Ali Çavuş Kanunnâmesi: Osmanlı İmparatorluğu'nda Toprak Tasarruf Sistemi'nin Hukukî ve Mâlî Müeyyide ve Mükellefiyetleri*, (Haz: Midhat Sertoğlu), Marmara Üniversitesi Yayınları, İstanbul.
- Söylemez, F. (2007). *Osmanlı Devletinde Aşiret Yönetimi Rişvan Aşireti Örneği*, Kitabevi Yayınları, İstanbul.
- Şahin, İ. (1980). *Yeni-il Kazası ve Yeni-il Türkmenleri (1548-1653)*, (Basılmamış Doktora Tezi), İstanbul Üniversitesi.
- Tabakoğlu, A. (1985). *Gerileme Dönemine Girerken Osmanlı Mâlîyesi*, Dergâh Yayınları, İstanbul.
- Tabakoğlu, A. (2000). "İmdâdiyye", *Türkiye Diyânet Vakfı İslâm Ansiklopedisi*, Cilt 22, İstanbul, s. 221-222.
- Tabakoğlu, A. (2006). "Osmanlı Devletinin İç Hazinesi", *Osmanlı Maliyesi: Kurumlar ve Bütçeler I*, (Haz: Erol Özvar, Mehmet Genç), Osmanlı Bankası Arşiv ve Araştırma Merkezi, İstanbul, s. 51-56.
- Temel, E. (2017). *Konya'da Ayanlık (1639-1839)*, (Basılmamış Doktora Tezi), Selçuk Üniversitesi.
- Tomar, C. (2006). "Müsâdere", *Türkiye Diyânet Vakfı İslâm Ansiklopedisi*, Cilt 32, Ankara, s. 65-67.
- Uluçay, M. Ç. (1980). *Padişahların Kadınları ve Kızları*, Türk Tarih Kurumu Yayınları, Ankara.
- Uzunçarşılı, İ. H. (1978). "Osmanlı Devleti Mâlîyesinin Kuruluşu ve Osmanlı Devleti İç Hazinesi", *Belleten*, Türk Tarih Kurumu Yayınları, Cilt 62, S. 165, Ankara, s. 67-93.
- White, S. (2013). *Osmanlı'da İsyan İklimi Erken Modern Dönemde Celâli İsyanları*, (Çev: Nurettin Elhüseyni), Alfa Basım, İstanbul

**Beyan ve Açıklamalar (Disclosure Statements)**

1. Bu çalışmanın yazarları, araştırma ve yayın etiği ilkelerine uyduklarını kabul etmektedirler (The authors of this article confirm that their work complies with the principles of research and publication ethics).
2. Yazarlar tarafından herhangi bir çıkar çatışması beyan edilmemiştir (No potential conflict of interest was reported by the authors).
3. Bu çalışma, intihal tarama programı kullanılarak intihal taramasından geçirilmiştir (This article was screened for potential plagiarism using a plagiarism screening program).





Article Info/Makale Bilgisi

✓Received/Geliş:07.02.2021 ✓Accepted/Kabul:30.07.2021

DOI:10.30794/pausbed.876137

Araştırma Makalesi/ Research Article

Çakmak, F. ( 2022). "Yapısal Sermayenin İşletme Performansına Etkisinde Örgütsel Çevikliğin Aracılık Rolü", *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı 43, Denizli, ss. 171-184.

## YAPISAL SERMAYENİN İŞLETME PERFORMANSINA ETKİSİNDE ÖRGÜTSEL ÇEVİKLİĞİN ARACILIK ROLÜ

Faruk ÇAKMAK\*

### Öz

Bu çalışmanın amacı; yapısal sermaye, örgütsel çeviklik ve işletme performansı değişkenleri arasındaki ilişkileri incelemektir. Araştırmanın ana sorgusu; örgütsel çevikliğin yapısal sermaye ve işletme performansı arasındaki ilişkide aracılık rolüne sahip olduğu üzerine temellendirilmiştir. Araştırma verileri, Türkiye’de hizmet sektöründe İstanbul, Bursa, Erzurum ve Erzincan illerinde faaliyet gösteren bir işletmenin 676 çalışanına yapılan çevrimiçi anket sonucunda elde edilmiştir. Veri analizinde kademeli olarak SPSS 22 ve AMOS programlarından yararlanılmıştır. Araştırma bulgularına göre; örgütsel çevikliğin yapısal sermaye ve işletme performansı arasındaki ilişkide aracılık rolüne sahip olduğu belirlenmiştir. Ayrıca araştırmanın diğer hipotezlerini oluşturan ve değişkenler arasındaki direkt ilişkileri içeren önermeler desteklenmiştir. Araştırma sonuçları üzerinden sektör yöneticilerine ve gelecekte yapılacak çalışmalara önerilerde bulunulmuştur.

**Anahtar kelimeler:** *Yapısal Sermaye, Örgütsel Çeviklik, İşletme Performansı.*

## THE MEDIATING ROLE OF ORGANIZATIONAL AGILITY IN THE EFFECT OF STRUCTURAL CAPITAL ON BUSINESS PERFORMANCE

### Abstract

The aim of this study is to examine the relationships between structural capital, organizational agility and business performance variables. The main query of the research is based on the fact that organizational agility has a mediating role in the relationship between structural capital and business performance. Research data was obtained with the online survey from a company's 676 employees operating in the service sector in Istanbul, Bursa, Erzurum and Erzincan province, in Turkey. SPSS 22 and AMOS programs were gradually used in data analysis. According to the research findings; It has been determined that organizational agility has a mediating role in the relationship between structural capital and business performance. In addition, propositions that constitute the other hypotheses of the research and contain direct relationships between variables were supported. According to the research findings, recommendations were made to the sector managers and future studies.

**Keywords:** *Structural Capital, Organizational Agility, Organizational Performance.*

\*Gebze Teknik Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü, KOCAELİ.  
e-posta:farukcakmaktr@gmail.com (<https://orcid.org/0000-0001-8291-9659>)



## **GİRİŞ**

Endüstri toplumundan bilgi toplumuna geçiş süreciyle birlikte, bilgi kavramı önemini arttırarak kurumların en hayati varlıkları haline gelmiştir. Endüstri devriminde bilgi arka planda olup fiziksel sermaye ön plandayken şimdi ise, işletme yönetiminde bilginin merkezde konumlandığı entelektüel sermaye yönetimi kavramı gelişmiştir. Entelektüel sermaye; genel çerçevede insan, müşteri ve yapısal sermaye kavramlarını ve bu kavramların faaliyet alanlarını konu almaktadır. İşletmeler rekabetçi pazar koşullarında hayatta kalmak ve bunun ötesinde rakiplerinden pozitif manada ayrılıp fark oluşturmak için, entelektüel sermaye bileşenlerini birbirleriyle bütünleşmiş biçimde uçtan uca yönetmek zorundadırlar. Bu yönetimi başarabilen kurumlar, entelektüel sermayeyi etkili yönetip iç (çalışan ve hissedarlar) ve dış paydaşlar (müşteri, tedarikçi, çözüm ortakları, toplum vs.) nezdinde memnuniyet sağlamaktadırlar (Demir ve Demirel, 2011).

Entelektüel sermayenin üç önemli unsurundan biri olan yapısal sermaye, kurumların bilgi alt yapısını oluşturmaktadır. Bu altyapı içerisine; kurumun süreç envanteri, sahip olduğu yazılım ve donanım gibi varlıklar girmektedir (Ertaş ve Coşkun, 2005). Yapısal sermayeyi etkin biçimde yapılandıran işletmeler, aynı zamanda insan sermayesi seviyelerini de geliştirmektedirler. Bunun tam tersi yaklaşımda, insan sermayesi yapısal sermayeyi geliştiren önemli bir öğedir (Yılmaz vd., 2005). Diğer taraftan yapısal sermaye düzeyinin yüksek olması, işletmelerin örgütsel çeviklik reflekslerini arttırmaktadır. Örgütsel çeviklik bir kurumda, esneklikten çok daha kapsamlı bir işleve sahiptir. Çeviklik; hızla değişen, belirsiz, karmaşık ve muğlak bir iş ekosisteminde, değişen müşteri talep, beklenti ve şikâyetlerine optimum kaynak planlaması kapsamında, kaliteli ve hızlı bir şekilde dönüş yapabilmektir (Vokurka ve Flidner, 1998).

Yapısal sermaye ve örgütsel çeviklik bileşenlerinde sağlanacak olası iyileşmeler, işletme performansı ve müşteri memnuniyeti hedeflerine olumlu yansımaktadır (Chen, 2008). Bu araştırmanın sorunsalı; günümüz işletmelerinin gündeminde olan entelektüel sermayenin unsurlarından yapısal sermaye, örgütsel çeviklik ve işletme performansı olguları arasındaki ilişkileri incelemektir. Bunun yanı sıra, yapısal sermayenin işletme performansına etkisinde örgütsel çeviklik değişkeninin aracılık rolüne sahip olup olmadığı, araştırmanın ana hipotezidir. Çalışmanın ilk bölümünde sırasıyla; yapısal sermaye, örgütsel çeviklik ve işletme performansı konularıyla ilgili literatür destekli bilgiler verilmiştir. Çalışmanın uygulama aşaması; İstanbul, Bursa, Erzurum ve Erzincan illerinde faaliyet gösteren hizmet sektörü çalışanlarını içermekte olup, araştırmaya konu değişkenlerin analizleri bu bölümde gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın önemi; yapısal sermaye, örgütsel çeviklik ve işletme performansı değişkenleri arasında direkt ve aracılık etkilerini hizmet sektöründe ortaya çıkarması olup, sonuç bölümünde araştırma bulguları üzerinden sektör profesyonelleri ve karar vericilerine önerilerde bulunulmuştur.

## **1. LİTERATÜR İNCELEMESİ**

### **1.1. Yapısal Sermaye**

Yapısal sermaye, entelektüel sermayenin en temel yapı taşıdır. İnsan sermayesi ve müşteri sermayesi başta olmak üzere, diğer sermaye türleri yapısal sermaye temeli üzerinden yapılandırılırlar (Nordström ve Ridderstrale, 2000). Yapısal sermayenin iyi seviyede olmadığı bir işletmede, insan sermayesi ve müşteri sermayesi bileşenlerinden istenilir seviyede verim almak güçtür. Bundan dolayı yapısal sermaye bir işletmenin sermaye iskeletini oluşturmaktadır (Kurşunmaden, 2009). Bilgi ve iletişim teknolojileri başta olmak üzere yazılım sistemleri, bilgi sistemleri, model ve yöntemler, kurum markası ve imajı, işletmenin sahip olduğu süreç altyapısı (prosedür, usul esas, talimat, iş akışları vs.), yapısal sermayenin temel bileşenleri arasındadır. İnsan faktörü dışında kalan ve çalışanların olası işten ayrılma durumlarında dahi etkisini sürdüren bilgi bütünü, yapısal sermaye olarak tanımlanmaktadır. (Pablos, 2002). Bu bilgi kapsamına; kurumun sahip oldukları süreçler, patentler, yazılım ve donanımlar girmekte olup, tüm bu bileşenler kurumsal hafızanın oluşum ve gelişiminde katalizör görevi görmektedirler.

İşletmede yürütülen işlerin kişiye bağımlı olmadan belli bir sistematik içinde yönetilmesi kurumsal hafıza ekosistemini oluşturmaktadır. Bir işletmenin kurumsal hafızası ne kadar iyi seviyedeyse, kurumsallık seviyesi de o denli olgun seviyededir. Yapısal sermaye bu noktada, işletme içinde dolaşan bilginin kayıt altına alınıp uçtan uca yönetilmesine imkan vererek, işletmelerin kurumsallık süreçlerine katkı sağlamaktadır (Uzay ve Savaş, 2003).

Kurumsal hafızayı tesis etmenin en önemli yolu, kurum içindeki bilgi akışının kayıt altına alınmasıdır. Manuel yürütülen ve yönetilen bilginin kalitesini ve tutarlığını garanti altına almak oldukça zordur. Manuel yönetilen süreçler belli bir süre sonra işletmede bilgi asimetrisine yol açmaktadır (Bontis, 1998). Böyle bir durumda herhangi bir bölüm ya da çalışandaki bir bilgi, bir başkasıyla örtüşmeyecektir ki bu durum, kurumsal hafızanın oluşumunda en büyük engellerden biridir. İşletmede bilgi simetrisini sağlamak; tüm birim, pozisyon, unvan bazında hizalamanın anahtarı olup, öncelikle bilgiyi kayıt altına almaktan geçmektedir. Teknolojinin hayatımıza girmesiyle birlikte, hemen hemen her alan ve sektörde otomasyona geçilerek bilgi kayıt altına alınmaya başlanmıştır. Hatta bulunduğumuz noktada kayıt edilen bilgiler yapay zeka, makine öğrenmesi, veri madenciliği gibi disiplinlerle işlenip katma değerli bilgi haline getirilmeye başlanmıştır. Tüm bu çaba ve işlemler, kurumların yapısal sermaye olgunluk seviyelerine pozitif manada etki etmektedir (Büyükozan, 2002).

### **1.2. Örgütsel Çeviklik**

Geleneksel yönetim yaklaşımının hakim olduğu endüstri devriminde, işletmelerin büyüklükleri nicel verilerle değerlendirilmekteydi. Bu verilerin arasında; çalışan sayısı, ciro, makine ve teçhizat sayısı, gayrimenkul adedi gibi parametreler bulunmaktaydı. Endüstri devrimi ve dolayısıyla endüstri toplumundan bilgi toplumuna geçiş sürecinde, bilginin dolayısıyla da entelektüel sermaye konseptinin önemini arttırmasıyla birlikte, artık işletme büyüklükleri ölçümlenirken sadece nicel verilere değil, nitel verilere de önem verilmektedir. Hatta bazı durumlarda nitel verinin nicel veri önüne geçtiği söylenilebilir. Bu duruma örnek olarak, insan kaynakları uygulamalarından biri olan yetenek yönetimi stratejileri kapsamında, artık çalışan sayısından ziyade çalışanın niteliğinin yani yetkinliğinin öne çıkması gösterilebilir. İşletmeler endüstri devrimindeki konjonktürden farklı olarak, elindeki kaynakla maksimum çıktıya ulaşmayı hedeflemektedirler. Bu amacı gerçekleştirmek için sayıca az, ancak yetkinlik olarak iyi durumda olan çalışanları istihdam etmeye gayret etmektedirler. Tam da bu noktada nitelikli insan faktörüne ilaveten, işletmeleri rakiplerinden farklılaştıran etmenlerden bir diğeri olan örgütsel çeviklik kavramı gündeme gelmektedir (Karahana ve Yılmaz, 2010).

Örgütsel çeviklik, genel olarak işletmenin tahmin edilemeyen ya da öngörülmesi güç değişim ve gelişimlere, hızlı ve yerinde reaksiyon gösterebilme refleksidir. Günümüzde değişim ekosistemi VUCA dünyası olarak tanımlanmaktadır. Bu dünyanın kaygınlık, belirsizlik/karasızlık, karmaşıklık ve muğlaklık olmak üzere dört boyutu bulunmaktadır. İşletmeler gerek iç (çalışanlar, hissedarlar) gerekse de dış (müşteriler, tedarikçileri çözüm ortakları, rakipler vs.) paydaşlar ilgili süreçlerin sürekli ve kesintisiz bir şekilde değiştiği bir ortamda, örgütsel çeviklik altyapılarıyla ancak bu değişime istenilir seviyede cevap verebilirler. Örgütsel çeviklik potansiyeline sahip olmayan işletmeler, rekabetçi piyasada rakiplerinden pozitif manada ayrılıp rekabet avantajı sağlamak bir yana, buldukları sektörde mevcudiyetlerini sürdürme, yani hayatta kalma noktasında dahi zorluklarla karşılaşmaktadırlar. Örgütsel çeviklik refleksine sahip olmayan işletmeler, şirket içi ve dışında yaşanan gelişmeleri doğru okumak ve bu gelişmelere karşı reaksiyon vermek konusunda zorlanmaktadırlar (Kasap ve Peker, 2009).

Örgütsel çeviklikte içinde bulunulan durumu iyi okuyup analiz edebilme yetkinliği bulunmaktadır. Dolayısıyla çeviklik yaklaşımı, bir problemin olduktan sonrası süreçteki atılması gereken adımlardan ziyade, problemin oluşumunu engelleyecek sistematığı ortaya çıkarmaya odaklanır. Buradan hareketle, örgütsel çevikliğin reaktif bir tutum yerine proaktif bir yaklaşım üzerine temellendiği rahatlıkla söylenilebilir. Örgütsel çevikliğin başarılı olmasında işletmenin istihdam ettiği insan sermayesi ve bu sermayenin çeviklik bakış açısına sahip olması son derece etkilidir. Örgütsel çevikliği uygulayacak hedef kitle çalışanlardır. Dolayısıyla çalışanların öncelikle çevikliğin ne olduğunu bilmesi, bu konuda farkındalığın ötesinde bir uzmanlığa sahip olması ve kurum içinde yerine getirdikleri iş tanımını çerçevesinde çeviklik yaklaşımıyla hareket etmeleri çok önemlidir (Baki, 2003).

### **1.3. İşletme Performansı**

Bugünün rekabetçi ortamında hemen hemen tüm şirketlerin ana amacı; kar elde ederek sağlam finansallara sahip olmaktır. Hatta kamu hizmeti görmenin temel amaç olarak konumlandığı kamu kurumlarında dahi artık kar elde etmek, öncelikli hedefler arasına girmiştir. Dolayısıyla bu açıdan kamu sektörü de özel sektöre yakınsamaya başlamıştır. Bir işletmenin hedeflediği kara ve finansallara ulaşması, çalışanlarının sergileyeceği performansla yakından ilintilidir. İstihdam ettiği çalışanlardan optimum manada performans elde eden, çalışanların yetkinliklerinden maksimum seviyede yararlanan işletmeler, hedeflerine ulaşmada avantaj kazanacakları gibi, sektörde de rakiplerine üstünlük kurmada öne geçeceklerdir (Çelik ve Çıra, 2013).

İşletme performansı; kabaca bir kurumun önceden belirlediği hedeflere ne ölçüde ulaştığını göstermektedir. Daha detaylı bir bakış açısına göre işletme performansı; kurumun müşterinin talep, şikayet ve önerilerine hangi çeviklik ve kalitede cevap verebildiği, sahip olduğu insan sermayesi başta olmak üzere, kaynaklarını ne ölçüde optimum kullandığı ve değişime ne kadar uyum sağlayabildiği reflekslerinin birleşimidir. Her ne kadar işletme performansına etki eden çok disiplinli bir yapı olsa da, bu yapı içerisinde başarıyı en çok etkileyen faktör, insan faktörü yani çalışanlardır. Yetkin bir insan kaynağına sahip olmayan kurumlar, insan dışı parametrelerde ne kadar iyi olurlarsa olsunlar, hedefledikleri performansa ve finansallara ulaşmada zorluk yaşayacaklardır (Yaraloğlu, 2001).

Geleneksel işletme yönetimi yöntemlerinde, işletme performansı ölçülürken ağırlıklı olarak finansal ölçütler kullanılmıştır. Bununla birlikte, bilginin ve bilgiye toplumsal kavramının önemini arttırmasıyla birlikte bu yaklaşım yerini, daha karmaşık disiplinler arası bir ölçüm metoduna bırakmıştır. Entelektüel sermaye kavramının ortaya çıkışıyla ön plana çıkan insan sermayesi kavramı, insanla yani çalışanla ilgili performans metriklerini ortaya çıkarmıştır (Emrem, 2002). Günümüzde insan sermayesi seviyesini arttırmaya yönelik adımlar kapsamında, uçtan uca yönetim çerçevesinde insan kaynakları uygulamalarına (işe alım, eğitim ve gelişim, yetenek yönetimi ve kariyer yönetimi süreçleri, ücret yönetimi, kaynak planlama, çalışma ilişkileri, iş sağlığı güvenliği hizmetleri vs.) yoğunlaşan işletme karar vericileri, hedef belirleme dönemlerinde bu uygulamalarla ilgili performans göstergelerine önem vermeye başlamışlardır (Sarıaltın, 2003). İşletme hedef karnelerinde artık sadece finansallarla (faaliyet sonrası öncesi ve sonrası kar, nakit akış performansı, bilanço olgunluğu, UFRS'ye uygunluk vs.) ilgili veriler bulunmamakta, aynı zamanda örgütsel bağlılık, iş gücü devir hızı, yöneticilerin liderlik performansları, yeteneği elde tutma oranları gibi insan kaynakları merkezli hedefler de yer almaktadır. Bu durum işletmelerin performans değerlendirme sürecinde, paradigma değişikliği noktasında zamanla yaşanan değişimi açıkça göstermektedir (Ağca, 2005).

## **2. DEĞİŞKENLER ARASINDAKİ İLİŞKİLERİN TESPİTİ VE HİPOTEZLERİN GELİŞTİRİLMESİ**

### **2.1. Yapısal Sermaye ve İşveren Performansı Arasındaki İlişki**

Yapısal sermaye işletmeye özgü olup, işletmeden işletmeye farklılık göstermektedir. Buradan hareketle yapısal sermayeyle işletme performansı arasındaki ilişkinin de kurum bazında farklılaşabileceği söylenebilir. Bu konuda literatürde yapılan araştırmalar incelendiğinde sonuçlarla ilgili genel tespit; yapısal sermayenin işletme performansına pozitif yönde etki ettiği üzerinedir. İşletme yöneticileri tarafından yapısal sermayeyi iyileştirme çerçevesinde atılacak adımlar, aynı zamanda işletme performansı seviyesini de yükseltecektir. Benzer şekilde yapısal sermaye seviyesinde meydana gelebilecek bir gerileme, işletmenin performans verilerine de olumsuz yansıtacaktır (Kurgun ve Akdağ, 2013).

Hizmet ve üretim sektörlerinde çalışan MBA öğrencilerinin hedef kitle olarak konumlandırıldığı bir araştırma modelinde, entelektüel sermaye bileşenleri olan insan, yapısal ve müşteri sermayesi bileşenleriyle işletme performansı arasındaki ilişkiler incelenmiştir. Araştırma sonuçlarına göre entelektüel sermaye bileşenleri arasında pozitif bir ilişki olduğu, aynı şekilde bu bileşenlerin işletme performansına olumlu manada etki ettiği ortaya çıkmıştır. Daha detayda, araştırma bulguları sonucunda yapısal sermayenin işletme performansını pozitif yönde etkilediği bulunmuştur (Bontis vd., 2000). Pena (2002) tarafından icra edilen ve İspanya'da faaliyetlerini sürdüren 114 kurumun anket aşamasında faydalandığı konuyla ilişkili başka bir çalışmada, işletme performansının yapısal sermaye tarafından olumlu yönde etkilendiği tespit edilmiştir. Bu açıklamalar çerçevesinde, yapısal sermaye ve işletme performansı arasındaki hipotez aşağıdaki şekilde ifade edilebilir.

**H1:** Yapısal sermaye işletme performansına pozitif yönde etki etmektedir.

### **2.2. Yapısal Sermaye ve Örgütsel Çeviklik Arasındaki İlişki**

Entelektüel sermaye bileşenlerinden olan yapısal sermaye seviyesinin kurum içerisinde artması, insan sermayesi seviyesinin de artması anlamına gelmektedir (Kanıbir, 2004). Yapısal sermaye bir yaklaşıma göre, insan sermayesiyle ilgili altyapıyı oluşturmaktadır. Bu altyapının içinde bulunan işletme süreçleri, yazılım ve donanım alt yapılarıyla insan sermayesi seviyesi yükseltilebilmektedir. İnsan sermayesinde sağlanan artış ise; zincirleme etkiyle

örgütsel çeviklik boyutunu beslemektedir. Örgütsel çevikliği en önemli yapı taşlarından biri, insan sermayesinin de en temel bileşenlerinden biri olan, yetkin ve nitelikli çalışanlardır. Örgütsel çevikliğin iyi seviyelerde olması; işletmenin ne kadar iyi süreç alt yapısına ve insan kaynağına sahip olmasıyla yakından ilintilidir. Bu tespitlere örnek olarak Ustasüleyman (2008) yaptığı araştırmada, örgütsel çevikliğin yapısal sermaye tarafından etkilendiğini belirlemiştir. Bu açıklamalar ışığında, araştırmamızın ikinci hipotezi aşağıdaki gibi tanımlanabilir.

**H2:** Yapısal sermaye örgütsel çevikliğe pozitif yönde etki etmektedir.

### **2.3. Örgütsel Çeviklik ve İşveren Performansı Arasındaki İlişki**

Örgütsel çeviklik değişimin, belirsizliğin, karmaşıklığın ve muğlaklığın olduğu VUCA dünyasında işletmelere avantaj kazandırdığı gibi, işletme performansına da olumlu yönde etki etmektedir. Uluslararası saygın danışmanlık şirketlerinden biri olan McKinsey'in örgütsel çeviklik ve işletme performans verilerini de içeren bir raporda, her iki değişken arasında pozitif bir ilişki olduğu vurgulanmıştır. Rapor çıktılarına göre, örgütsel çeviklik seviyesi yüksek olan kurumlarda işletme performansı metrikleri de yüksek çıkmaktadır. Raporda işletme performansı metrikleri arasında öne çıkarılan parametreler; gelir ve kar seviyesindeki artış, müşteri memnuniyeti, sadakati ve bağlılığıyla pazara yayılabilme gücü gelmektedir (McKinsey, 2006). Örgütsel çeviklik ve işletme performansı ilişkisiyle ilgili literatürde yer alan ve Ateş vd. (2019), Küçükkanca vd. (2006) tarafından yerine getirilen diğer çalışmalarda sonuçlar da, McKinsey'in raporundaki çıktılarıyla uyumluluk göstermektedir. Bu tespitlerden hareketle, örgütsel çeviklik ve işletme performansı arasındaki ilişki aşağıdaki hipotezle tanımlanabilir.

**H3:** Örgütsel çeviklik işletme performansına pozitif yönde etki etmektedir.

### **2.4. Örgütsel Çevikliğin Yapısal Sermaye ve İşveren Performansı Arasındaki İlişkideki Aracılık Rolü**

Entelektüel sermaye ve çeviklik konularının önem kazanmasıyla birlikte, son on beş yılda bu alanda yapılan çalışmaların sayısı oldukça artmıştır. Entelektüel sermayeyle ilgili araştırmalar bilgi toplumuna geçiş süreciyle birlikte hızlanırken, örgütsel çeviklik ile ilgili çalışmalar ise; özellikle teknoloji merkezli değişime ayak uydurma gereksinimiyle ortaya çıkmıştır. Çeviklik kavramının çıkış noktası her ne kadar teknoloji süreçleriyle ilişkili olsa da, zamanla bu alanda deneyimlenerek süreç haline getirilen uygulamalar, insan kaynakları ve yönetim alanları olmak üzere diğer disiplinlere de sıçramıştır. Artık çeviklik yaklaşımı sadece teknoloji disiplini bünyesinde yer alan yazılım geliştirme süreçlerinde uygulanmamakta, aynı zamanda insan kaynakları yoğun olmakla birlikte tüm yönetim süreçlerine uyarlanmaktadır. Hatta örgütsel çeviklik konusunda olgunluk seviyesinde bulunan işletmeler, çeviklik kavramını şirketin değerleri içinde adresleyerek tüm çalışanlarınca sahiplenilmesini sağlamaya çalışmaktadır (Welle, 2014).

Entelektüel sermaye ve örgütsel çeviklik konularıyla ilgili literatürde çalışmalara rastlansa da, bu iki değişkene ilaveten işletme performansını da içerecek şekilde araştırmayı modelleyen çalışmalara az rastlanmaktadır. Bu çalışmalardan biri olan Sağır ve Gönülölmez (2019) tarafından yapılan çalışmada, her üç değişken de araştırmaya modelinde konumlanmıştır. Araştırma Konya'da gerçekleştirilmiş olup hedef kitle olarak 500 ve üzeri çalışan sayısına sahip kurumlardaki çalışanlar baz alınmıştır. Uygulama aşamasında, toplamda 4500 kişilik çalışanın yer aldığı havuza yapılan anket uygulama süreciyle veriler toplanmıştır. Araştırma bulgularına göre; yapısal sermaye ve işletme performansı ilişkisinde örgütsel çevikliğin aracılık etkisine sahip olduğu ortaya çıkmıştır (Sağır ve Gönülölmez, 2019). Buna göre araştırma modelinde, örgütsel çevikliğin yapısal sermaye ve işletme performansı ilişkisinde aracılık etkisine ilişkin hipotez aşağıdaki şekilde tanımlanabilir.

**H4:** Örgütsel çeviklik, yapısal sermaye ve işletme performansı ilişkisinde aracılık etkisine sahiptir.

## **3. ARAŞTIRMA YÖNTEMİ**

### **3.1. Örneklem**

Araştırmamızın ana kümesini hizmet sektöründe faaliyet gösteren ve 5000 üzeri çalışana sahip bir işletme oluşturmaktadır. Araştırma anketi İstanbul, Bursa, Erzurum ve Erzincan illerindeki çalışanlara açılmış olup, çalışanlarla ilgili demografik veriler Tablo 1'de özetlenmektedir.

**Tablo 1: Demografik Özellikler**

Değişken	Frekans	Yüzde
<b>Cinsiyet</b>		
Erkek	317	47%
Kadın	359	53%
<b>Medeni Durum</b>		
Bekar	411	61%
Evli	265	39%
<b>Yaş</b>		
0-3 yıl	292	43%
4-7 yıl	223	33%
8 yıl ve üzeri	161	24%
<b>Eğitim Düzeyi</b>		
Lise	209	31%
Lisans	423	63%
Yüksek Lisans	44	7%
<b>Çalışma Süresi (Kıdem)</b>		
22-28 yaş	345	51%
29-35 yaş	239	35%
36 yaş ve üzeri	92	14%
<b>Çalışılan Lokasyon</b>		
İstanbul	218	32%
Bursa	178	26%
Erzurum	148	22%
Erzincan	132	20%

### 3.2. Veri Toplama Aracı ve Ölçek

Veri toplama aracı olarak çoktan seçmeli anket formundan yararlanılmış olup, anket tasarımında 5'li Likert ölçeği kullanılmıştır. Ölçekteki seçenekler “tamamıyla katılmıyorum (1)” seçeneğiyle “tamamıyla katılıyorum (5)” seçeneği arasında sıralanmıştır. Araştırma anketi; demografik özelliklerle ilgili sorular, yapısal sermaye bileşenleri soruları, örgütsel çeviklik soruları ve işletme performansı soruları olmak üzere, dört bölümden oluşmaktadır. Demografik özellikler; cinsiyet, medeni durum, yaş, çalışma süresi, eğitim düzeyi ve çalışılan lokasyon değişkenlerinden oluşmaktadır. Araştırmaya ait anket 9.12.2019 ve 27.12.2019 tarihleri arasında gerçekleştirildiğinden, etik kurulu onayı süreci uygulanmamıştır.

Yapısal sermaye ölçeğiyle ilgili, Chen (2012)'in yaptığı araştırmadaki ölçekten yararlanılmıştır. Örgütsel çeviklik ölçeğinde; Navarro vd. (2016)'nın çalışmalarında kullandığı ölçekten faydalanılmıştır. Son ölçek olan işletme performansı ile ilgili ise, Eren (2007) tarafından oluşturulan ölçek kullanılmıştır. Bu ölçekte finansal ve finansal olmayan metrikler bulunmakta olup; karlılık, yeni ürün ve hizmet sayısı, müşteri memnuniyeti ve pazar payındaki artış parametreleri temel performans göstergeleri arasındadır. Genel olarak değerlendirildiğinde ölçekte; yapısal sermayeden 12 ifade, örgütsel çeviklikle ilgili 8 ve işletme performansı ile ilgili 18 ifade yer almaktadır. Bu durumda ankette, demografik değişkenlerle (6 ifade) birlikte toplam 44 ifade yer almaktadır.

Anketle ilgili ölçek geliştirildikten sonra, tasarım ve tutarlılık alanlarında kontrol yapmak amacıyla; deneyimli sektör yöneticileri ve akademik uzmanlardan oluşan 22 kişilik bir örnekleme sorular sorularak sonuçlar analiz edilmiştir. Elde edilen sonuçlar üzerinden sonuçların tutarlı olduğu anlaşıldığından, anket ölçeğinin olduğu gibi kullanılmasına karar verilmiştir.

#### 4. ANALİZ ve BULGULAR

##### 4.1. Ölçeklere İlişkin Güvenirlik Analizi

Araştırmada güvenilirlik analizi kapsamında; yapısal sermaye, örgütsel çeviklik ve işletme performansı ölçeklerine, SPSS’te ayrı ayrı güvenilirlik analizi uygulanmıştır. Güvenirlik ölçütü olarak içsel tutarlılığın test edilmesinde en çok kullanılan yöntem olan Cronbach Alpha kullanılmıştır. Cronbach Alpha; 0 ile 1 arasında bir değer almakla birlikte, bire yaklaştıkça ölçeğin güvenirliliği de artmaktadır. Ölçeklere ait Cronbach Alpha değerleri incelendiğinde; yapısal sermaye ölçeği için ( $\alpha=0,951$ ), örgütsel çeviklik ölçeği için ( $\alpha=0,932$ ) ve işletme performansı ölçeği için ( $\alpha=0,944$ ) olarak gerçekleşmiş olup, bu değerler araştırma modeline ait ölçeklerin güvenirliliklerinin yeterli seviyede olduğuna işaret etmektedir (Tavakol ve Dennick, 2011).

##### 4.2. Açıklayıcı Faktör Analizi

Yapısal sermaye, örgütsel çeviklik ve işletme performansı ölçeklerinin yapı geçerliliğini test etmek üzere ölçeklere önce açıklayıcı faktör analizi, daha sonra ise doğrulayıcı faktör analizi uygulanmıştır. Açıklayıcı faktör analizi kapsamında öncelikle temel bileşenler (principal component) analizi yapılarak faktör yükleri birbirine yakın olan ya da birden fazla faktörde yer alma eğilimi gösteren ifadelerin olması durumunda “varimax” eksen döndürmesi tekniğine başvurulmuştur. Öz değerlerin (eigenvalues) 1’den büyük olması durumunda faktörlerin oluşması sağlanmıştır. Ölçeklerin faktör analizine uygunluğunu, örneklem büyüklüğünün yeterliliğini ve verilerin normal dağılımda olup olmadığını saptamak amacıyla; Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) ve Bartlett test analizlerinden yararlanılmıştır.

Faktör analizi sonucunda yapısal sermaye değişkeni için KMO örneklem yeterliliği değeri (0,911), örgütsel çeviklik değişkeni için KMO örneklem yeterliliği değeri (0,943) ve son olarak işletme performansı değişkeni için KMO örneklem yeterliliği değeri (0,924) olarak gerçekleşmiştir. Benzer şekilde her üç ölçeğin Bartlett testi anlamlılık düzeyi (0,000) olarak çıkmış olup bu sonuç; tüm ölçeklerin örneklem büyüklüğünün faktör analizi için yeterliliğine işaret etmektedir. Ölçeklerin faktör sayılarını bulmamızı sağlayan açıklanan varyans değerlerine bakıldığında ise; yapısal sermaye, örgütsel çeviklik ve işletme performansı için bu değerler sırasıyla: % 64,22, % 71,19 ve % 79,28 olarak gerçekleşmiş olup, her üç ölçek % 50 eşik değeri geçmiş bulunmaktadır.

Tüm ölçekler için KMO, Bartlett testi anlamlılık düzeyleri ve açıklanan varyans değerleri hesaplanıp kabul edilebilirlik durumları literatürdeki eşik değerlere göre kontrol edildikten sonra, faktör analizi kapsamında faktör analiz tablosu incelemesine geçilebilir. Bu tablonun incelenmesi sonucunda; yapısal sermaye, örgütsel çeviklik ve işletme performansı anketlerine ait ifadelerde bazı değişiklikler yapılmıştır. Faktör analiz tablosunda gerçekleştirilen dokuz iterasyon sonucunda tüm ölçeklere ait birer faktör olmak üzere, toplamda üç faktörlü bir ölçek oluşmuştur. Faktör ifadeleriyle ilgili olarak ise; iyi bir faktör kombinasyonu elde etmek için yapılan aşamalı analizler sonucu, bazı ifadeler modelden çıkartılıp model her defasında tekrar çalıştırılmıştır. Dokuzuncu iterasyon sonrasında, yapısal sermayeden iki ifade, örgütsel çeviklikten bir ifade ve işletme performansından ise beş ifade ölçekten çıkartılmıştır. Tablo 2, ölçeklere ait nihai patern matris tablosunu özetlemektedir.

**Tablo 2: Ölçeklere Ait Açıklayıcı Faktör Analizi Sonuçları**

İfade	Yapısal Sermaye	Örgütsel Çeviklik	İşletme Performansı
y1	0,767		
y2	0,679		
y3	0,872		
y4	0,654		
y6	0,707		
y7	0,692		
y8	0,678		
y10	0,563		
y11	0,648		



y12	0,634		
o1		0,656	
o2		0,551	
o3		0,703	
o4		0,684	
o6		0,707	
o7		0,531	
o8		0,754	
p1			0,574
p2			0,657
p3			0,578
p5			0,607
p6			0,509
p7			0,711
p9			0,613
p10			0,615
p11			0,717
p13			0,619
p14			0,721
p15			0,723
p16			0,625

#### 4.3. Doğrulayıcı Faktör Analizi

Açımlayıcı faktör analizini SPSS'te uyguladıktan sonra, yapısal sermaye, örgütsel çeviklik ve işletme performansı ölçeklerine AMOS'ta doğrulayıcı faktör analizi uygulanmış olup, uyum iyiliği değerleri Tablo 3'te listelenmiştir. Doğrulayıcı faktör analizi, açımlayıcı faktör analizi ile belirlenemeyen gözlenen değişkenler (örneğin test puanları veya derecelendirmeleri) ile gizli değişkenler veya faktörler arasındaki ilişkileri incelemesi bakımından daha sağlıklı bir yöntem olarak kabul edilmektedir. Bu yöntemde hangi ifadenin hangi faktör yüküne ait olduğu tespit edilmektedir (Jackson ve Gillaspay, 2009). Bundan dolayı bu çalışmada doğrulayıcı faktör analizi, ölçek yapı geçerliliğini test etmek için ve bir manada açımlayıcı faktör analizinin olası eksiklerini tamamlamak için gerçekleştirilmiştir.

**Tablo 3: Ölçeklere İlişkin Uyum İyiliği Değerleri**

Faktör/Uyum İndeksleri	$\chi^2/df$	RMSEA	CFI	GFI	NNFI	TLI
Yapısal Sermaye	3,21	0,061	0,945	0,969	0,972	0,927
Örgütsel Çeviklik	3,48	0,045	0,957	0,913	0,976	0,983
İşletme Performansı	2,55	0,043	0,955	0,920	0,988	0,956

#### 4.4. Korelasyon, Yapı Geçerliliği ve Güvenilirlik Analizi Sonuçları

Araştırmaya dahil edilen değişkenlerin yapı geçerliliği ve korelasyon değerlerine yönelik bulgular Tablo 4'de listelenmektedir.

**Tablo 4: Korelasyon, Yapı Geçerliliği ve Güvenilirlik Sonuçları**

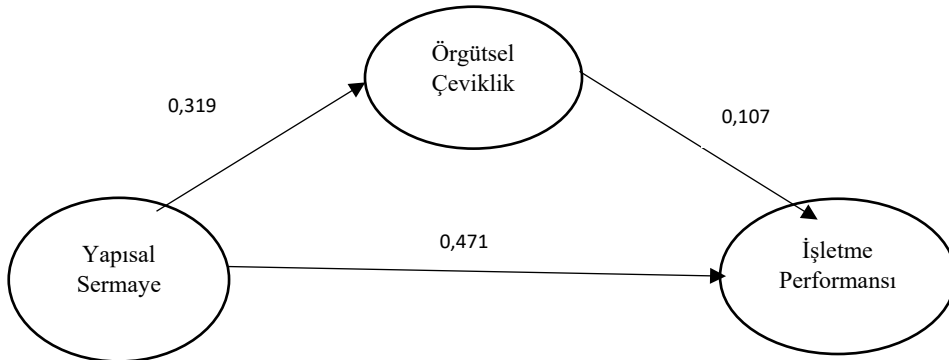
Değişkenler		1	2	3
Yapısal Sermaye	1	(0,77)		
Örgütsel Çeviklik	2	0,70**	(0,72)	
İşletme Performansı	3	0,67**	0,71**	(0,69)
Ayıklanmış Ortalama Varyans (Average Value extracted-AVE)		0,59	0,61	0,57
Kompozit güvenilirlik (Composite Reliability-CR)		0,82	0,88	0,85
Cronbach's $\alpha$		0,71	0,75	0,76

\*\*p<0,01 düzeyinde anlamlı

Tablo 4'te yer alan analiz sonuçları incelendiğinde, değişkenler arasındaki korelasyon değerleriyle ilgili çeşitlik yorumlamalarda bulunulabilir. İşletme performansının yapısal sermaye, ve örgütsel çeviklik değişkenleri arasında sırasıyla ( $r=0,67$ ) ve ( $r=0,71$ ) pozitif yönde ilişki olduğu bulunmuştur. Diğer taraftan yapısal sermaye ve örgütsel çeviklik arasındaki korelasyon değeri;  $r=0,70$  olarak gerçekleşmiştir. En yüksek korelasyon ise; işletme performansı ile örgütsel çeviklik değişkenleri arasında ortaya çıkmıştır. Tüm bu sonuçlar her üç değişkenin de birbirleriyle pozitif yönde ve doğru orantıda bir ilişkiye sahip olduklarını göstermektedir. Bir başka ifadeyle, her hangi bir değişkende meydana gelebilecek yukarı veya aşağı yönlü bir değişim, diğer değişkenlerde de aynı yönlü değişime sebep olacaktır.

#### 4.5. Hipotezlerin Test Edilmesi

Literatür destekli ortaya konan hipotezler, yapısal geçerlilikleri ispatlanmış olan ölçüm modelleri üzerine uygulanmıştır. Bu ölçüm modellerinin kuramsal yapıya uygun bir şekilde bir araya getirilmeleri ile araştırmanın yapısal modeli tasarlanmıştır. Daha detayda yapısal modelde entelektüel sermaye bileşenlerinden olan yapısal sermaye bağımsız değişken (dışsal-exogenous variable), buna karşılık örgütsel çeviklik ve işletme performansı boyutları bağımlı değişken (içsel-endogenous variable) olarak modelde yer almıştır. Örgütsel çeviklik aynı zamanda aracı değişken rolüyle modelde yer almakta olup, hem bağımlı hem de bağımsız değişkendir. İlgili yapısal model, Şekil 1'de gösterilmektedir.



**Şekil 1: Araştırmanın Kavramsal Modeli**

Araştırma modelinde tanımlanan hipotezleri test etmek için, AMOS programından yararlanılarak değişkenlere yol analizi metodu uygulanmıştır. AMOS programıyla, SPSS ile karşılaştırıldığında, istatistiksel olarak daha uygun kavramsal model tasarımı yapılarak teorik ve pratik göstergeler üretilmektedir (Schumacker ve Lomax, 2015). Tüm değişkenlerin modelde yer aldığı tasarıma göre yapılan analizler sonucu hipotezlere ilişkin sonuçlar Tablo 5'te özetlenmektedir.

**Tablo 5: Hipotez Sonuçları**

Hipotez	Faktör-1		Faktör-2	Tahmin	t değeri	p değeri	Anlamlı mı?
1	İşletme Performansı	<---	Yapısal Sermaye	0,471	13,335	***	Evet
2	Örgütsel Çeviklik	<---	Yapısal Sermaye	0,319	10,870	***	Evet
3	İşletme Performansı	<---	Örgütsel Çeviklik	0,107	6,298	***	Evet

H1 hipotezi, yapısal sermayenin işletme performansına etkisini incelemektedir. Tablo 5'teki sonuçlara göre; yapısal sermayenin ( $r = 0,471$ ) işletme performansı üzerinde pozitif ve anlamlı etkisi bulunmaktadır. Bu sonuçtan hareketle, yapısal sermayede meydana gelecek bir standart birimlik artış, işletme performansı üzerinde 0,471 standart birimlik bir artışa neden olacaktır. Dolayısıyla H1 hipotezi kabul edilmektedir. Benzer şekilde, H2 hipotezi yapısal sermayenin örgütsel çevikliğe etkisini incelemektedir. İki değişken arasındaki  $r$  değeri 0,319 olarak gerçekleşmiştir. Buna göre, yapısal sermaye örgütsel çevikliği pozitif yönde etkilemektedir. Etki derecesiyle ilgili ise; yapısal sermayede meydana gelecek bir standart birimlik artış, örgütsel çeviklik üzerinde 0,319 standart birimlik bir artış meydana getirecektir. H3 hipotezi, örgütsel çeviklik ile işletme performansı arasındaki ilişkiyi test etmektedir. Tablo 5'teki verilere göre; örgütsel çevikliğin işletme performansına pozitif yönde etki ettiği görülmektedir. Örgütsel çeviklik ve işletme performansı arasındaki  $r$  değeri 0,107 olarak gerçekleşmiştir. Bu değere bakarak, örgütsel çeviklik değişkeninde meydana gelecek bir standart birimlik artış, işletme performansı üzerinde 0,107 standart birimlik bir artışa neden olacaktır yorumu yapılabilir.

AMOS'ta aracılık etkisinin test edilebilmesi amacıyla, aracı değişkenin modelde olduğu ve olmadığı durumlara göre analizler yapılması gerekmektedir. Bu iki duruma ait analiz sonuçları karşılaştırılarak aracılık etkisine dair hipotez yorumlanabilir. Bu kapsamda ilk olarak örgütsel çeviklik faktörünün modelden çıkartılmasıyla kalan modelde oluşan uyum indeksleri, Tablo 6'dan de görüleceği üzere kabul edilebilir seviyelerde çıkmaktadır.

**Tablo 6: Model Uygunluk Tablosu (Örgütsel Çevikliğin Modelden Çıkartıldığı Durum)**

Uyum İndeksleri	$\chi^2/df$	RMSEA	CFI	GFI	NNFI	TLI
Örgütsel Çeviklik Değişkeni Çıkarılmış Model	2,87	0,044	0,981	0,942	0,949	0,973

Örgütsel çeviklik değişkeninin modelden çıkartılmasıyla ortaya çıkan modelin uyumluluk değerleri kontrol edildikten sonra hipotez analizi aşamasına geçilebilir. Tablo 7, bu alandaki sonuçları listelemektedir.

**Tablo 7: Aracılık Etkisine Dair Anlamlılık Tablosu (Örgütsel Çeviklik Değişkeni Modelden Çıkartılmış)**

Faktör-1		Faktör-2	Tahmin	t değeri	p değeri
İşletme Performansı	<---	Yapısal Sermaye	0,518	9,127	***

Tablo 7'den görüleceği üzere; örgütsel çeviklik değişkeni modelden çıkartıldığında, yapısal sermayesinin işletme performansına olan etkisi 0,518 iken; örgütsel çeviklik değişkeni modele dahil olduğunda bu etki; 0,471'e düşmektedir. Diğer taraftan örgütsel çeviklik değişkeninin modelde bulunduğu senaryoda, hem örgütsel çeviklik ile işletme performansı arasındaki etki hem de yapısal sermaye ile işletme performansı arasındaki etki anlamlı çıkmaktadır. Bu sonuçlara göre; örgütsel çevikliğin yapısal sermayenin işletme performansı üzerindeki etkisinde aracılık rolüne sahip olduğu sonucuna varılabilir. Bu sonuca göre; H4 kabul edilir.

## **DEĞERLENDİRME, SONUÇ VE ÖNERİLER**

Bu çalışmanın amacı; yapısal sermaye, örgütsel çeviklik ve işletme performansı arasındaki ilişkileri incelemektir. Bu bağlamda oluşturan hipotezlerin üçü değişkenler arasındaki direkt ilişkilere odaklanırken, dördüncü hipotez aracılık etkisi üzerine kurgulanmıştır. Gerçekleştirilen analizler sonucunda tüm hipotezler literatürle tutarlı bir biçimde desteklenmiştir.

Araştırmanın ilk hipotezi olan; “Yapısal sermaye işletme performansına pozitif yönde etki etmektedir.” ifadesinin yapılan analizler sonucu desteklendiği ortaya çıkmıştır. Uygulama ve anket aşaması Akdeniz bölgesinde faaliyet gösteren 217 otel üzerinde yapılan bir çalışmaya göre, entelektüel sermaye bileşenlerinin ayrı ayrı işletme performansına etki ettikleri tespit edilmiştir. Daha detayda ise araştırma bulgularında; yapısal sermaye ve müşteri sermayesinin işletme performansına pozitif yönde etki ettikleri belirlenirken, insan sermayesinin işletme performansına etkisi negatif yönde gelişmiştir. Bu çalışmada dikkat çeken bir başka çıktı; müşteri sermayesi değişkeninin işletme performansına etkisinin yapısal sermayeden daha fazla olmasıdır (Kurgun ve Akdağ, 2013). Bir başka çalışmada Çelik ve Çıra (2013), özel ve kamu sektörünü içine alan araştırma örneğinde, entelektüel sermaye bileşenlerinin işletme performansına etkisini incelemiştir. Araştırma sonuçlarına göre, entelektüel sermayenin tüm bileşenlerinin işletme performansına pozitif yönde etki ettiği çıktısına ulaşılmıştır. Değişkenlerin işletme performansına etki büyüklükleriyle ilgili sıralama büyükten küçüğe; insan sermayesi, müşteri sermayesi ve yapısal sermaye şeklindedir.

Tüm bu sonuçlar, araştırmanın ilk hipotezi sonuçlarıyla tutarlılık göstermektedir.

Araştırmanın ikinci hipotezi; yapısal sermayenin örgütsel çevikliğe etkisi üzerinedir. Turunç (2006) ve Kanbir (2004) gerçekleştirdikleri çalışmalarda, araştırma modellerinde entelektüel sermaye bileşenlerinden biri olarak konumlandıkları yapısal sermayenin bağımlı değişken örgütsel çevikliği pozitif yönde etkilediğini bulmuşlardır. Benzer sonuca araştırmanın ikinci hipotezi kapsamında ulaşılmış olup, araştırma sonuçları bu noktada literatürle uyumluluk göstermektedir.

Ateş vd. (2019) tarafından gerçekleştirilen çalışmada, işletmelerin örgütsel çeviklik seviyelerinde yapılan iyileşmelerin, nitel ve nicel işletme performansına olumlu olarak yansıdığını tespit etmişlerdir. Araştırmada örgütsel çeviklik çerçevesinde operasyonel ve müşteri çevikliği başlıklarına yoğunlaşmış olup, her iki başlığın işletme performansına pozitif yönde etki ettiği belirlenmiştir. Benzer sonuçlar Akal (1992) ve Grady (1991) tarafından yapılan çalışmalarda bulunmuştur. Örgütsel çevikliğin işletme performansına olan etkisi; araştırmanın üçüncü hipotezidir. Yapılan analizlerle sonucunda araştırmanın üçüncü hipotezim kabul edilmiş olup, örgütsel çevikliğin işletme performansını pozitif yönde etkilediği belirlenmiştir. Bu yönüyle araştırma sonuçları, ilgili alanda literatürde yapılan araştırma bulgularıyla örtüşmektedir.

Araştırmanın son ve dördüncü hipotezi; değişkenler arasındaki aracılık etkisi üzerine kurgulanmıştır. Daha spesifik olarak bu hipotez; “örgütsel çeviklik, yapısal sermaye ve işletme performansı arasındaki anlamlı ilişkide aracılık etkisine sahiptir” önermesi üzerine geliştirilmiştir. Araştırma sonuçları hipotezi doğrular niteliktedir. Yani örgütsel çeviklik, yapısal sermaye ve işletme performansı arasındaki ilişkide aracılık rolüne sahiptir. Bu sonuç Sağır ve Gönülölmez (2019) tarafından gerçekleştirilen araştırma sonuçlarıyla tutarlılık göstermektedir. Bu çalışmada, Konya’da faaliyet gösteren ve 500 üstü çalışan istihdam eden işletmeler üzerinden gerçekleştirilmiştir. Uygulama safhasında veriler, çevrimiçi anket aracılığıyla toplanarak 323 kişiden ankete dönüş olmuştur. Araştırma sonucunda, bu araştırma bulgularıyla tutarlı bir şekilde, örgütsel çevikliğin yapısal sermaye ve işletme performansı arasındaki ilişkide aracılık rolüne sahip olduğu belirlenmiştir.

Enformasyon çağında bilgiye sahip olmak ve bilgiyi etkin yönetmek, işletmeler için büyük avantajlar barındırmaktadır. Etkin bilgi yönetimi, iyi yapılandırılmış ve uçtan uca yönetilen entelektüel sermaye bileşenleriyle mümkün olmaktadır. Bu bileşenler; insan, müşteri ve yapısal sermaye unsurlarından oluşmakta olup, bu çalışmada yapısal sermaye başlığına odaklanılmıştır. İşletmeler yapısal sermaye olgunluk seviyelerini geliştirdiklerinde, örgütsel çeviklik refleksi de gelişmektedir. Daha detayda, şirket içerisinde tüm süreç alt yapısını kayıt altına alıp entegre bir biçimde yönetmek, bu konuda isabetli yazılım ve donanım yatırımları yapmak ve tüm bunların sonucunda kişiye bağlı değil sistem odaklı bir çalışma ekosistemi tesis etmek, etkin yapısal sermaye yönetimi

uygulamalarındandır. Bu alanlarda iyileşme sağlandıkça, işletmede kurumsal hafıza oluşacak, çalışanlar teknik ve yetkinlik alanlarında kendine geliştirerek daha yetkin hale gelecektir. İşletmeler için örgütsel çevikliğin en önemli aktörünün insan yani çalışan olduğu göz önüne alındığında; entelektüel sermaye bileşenlerinden olan yapısal sermayenin örgütsel çevikliği iyileştirmede katalizör görevi gördüğü ortaya çıkacaktır.

Araştırma sonucunda ortaya çıkan bulgular, yönetici ve karar vericilere nicel ve nitel işletme performansını yükseltme hususunda; değişen müşteri talepleri, tedarikçi ve çevre koşullarına hızlı cevap verebilmenin ve uçtan uca teknoloji destekli yapılandırılan etkin süreç alt yapısının ne denli hayati öneme sahip olduğuna işaret etmektedir. Buradan hareketle performans metriklerini maksimize etmek için, işletme karar vericileri öncelikle yapısal sermaye seviyelerini iyileştirecek adımlar atarak örgütsel çeviklik yetilerini geliştirmelidir.

Çalışma içeriğini geliştirilmesi kapsamında, araştırma modeline entelektüel sermayenin diğer bileşenleri olan insan ve müşteri sermayesi bileşenleri eklenebilir. Bu şekilde, bağımsız değişken sayısı arttırılabilir. Diğer taraftan, örgütsel çeviklik değişkeninin modelde korunması ya da çıkarılması senaryolarına göre örgütsel bağlılık değişkeni modele eklenebilir. Bu durumda örgütsel bağlılıkla diğer değişkenler arasında oluşacak; direkt ve dolaylı ilişkiler üzerinden hipotezler geliştirilebilir. Bununla birlikte bu çalışma demografik bağlamda da zenginleştirilebilir. Sektörel bazda araştırma kapsamının genişletilmesi, hizmet sektöründe farklı sektörlerde çalışmanın icra edilmesi, üretim sektöründe benzer bir araştırmanın yapılarak ortaya çıkacak bulguların sektörel bazda karşılaştırılarak değerlendirilmesi faydalı olacaktır.

#### **KAYNAKÇA**

- Ağca, V. (2005). İç Girişimcilik Yapısı ve Firma Performansına Etkileri: Denizli Tekstil Sektöründeki Firmalarda Bir Araştırma. (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Afyon Kocatepe Üniversitesi.
- Akal, Z. (1992). *İşletmelerde Performans Ölçü ve Denetimi*. MPM, Ankara.
- Ateş, A., Aydın, A. U., Şahin, M. (2019). "Alman Turistlerin Türkiye'yi Algılamaları ve Tekrar Ziyaret Niyetleri Üzerine Bir Araştırma: Antalya Örneği", *Social Sciences Studies Journal (SSSJournl)*, 5/29, 115-129.
- Baki, B. (2003). "21. yüzyılın üretim paradigması: çevik üretim." *İktisadi İdari Bilimler Dergisi*, 17/1-2, 291-305.
- Bontis, N. (1998). "Intellectual Capital: An Exploratory Study That Develops Measures And Models", *Management Decision*, 36/2, 63-76.
- Bontis, N., Keow, C., Chua, W. ve Stanley, R. (2000). "Intellectual capital and business performance in Malaysian industries", *Journal of Intellectual Capital*, 1/1, 85-100.
- Büyükozan, G. (2002). "Entelektüel Sermaye Yönetimi", *KalDer Forum*, 5/2, 35-44.
- Chen, Y. (2008). "The Positive Effect of Green Intellectual Capital on Competitive Advantages of Firms", *Journal of Business Ethics*, 77/3, 271-286.
- Çelik, M. ve Çıra, A. (2013). "Örgütsel Vatandaşlık Davranışının İş Performansı ve İşten Ayrılma Niyeti Üzerine Etkisinde Aşırı İş Gücünün Aracılık Rolü", *Ege Akademik Bakış Dergisi*, 13/1, 11-20.
- Demir, Y. ve Demirel, E. T. (2011). "Reket Avantajı Yaratmada Entellektüel Sermayenin Önemi", *İşgüç Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi*, 13/1, 85-91.
- Emrem, A. E. (2002). *Strateji Odaklı Organizasyonel Performans Yönetim Sistemi Kapsamında Entelektüel Sermaye Performansının Ölçümü*. (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Sakarya Üniversitesi.
- Eren, D. (2007). *Örgütsel Hizmet Odaklılığın İşletme Performansı Üzerindeki Etkisi: Konaklama İşletmelerinde Bir Uygulama*. (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Erciyes Üniversitesi.
- Ertay, F., Coşkun, M. (2005). "Turizm İşletmelerinde Entelektüel Sermayenin Ölçülmesi ve İMKB'deki Turizm Şirketlerinde Ampirik Bir Uygulama", *S.Ü. İ.İ.B.F. Sosyal ve Ekonomik Dergisi*, 10, 121-138.
- Jackson, D. L., Gillaspay Jr, J. A. & Purc-Stephenson, R. (2009). "Reporting Practices in Confirmatory Factor Analysis: An Overview and Some Recommendations", *Psychological Methods*, 14/1, 6-23.
- Kanibir, H. (2004). "Yeni Bir Rekabet Gücü Kaynağı Olarak Entelektüel Sermaye ve Organizasyonel Performansa Yansımaları", *Havacılık ve Uçay Teknolojileri Dergisi*, 1/3, 77-85.
- Karahan, A., Yılmaz, H. (2010). "Öğrenen Örgüt ve Bilgi Yönetimi İlişkisi: Afyonkarahisar İlinde Bulunan Hastane Yöneticileri Üzerine Bir Araştırma." *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, 5(1): 147-174.

- Kasap, C., Peker, D. (2009). "Çevik Üretim: Otomotiv Ana Sanayinde Faaliyet Gösteren Bir İşletmenin Çevikliğinin Ortaya Konmasına Yönelik Bir Araştırma", *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 8/27, 57-78.
- Kurgun, Osman., Akdağ, G. (2013). "Entelektüel Sermaye ve Örgüt Performansı İlişkisi: Akdeniz Bölgesindeki Otel İşletmelerinde Bir Araştırma", *NEÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2, 155-176.
- Kurşunmaden, F. (2009). "Değer mühendisliği açısından işletmelerdeki entelektüel sermaye unsurlarının analizi", *Journal of Azerbaijani Studies*, 10/3, 40-58.
- Küçükkancabaş, S., Akyol, A., Ataman, B. (2006). "İlişki Pazarlaması Bileşenlerinin Şirket Performansı Üzerindeki Etkileri: İçecek Sektöründe Uygulamalı Bir Araştırma", *MÜ SBE Öneri*, 7/25, 131-139.
- Özevren, M. ve Yıldız, S. (2010). "Entelektüel Sermayenin Ölçüm Yöntemleri ve Kriterlerinin Belirlenmesi Üzerine Bir Araştırma", *Marmara Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, 29/2, 275-289.
- Navarro, C. G. J., Acosta, S. P., Wensley, K. P. A. (2016). "Structured Knowledge Processes and Firm Performance: The Role of Organizational Agility", *Journal of Business Research*, 69/5, 1544-1549.
- Nordström, K. A. ve Ridderstrale, J. (2000). *Delifışeklik; Sermayeyi Dans Ettiren Yetenek*, (Çev., E. Koparan), Kontent Yayınları, İstanbul.
- Pablos, P. O. (2002). "Evidence of Intellectual Capital Measurement From Asia Europe an the Middle East", *Journal of Intellectual Capital*, 3/3, 287-302.
- Pena, I. (2002). "Intellectual capital and business start-up success", *Journal of Intellectual Capital*, 2/2, 180-198.
- Sarıaltın, H. (2003). *Örgüt Performansının Ölçülmesinde ve Geliştirilmesinde Kıyaslama Yöntemi ve İmalat Şirketlerinde Kıyaslama Uygulamaları*. (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Sakarya Üniversitesi.
- Sağır, M., Gönülölmez, A. (2019). "Yapısal Sermaye ve İnsan Sermayesinin İşletme Performansına Etkileri: Örgütsel Çevikliğin Aracılık Rolü", *Mehmet Akif Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11/27, 58-77.
- Schumacker, R. E., & Lomax, R. G. (2015). *A beginner's guide to structural equation modeling*, 4th Edition. Taylor and Francis. United Kingdom.
- Sharabati, A., Javad, S. N. ve Bontis, N. (2010). "Intellectual Capital and Business Performance in The Pharmaceutical Sector of Jordan", *Management Decision*, 48/1, 105-131.
- Tavakol, M. & Dennick, R. (2011). "Making Sense of Cronbach's Alpha", *International Journal of Medical Education*, 2, 53-55.
- Turunç, Ö. (2006). *Bilgi Teknolojileri Kullanımının İşletmelerin Örgütsel Performansına Etkisi*. (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Süleyman Demirel Üniversitesi.
- Ustasüleyman, T. (2008). "Çevikliğin İşletme Performansına Etkisine Yönelik Yapısal Bir Model Önerisi", *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 10/2, 161-178.
- Uzay, Ş. ve Savaş, O. (2003). "Entelektüel Sermayenin Ölçülmesi: Mobilya Sektöründe Karşılaştırmalı Bir Uygulama Örneği", *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 20, 163-181.
- Vokurka, R., and Fliedner, J. G., (1998). "The Journey Toward Agility", *Industrial Management & Data Systems*, 98(3/4): 165.
- Welle, J. A. (2014). *Human Capital Investment: How Are Employees Valued? A Comparative Analysis of Professional Sports and Corporate America in the 21st Century*. (Master of Business Administration). The College of St. Scholastica.
- Yaraloğlu, K. (2001). "Performans Değerlendirmede Analitik Hiyerarşi Proses", *Dokuz Eylül Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, 16/1, 129-142.
- Yılmaz, B., Şahin, İ. E., Güler, E. (2005). "Bilgi Çağında Entelektüel Sermaye Anlayışının Muhasebe Bilgi Sistemi Açısından Değerlendirilmesi", *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 8/1, 91-10.



**Beyan ve Açıklamalar (Disclosure Statements)**

1. Bu çalışmanın yazarları, araştırma ve yayın etiği ilkelerine uyduklarını kabul etmektedirler (The authors of this article confirm that their work complies with the principles of research and publication ethics).
2. Yazarlar tarafından herhangi bir çıkar çatışması beyan edilmemiştir (No potential conflict of interest was reported by the authors).
3. Bu çalışma, intihal tarama programı kullanılarak intihal taramasından geçirilmiştir (This article was screened for potential plagiarism using a plagiarism screening program).



Article Info/Makale Bilgisi

✓Received/Geliş:07.06.2021 ✓Accepted/Kabul:13.08.2021

DOI:10.30794/pausbed.949035

Araştırma Makalesi/ Research Article

Yeşilkuş, F., Özbozkurt, O. B. ve Korkmazıyrek, H. (2022). "Psikolojik Sermayenin İşe Angaje Olma Üzerindeki Etkisinde Pozitif Ses Çıkartma Davranışının Aracılık Rolü" *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı 48, Denizli, ss. 185-202.

## PSİKOLOJİK SERMAYENİN İŞE ANGAJE OLMA ÜZERİNDEKİ ETKİSİNDE POZİTİF SES ÇIKARTMA DAVRANIŞININ ARACILIK ROLÜ

Fatma YEŞİLKUŞ\*, Onur Başar ÖZBOZKURT\*\*, Haluk KORKMAZYÜREK\*\*\*

### Öz

Beşerî sermaye, sürdürülebilir rekabet avantajı elde etmede işletmeler için nadir ve taklit edilemez stratejik bir kaynaktır. Bu nedenle çalışanların, işletmenin amaçlarına yönelik performans göstermesinde psikolojik kapasitelerinin iyileştirilmesi ve geliştirilmesi önemlidir. Bu bağlamda, çalışanların psikolojik kapasitelerinin ölçümüne olanak sağlayan psikolojik sermaye ve işe angaje olma kavramları ön plana çıkmaktadır. İlgili literatürde bu iki değişken arasındaki ilişki birçok kez incelenmiş; ancak, bu ilişkinin düzeyini etkileyen aracı değişkenin tespitine yönelik eksiklik fark edilmiştir. Ayrıca literatürde, bu iki değişkeni, pozitif ses çıkartma davranışının yordadığı gözlemlenmiştir. Buradan hareketle gerçekleştirilen bu çalışmada kartopu örneklem tekniğiyle 375 katılımcıya ulaşılmış ve elde edilen verilerin istatistiksel analizi gerçekleştirilmiştir. Analiz sonucunda, psikolojik sermayenin pozitif ses çıkartma davranışı ve işe angaje olma üzerinde pozitif ve anlamlı bir etkiye sahip olduğu görülmüştür. Bununla birlikte, pozitif ses çıkartma davranışının işe angaje olma üzerinde pozitif ve anlamlı bir etkisinin olduğu tespit edilmiştir. Son olarak, psikolojik sermayenin işe angaje olma üzerindeki etkisinde pozitif ses çıkartma davranışının kısmi aracılık rolü üstlendiği sonucu ortaya çıkmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** *Psikolojik sermaye, Pozitif ses çıkartma, İşe angaje olma*

## POSITIVE VOICE BEHAVIOR AS A MEDIATOR WITHIN THE IMPACT OF PSYCHOLOGICAL CAPITAL ON WORK ENGAGEMENT

### Abstract

Human capital is a rare and unique strategic resource for businesses to gain sustainable competitive advantage. Thus, it is significant to improve and develop the psychological capacities of employees in showing their performance towards the goals of the businesses. In this sense, the concepts of psychological capital and work engagement, which allow the measurement of the psychological capacities of employees, stand out. The relationship between these two variables has been mostly examined in the relevant literature; however, it has been drawn attention to determine the deficiency of the mediator variable that affects the degree of the relationship. Moreover, it has been observed in the literature that these two variables are predicted by positive voice behavior. From this point of view, 375 participants were reached using the snowball sampling technique and the statistical analysis of the obtained data was carried out. As a result of the analysis, it has been seen that psychological capital has a positive and significant effect on positive voice behavior and work engagement. Additionally, it has been determined that positive voice behavior has a positive and significant effect on work engagement. Finally, it has been concluded that positive voice behavior plays a partial mediating role in the effect of psychological capital on work engagement.

**Keywords:** *Psychological capital, Positive voice behavior, Work engagement.*

\*Doktorant, Tarsus Üniversitesi, MERSİN.

e-posta: fatma\_yesilkus@tarsus.edu.tr, (<https://orcid.org/0000-0002-7749-9562>)

\*\* Doç. Dr., Tarsus Üniversitesi, MERSİN.

e-posta: onurozbozkurt@tarsus.edu.tr, (<https://orcid.org/0000-0002-2325-2433>)

\*\*\* Prof. Dr., Toros Üniversitesi, MERSİN.

e-posta: haluk.korkmazıyrek@toros.edu.tr, (<https://orcid.org/0000-0002-4306-4528>)

## **1. GİRİŞ**

Günümüzün rekabetçi çalışma ortamında işletmeler; yeteneklerine güvenen, başarının elde edilmesinde iyimser olan, hedeflere ulaşırken karşılaşılan zorluklarla mücadele eden çalışanların varlığına ihtiyaç duymaktadır (Sweetman ve Luthans, 2010: 55). Böylesine dinamik bir iş dünyasında işletmelerin umutlu ve yetenekli çalışanlar edinmesi ve bu çalışanları elde tutması, işletmelerin rekabet avantajını korumasında ve kaynak üstünlüğü sağlamasında bir anahtardır (Karatepe ve Karadaş, 2015: 1254). Bu nedenle; performansı iyileştiren, ölçen, geliştiren ve etkin bir şekilde yöneten pozitif yönelimli insan kaynağının psikolojik kapasiteleri önem arz etmektedir (Luthans, 2002: 698).

Çalışanların ekonomik, beşerî ve sosyal sermayesinin ötesine uzanan öz-yeterlilik, iyimserlik, umut ve dayanıklılık gibi olumlu psikolojik kapasitelerini ölçen yapıya psikolojik sermaye adı verilmektedir (Chen vd., 2017: 2). Pozitif örgütsel davranış eğilimiyle beslenen psikolojik sermaye, çalışanların performansını, iş tatminini ve işe angaje olma düzeyini artırmaktadır (Erbaşı ve Özbek, 2016: 276). Farklı bir ifadeyle, yüksek psikolojik sermaye düzeyine sahip çalışanlar iş ile özdeşleşmekte ve işe angaje olmaktadır (Chaurasia ve Shukla, 2014: 345).

İşe angaje olma, çalışanın işletme için değer yaratma konusundaki olumlu tutumudur. İşletmelerin üstün iş performansını yönetme ve gerçekleştirme becerisiyle ilgili kapasitesidir (Alshammari, 2015: 156). İşletmelerde psikolojik sermayesi ve işe angaje olma düzeyi yüksek olan çalışanlar, nadir ve taklit edilemez birer yetenektir (Ocak vd., 2016: 114) ve bu özelliklere sahip çalışanların işletmelerdeki varlığı, iş gören devir hızının düşmesine imkân sağlamaktadır (Gu, 2016: 24). Ayrıca, rekabet avantajının elde edilmesinde iş gücünün geliştirildiği ve insan kaynağına yatırım yapıldığı merkezi bir yapının oluşumu kolaylaşmaktadır (Çetin ve Basım, 2012: 126).

Beşerî sermayenin psikolojik kapasitelerinin kritik öneme sahip olduğu günümüzde, psikolojik sermaye ve işe angaje olma arasındaki ilişkiye dair birçok çalışma gerçekleştirilmiştir (Chaurasia ve Shukla, 2014; Sihag ve Sarikwal, 2014; Peak vd., 2015; Erbaşı ve Özbek, 2016; Çelik Ağırman ve Naktiyok, 2018; Sutrisno ve Parahyanti, 2018; Nişancı vd., 2019; Soni ve Rastogi, 2019; Wardani ve Anwar, 2019; Çiftçi ve Erkanlı, 2020; Wirawan vd., 2020; Niswaty vd., 2021; Zuberbühler vd., 2021). İlgili alanyazına bakıldığında, psikolojik sermaye ve işe angaje olma değişkenlerini genel olarak pozitif ses çıkartma davranışının yordadığı görülmüştür (Cheng vd., 2012; Kwon vd., 2016; Rizvi, 2016; Şimşek ve Gürler, 2019; Handoyo ve Ardi, 2020; İnce vd., 2020). Bu sebeple, pozitif ses çıkartma davranışının iki değişken arasındaki ilişkiyi açıklamada etkisi olduğu düşünülmektedir.

Pozitif ses çıkartma davranışı, çalışanların yapıcı ve destekleyici öneri ve görüşlerini çekinmeden ve rahatlıkla paylaşmasıdır (Tokmak, 2019: 589). Bu davranışa sahip bireyler etkin ve verimli bir şekilde çalışmaya yatkındır (Çankır ve Semiz Çelik, 2018: 57) ve işe angaje olmuşlardır (Girgin, 2019: 10). Bu bilgilerden hareketle bu çalışmada, psikolojik sermayenin işe angaje olma üzerindeki etkisinde aracı değişken olarak pozitif ses çıkartma davranışı ele alınmıştır. Dolayısıyla bu çalışma ile alanyazındaki eksikliğin giderilmesi ve pozitif ses çıkartma davranışının, çalışanların psikolojik sermaye ve işe angaje olma düzeylerini açıklaması açısından ne derece önemli olduğu konusunda organizasyonlarda farkındalık yaratılması amaçlanmıştır. Bu amaçla araştırmanın temel sorusu “pozitif ses çıkartma davranışı, psikolojik sermayenin işe angaje olma üzerindeki etkisinde aracı bir etkiye sahip midir?” şeklinde oluşturulmuştur. Çalışmada psikolojik sermaye, işe angaje olma ve pozitif ses çıkartma davranışına ilişkin detaylı literatür sunulmuş, ardından çalışmanın yöntemi açıklanmıştır. Hipotezler sınanarak elde edilen veriler yorumlanmıştır. Bu çalışmanın ilgili alanyazında benzer çalışma gerçekleştirecek araştırmacılara rehberlik etmesi beklenmektedir. Bununla birlikte, işletmenin üstün kaynakları olan beşerî sermayenin öneminin anlaşılması ve bu insan sermayesinin işletmenin amaç ve politikalarına uygun yönetilmesinde, işletme sahiplerine ve yöneticilere ışık tutacağı düşünülmektedir.,

## **2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE**

### **2. 1. Psikolojik Sermaye**

Esnekliği, yenilikçiliği ve pazara hızlı uyum sağlamayı gerektiren günümüzün dinamik iş dünyasında, insan sermayesinin deneyimlerini, bilgilerini, uzmanlığını ve becerikliliğini etkin bir şekilde iyileştirmek ve yönetmek, sürdürülebilir kurumsal performans için kritik bir başarı faktörüdür (Luthans vd., 2004: 45). 1980’lerin

*H. Korkmazıyrek*

ortalarından bu yana, araştırmacılar, sürdürülebilir rekabet avantajı kaynakları olarak bilgi, entelektüel sermaye ve beşerî sermaye gibi maddi olmayan varlıkların önemini vurgulamaya başlamıştır (Kraaijenbrink, 2011: 2). Çünkü, aynı sektördeki bir işletmenin, diğerinden daha uzun süre rekabet avantajını elinde tuttuğu görülmüş ve bu başarı ve kârlılığın yalnızca dış faktörlerle değil, aynı zamanda iç faktörlerle de mümkün olduğuna dikkat çekilmiştir. Nitekim bu husus, kaynak temelli yaklaşımın (KTY) zeminini hazırlamıştır (Fossas Olalla, 1999: 85).

KTY, işletmelerin sürdürülebilir stratejik avantajlar yaratacak kaynak türlerini anlamalarına yardımcı olması ve işletmeler tarafından kontrol edilen en kritik kaynakların neler olduğunu belirlemeye açıklık getirmesi nedeniyle önemlidir (Barney, 2001a: 49). Bu açıdan KTY, işletmenin kıt ve değerli kaynakları elde etme ve bunları başarıyla entegre etme ve yönetme becerisi olarak tanımlanmaktadır (Daft, 2010: 97). Bu yaklaşım, rekabet avantajını meydana getiren temel unsurların işletmeye ait stratejik kaynak, yetenekler ve kabiliyetler olduğunu ileri sürmektedir (Kaya Özbağ, 2016: 888). Ek olarak, bir işletmenin ayırt edici yetkinlikleri ve heterojen yetenekleriyle ilgili geleneksel strateji anlayışlarını ele almaktadır (Mahoney ve Pandian, 1992: 363).

Heterojenlik, farklı yeteneklere sahip işletmelerin pazarda ve en azından başa başta rekabet edebilecekleri anlamına gelir ve bu yaklaşıma göre yalnızca üstün kaynaklara sahip işletmeler, rekabet avantajı elde edebilir (Peteraf, 1993: 180). Bu bağlamda işletmenin üstün kaynakları; işletmenin verimliliğini ve etkililiğini artıran stratejiler tasarlamasını ve uygulamasını sağlayan kaynaklardan oluşmaktadır (Barney ve Zajac, 1994: 6). Ayrıca işletme tarafından kontrol edilen tüm varlıkları, yetenekleri, organizasyonel süreçleri, firma özelliklerini ve bilgileri içermektedir (Barney, 1991: 101).

KTY'ye göre, işletme kaynaklarının üstün ve sürekli rekabet avantajı potansiyeline sahip olması için dört özelliği bünyesinde barındırması gerekir: (a) kaynaklar, işletmenin çevresindeki fırsatları yakalaması ve/veya tehditleri etkisiz hale getirmesi bakımından *değerli* olmalıdır; (b) işletmenin mevcut ve potansiyel rakipleri arasında ender nitelikte olmalıdır; (c) kusursuz bir şekilde taklit edilemez olmalıdır ve (d) kaynağın stratejik olarak eşdeğer ikamesi olmamalıdır (Barney, 1986: 658; Barney ve Clark, 2007: 57). Yaklaşım, bu özelliklere sahip üstün kaynakların ve yeteneklerin yalnızca uzun süre boyunca geliştirilebileceğini, çünkü bu yeteneklerin kısa ila orta vadede nasıl geliştirileceğinin her zaman net olmayacağını savunmaktadır (Barney, 2001b: 648). Başka bir deyişle yaklaşım; devredilemeyen veya satın alınamayan, organizasyon ikliminde ve kültüründe büyük bir değişim gerektiren üstün kaynakların uzun bir öğrenme eğrisine sahip olduğunu vurgulamaktadır (Madhani, 2010: 4).

Bu bilgiler ışığında, özellikle işletmenin iç kaynakları olan insan sermayesinin eğitimi, deneyimi, muhakemesi, bilgi birikimi, ilişkileri ve iç görülerinin oluşması ve bunların işletmeye rekabet avantajı elde edebilecek düzeyde entegre edilmesi uzun bir süreci kapsamaktadır (Barney vd., 2012: 114). Bu nedenle beşerî sermaye, işletmenin amaçları doğrultusunda geliştirilmesi gereken stratejik bir kaynaktır (Child ve McGrath, 2001: 1139). Bu anlamda örgütsel etkinliği maksimize edecek stratejilerin geliştirilmesinde ve uygulanmasında insan kaynağının potansiyeli ve psikolojik kapasitesi ön plana çıkmaktadır (Keleş, 2011: 343).

İş yerinde performansın iyileştirilmesi amacıyla beşerî sermayenin psikolojik kapasitelerinin incelenmesi ve uygulanması, psikolojik sermaye olarak tanımlanmaktadır (Luthans vd., 2006: 26). Psikolojik sermaye, bireyin pozitif bir yönde psikolojik gelişim durumudur ve aşılması güç görevlerin üstesinden gelmek için gerekli çabayı gösterme ve üstlenme konusunda "*öz-yeterliliği*" ve şimdi ve gelecekte başarılı olma konusunda "*iyimser*" olmayı ifade etmektedir (Luthans vd. 2015: 2). Ek olarak, başarıya ulaşmak için hedeflere doğru sebat etme ve gerektiğinde hedeflere giden yolları yeniden yönlendirme noktasında "*umutlu*" olmayı ve problemlerle karşılaşıldığında başarıya ulaşmak suretiyle çaba gösterme noktasında "*dayanıklı*" olmayı nitelemektedir (Luthans vd., 2010: 42). Bu bağlamda psikolojik sermayenin; öz-yeterlilik, iyimserlik, umut ve dayanıklılık olmak üzere dört temel boyuta sahip olduğu görülmektedir (Asbari vd., 2021: 68).

Psikolojik sermayenin, çalışanın başarısına olanak sağlayacak yenilikçi ve pozitif çalışma davranışını geliştirme noktasında kritik bir rolü vardır. Psikolojik sermayeyi optimize edebilen çalışanların başarılı olmaya inancı yüksektir ve kendi performanslarını iyileştirme yeteneğine sahiptir (Purwanto vd., 2021: 2). Açık bir ifadeyle, yüksek psikolojik sermayeye sahip olmak, çalışanlar arasında öz-yeterliliği ve iyimserliği artırmakta ve hedeflere ulaşma sürecindeki engellerin çözülebileceğine inanma eğilimi oluşturmaktadır (Seligman ve Csikszentmihalyi, 2000: 5).

*H. Korkmazürek*

Psikolojik sermayesi yüksek olan çalışanlar, iş ortamında karşılaştıkları olumsuzlukların duygularına, ruh hallerine, davranış ve tutumlarına yön vermesine izin vermemektedir. Aksine, ortaya çıkan olumsuzlukların üstesinden gelmek için çaba göstermektedir (Çelik Ağırman ve Naktiyok, 2018: 2666). Bu nedenle psikolojik sermaye, çalışanların örgütsel bağlılık ve psikolojik iyi oluş düzeyini etkili bir şekilde artırmakta ve dolayısıyla iş stresi ve iş tükenmişliğini de azaltmaya yardımcı olmaktadır (Chen vd., 2017: 2).

Psikolojik sermaye ayrıca işletmenin kalifiye çalışanlarının işten ayrılmasına ve böylece işletmedeki etkinliğin ve verimliliğin düşmesine neden olacak problemlerin oluşmasına da engel olmaktadır (Erkuş ve Fındıklı, 2013: 302; Öztürk vd., 2018: 1360). Bu açıdan, işletmenin taklit edilemeyen yeteneklerinden birisi olan beşerî kaynağın işe angaje olarak işletmenin amaçlarını gerçekleştirmesine zemin hazırlamaktadır (Nişancı vd., 2019: 65). Başka bir deyişle, psikolojik sermayesi yüksek olan çalışanlar, iş ile özdeşleşmekte ve işe angaje olmaktadır. Böylece çalışanların tükenmişlik seviyesi de minimum düzeye inmektedir (Chaurasia ve Shukla, 2014: 345; Kodaş, 2018: 11). Dolayısıyla, işletmelerde iş gören devir hızı oranı düşmektedir (Gu, 2016: 24). Ayrıca, rekabet avantajının elde edilmesinde iş gücünün geliştirildiği ve insan kaynağına yatırım yapıldığı bir yapı oluşmaktadır (Çetin ve Basım, 2012: 126).

## **2. 2. İşe Angaje Olma**

Beşerî sermayenin önemine ilişkin yönetim anlayışındaki değişim ve gelişmeler, işletmelerde olumsuz duygu ve davranışların azaltılmasına ve olumlu yaklaşımların benimsenmesine zemin hazırlamıştır. Özellikle bu noktada pozitif örgütsel davranış kapsamında yer alan kavramlar dikkat çekmeye başlamıştır (Güzel ve Uyar, 2019: 45). Pozitif örgütsel davranış, çalışanların işletme içinde mutlu ve huzurlu olmalarını ve olumlu davranışlarının gelişimini amaçlayan bir anlayıştır ve iş yerinde pozitif psikoloji kapasitesinin kullanılmasıdır (Şener vd., 2018: 166). Bu bağlamda psikolojik sermayeye ek olarak işe angaje olma kavramı da pozitif örgütsel davranışın bir sonucudur.

İşe angaje olma, yönetim literatüründe genellikle “job/work/employee engagement” olarak ele alınmış (Özkalp ve Meydan, 2015: 5) ve Türkçe literatürde “işle bütünleşme/işe adanma/işe tutulma/işe cezbolma” olarak farklı şekillerde kullanılmıştır (Köse, 2015: 4). Bu kavram, çalışanların işe yönelik doyumunu tanımlanmakta ve belirli bir duygusal durumdan ziyade, işe bağlılığı ve işte daha ısrarcı olmayı ifade etmektedir (Schaufeli ve Bakker, 2010: 13).

İşe angaje olma, işe yönelik olumlu ve tatmin edici bir düşünce yapısıdır (Schaufeli vd., 2002: 74; Schaufeli ve Salanova, 2007: 179) ve dinçlik, adanmışlık ve özümseme olmak üzere üç temel boyutu bünyesinde barındırır (Maslach ve Leiter, 1997: 24). *Dinçlik* boyutu çalışanların işe gerçek anlamda zaman ve çaba harcamasını ve zorluk karşısında ısrarcı olmasını; *adanmışlık* boyutu çalışanların işine emek harcamaya istekli, coşkulu ve gururlu olmasını ve kendini bütünüyle işe adanmasını; *özümseme* boyutu ise çalışanların yalnızca işine konsantre olarak işe derinlemesine dalmalarını nitelendirir (González-Romá vd., 2006: 166; Schaufeli vd., 2008: 176; Bakker vd., 2011: 5; Baran ve Sypniewska, 2020: 429).

İşe angaje olma, işletmenin insan sermayesinden yararlanma yeteneği noktasında önem arz etmektedir (Osborne ve Hammoud, 2017: 53). Bu sebeple, işletmenin başarısı için etkili faktörlerden birisidir ve kâr ve satışların önemli itici güçlerindedir. Bu bağlamda işe angaje olma, işletme stratejisinin merkezine beşerî sermayeyi koymakta (Tran, 2018: 6) ve çalışanların işe yönelik niyet, tutum ve davranışları, sağlığı ve psikolojik iyi oluşu üzerinde önemli bir pozitif etkiye sahip olmaktadır (Robertson ve Cooper, 2010: 329; Schaufeli, 2013: 14; Bedarkar ve Pandita, 2014: 112).

İşe angaje olan çalışanların, işe yönelik motivasyonu ve işletmeye yönelik bağlılık düzeyi yüksektir. Bu çalışanlar, örgütsel amaçlara, hedeflere ve stratejilere bağlılık göstermektedir (Alshammari, 2015: 157). İşleriyle meşgul olan ve kendilerini işletmelerine adayan çalışanlar, işletmelere daha yüksek üretkenlik ve daha düşük çalışan sirkülasyonu dâhil olmak üzere önemli rekabet avantajları sağlamaktadır (Vance, 2006: 1). Nitekim İnce vd. (2020: 248-250)'nin gerçekleştirdiği bir çalışmada da işe angaje olan çalışanların işten ayrılma niyetinin düşük seviyede olduğu ve mevcut organizasyonda kalmaya gayret gösterdiği tespit edilmiştir. Buna ek olarak aynı çalışmada, işletmede fikirlerini açıkça beyan eden ve işletmenin amaç ve politikalarında söz hakkına sahip

olan çalışanların sesliliğinin, kısmi aracılık rolüne sahip olduğu dikkat çekmiştir. Kısacası, işletmede söz hakkına sahip olan ve işletmenin amaç ve politikalarına yardımcı olacak şekilde olumlu ses çıkartma davranışında bulunan çalışanların işe angaje olma düzeyleri de yüksek olmakta ve çalışanlar kendini işine adamaktadır (Cheng vd., 2012: 84).

### **2. 3. Pozitif Ses Çıkartma Davranışı**

Pozitif ses çıkartma davranışı, Hirschman (1970: 272)'in "*Exit, Voice and Loyalty: Responses to Decline in Firms, Organizations and States*" başlıklı kitabında söz ettiği "çıkış-ses-sadakat" modeline dayanmaktadır (Huefner ve Hunt, 1994: 267; Dowding, 2015: 2; Gleeson, 2016: 4) Modele göre *çıkış*, işletmede rahatsız olunan durumların düzeltilmesine gayret göstermeden işletmeden ayrılmayı veya işletmeyi terk etmeyi; *ses*, konuşarak ve iletişim kurarak problemlerin giderilmesini; *sadakat* ise çalışanların konuştuklarını eyleme dökmesini ifade etmektedir (Hirschman, 1980: 440). Nitekim çalışanın ses çıkartması psikolojik sermayesinin varlığına; sadakati ve konuştuklarını eyleme dökmesi ise işe angaje olmasına atıfta bulunmaktadır.

Pozitif ses çıkartma davranışı, çalışanların yapıcı ve destekleyici öneri ve görüşlerini çekinmeden ve rahatlıkla paylaşması olarak tanımlanmaktadır (Tokmak, 2019: 589). Başka bir tanıma göre pozitif ses çıkartma davranışı, çalışanların işletmeye ait politikaları, hedefleri, programları ve süreçleri hakkındaki değerli görüşleridir ve işlerin daha etkin ve verimli olması amacıyla yapıcı önerilerin hem yöneticiler hem de diğer çalışanlar ile gönüllü olarak paylaşılmasıdır (Çankır ve Semiz Çelik, 2018: 57). Bu paylaşımın nedeni, işe angaje olmasının bir getirisi olarak işletmenin yüksek performansa ulaşması amacıyla çalışanların pozitif davranışlar sergilemesinden kaynaklanmaktadır (Türkoğlu ve Misican, 2019: 999).

Pozitif ses çıkartma davranışı, eleştirmenin ötesinde iyileştirmeyi amaçlayan yapıcı bir meydan okumadır. Bu davranış biçiminde çalışanlar, yenilikçi önerilerde bulunmakta ve diğer çalışanlar aynı fikirde olmasa bile standart prosedürlerde değişiklik yapılmasına ilişkin fikirlerini beyan etmektedir (Van Dyne ve LePine, 1998: 109). Başka bir deyişle, bir destekleyici davranış çeşidi olarak pozitif ses çıkartma, işletmenin salt eleştirilmesinden ziyade işletmenin geliştirilmesine katkıda bulunacak yapıcı ifadelerin sarf edilmesidir (Çankır, 2016: 1).

Pozitif ses çıkartma davranışına sahip olan çalışanlar iş birliği içerisinde olmakta ve çalıştığı işletmeye daha fazla katkı sağlamak için çaba göstermektedir (Girgin, 2019: 10). Ayrıca pozitif ses çıkartma davranışını benimseyen çalışanların, çalıştığı işletmeye bağlılığı artmakta ve işletmeden ayrılma niyeti azalmaktadır. Bu çalışanlar, işten ayrılmak yerine memnun olmadığı durumlar hakkında düşüncelerini paylaşmakta ve sorunların giderilmesi için görev almaktadır (Süer ve Keçeci, 2018: 435). Farklı bir ifadeyle, pozitif ses çıkartma davranışı gösteren çalışanların işletmeye karşı özdeşleşme düzeyi artmakta ve çalışanlar işe angaje olmaktadır (Moçoşoğlu, 2019: 77).

## **3. YÖNTEM**

### **3. 1. Araştırmanın Amacı**

Bu araştırma, psikolojik sermaye ve işe angaje olma arasındaki ilişkinin düzeyini belirleyebilecek olan aracı değişkenin keşfedilmesini ve ilgili literatürdeki eksikliğin giderilmesini amaçlamıştır. Bu anlamda, ilgili literatür temel alınarak pozitif ses çıkartma davranışı, aracı değişken olarak ele alınmıştır. Ayrıca bu çalışma, iş yerinde pozitif ses çıkartma davranışına sahip çalışanların psikolojik sermaye ve işe angaje olma düzeylerini açıklaması açısından bu değişkenin ne derece önemli olduğu konusunda organizasyonlarda farkındalık yaratmayı hedeflemiştir. Buradan hareketle, bu çalışma psikolojik sermayenin işe angaje olma ve pozitif ses çıkartma davranışı üzerindeki etkisinin keşfedilmesi, pozitif ses çıkartma davranışının işe angaje olma üzerindeki etkisinin incelenmesi ve psikolojik sermayenin işe angaje olma üzerindeki etkisinde pozitif ses çıkartma davranışının aracılık rolüne sahip olup olmadığını tespit etmek amacıyla gerçekleştirilmiştir.

### **3. 2. Araştırmanın Hipotezleri ve Modeli**

Bu araştırmanın hipotezleri kavramsal çerçeve temel alınarak oluşturulmuştur. İlgili literatürde yer alan değişkenler incelendiğinde; psikolojik sermayenin işe angaje olma üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı bir etkisinin var olduğu tespit edilmiştir (Sihag ve Sarikwal, 2014: 135; Erbaşı ve Özbek, 2016: 282; Sutrisno ve Parahyanti,



2018: 57; Wardani ve Anwar, 2019: 458; Nişancı vd., 2019: 69; Soni ve Rastogi, 2019: 5). Robyn ve Mitonga-Monga (2017: 702)'nin Güney Afrika'daki bir üretim fabrikasında çalışmakta olan 81 çalışan üzerinde gerçekleştirdiği araştırmalarında, psikolojik sermayenin çalışanların işe angaje olmasını, üretkenliğini ve dolayısıyla işletmenin rekabet avantajı elde etmesini pozitif yönde etkilediği sonucu ortaya çıkmıştır. Benzer bir şekilde, Constantini vd. (2017: 1)'nin İtalya'da bir halk sağlığı idaresinde çalışan 51 çalışan üzerinde gerçekleştirdikleri çalışmada da çalışanların psikolojik sermaye düzeylerinde bir artış meydana geldiğinde işe angaje olma düzeylerinin de o doğrultuda arttığı sonucu gözlemlenmiştir. Bu bağlamda çalışmanın birinci hipotezi aşağıdaki şekilde geliştirilmiştir:

**Hipotez 1:** Psikolojik sermayenin işe angaje olma üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı bir etkisi vardır.

Psikolojik sermayenin çalışanların pozitif ses çıkartma davranışı üzerinde de pozitif yönlü ve anlamlı bir etkiye sahip olduğu görülmüştür (Rizvi, 2016: 167; Turgut ve Agun, 2016: 24; Handoyo ve Ardi, 2020: 189). Örneğin, Wang vd. (2018: 313)'nin Güney Çin'deki işletmelerde yüksek lisans öğrenimine devam eden 237 çalışan üzerinde gerçekleştirdikleri çalışmada psikolojik sermayenin pozitif ses çıkartma davranışını pozitif yönde etkilediği tespit edilmiştir. Aynı şekilde Ceyhan ve Okun (2021: 255-262)'un Türkiye'nin Van ilinde faaliyet gösteren tüm otelleri araştırmaya dâhil ettiği ve toplamda 148 katılımcının yanıtlarını değerlendirmeye tabi tuttıkları çalışmalarında da psikolojik sermayenin pozitif ses çıkartma davranışını pozitif yönlü ve anlamlı olarak etkilediği görülmüştür. Psikolojik sermaye ve pozitif ses çıkartma davranışı üzerine gerçekleştirilen bu araştırmalardan yola çıkarak oluşturulan ikinci hipoteze aşağıda yer verilmiştir:

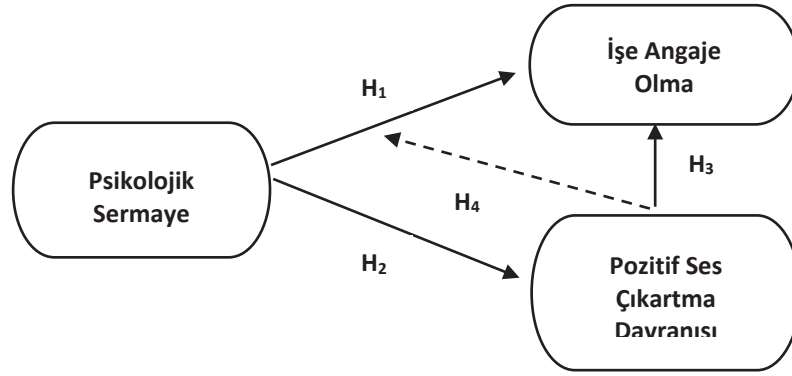
**Hipotez 2:** Psikolojik sermayenin pozitif ses çıkartma davranışı üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı bir etkisi vardır.

Çalışmanın üçüncü hipotezini geliştirmek suretiyle ilgili literatürde pozitif ses çıkartma davranışının işe angaje olma üzerinde etkisine yönelik çalışmalar incelenmiştir. Bu noktada, pozitif ses çıkartma davranışının işe angaje olma üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı bir etkisinin varlığı gözlemlenmiştir (Cheng vd., 2012: 92; Kwon vd., 2016: 334; Şimşek ve Gürler, 2019: 87). Nitekim İnce vd. (2020: 247)'nin kartopu örneklem tekniğiyle ulaşılmış olduğu 368 katılımcı üzerinde gerçekleştirdikleri çalışmada, çalışanların pozitif ses çıkartma davranışına sahip olmalarının işe angaje olma düzeylerini pozitif ve anlamlı yönde etkilediği görülmüştür. Böylece araştırmanın üçüncü hipotezi test edilmek suretiyle aşağıdaki şekilde oluşturulmuştur:

**Hipotez 3:** Pozitif ses çıkartma davranışının işe angaje olma üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı bir etkisi vardır.

Son olarak bu çalışmada, psikolojik sermayenin işe angaje olma üzerindeki etkisinde aracı değişken olarak pozitif ses çıkartma davranışının sınanması uygun görülmüştür. Çünkü pozitif ses çıkartma davranışı, çalışanların yenilikçi önerilerde bulunmasına, yapıcı ve destekleyici öneri ve görüşlerini çekinmeden ve rahatlıkla paylaşmasına olanak sağladığından, onların kendilerine olan öz-yeterliliklerini, iş yerine karşı iyimserlik, umut ve dayanıklılıklarını da pozitif yönde etkileyebilmektedir. Bu sebeple, iş yerinde mental ve fiziksel olarak kendisini güvende hissedebilen çalışanların, işine ve iş yerine angaje olma düzeyini artabilmektedir. Bu bağlamda, bu araştırmanın dördüncü ve temel hipotezine aşağıda yer verilmiş ve araştırma modeli Şekil 1'de gösterilmiştir.

**Hipotez 4:** Psikolojik sermayenin işe angaje olma üzerindeki etkisinde pozitif ses çıkartma davranışının aracılık rolü vardır.



**Şekil 1. Araştırma modeli**

### 3. 3. Ölçekler

Araştırmada ölçüm aracı olarak katılımcılara dört bölümden oluşan bir anket formu sunulmuştur. Anket formunun ilk bölümünde, katılımcıların demografik bilgilerine ilişkin sorular, ikinci bölümünde psikolojik sermaye ölçeği, üçüncü bölümünde işe angaje olma ölçeği ve dördüncü bölümünde ise pozitif ses çıkartma davranışı ölçeğine yönelik maddeler yer almıştır. Bu bağlamda araştırmada kullanılan ölçekler aşağıda ifade edilmiştir:

**Psikolojik Sermaye Ölçeği (PS):** Bu çalışmada Luthans vd. (2007: 557)'nin alanyazına kazandırdığı 24 maddelik ölçeğin, Avey vd. (2011: 287) tarafından 12 maddelik kısa forma dönüştürüldüğü ve Oruç (2018: 151)'un Türkçe uyarlamasını gerçekleştirdiği "Psikolojik Sermaye Ölçeği" kısa formundan faydalanılmıştır. Ölçek; öz-yeterlilik, umut, dayanıklılık ve iyimserlik alt boyutlarına sahiptir ve ölçek maddelerinde; "çalıştığım iş yerinde yöneticilerle yapılan toplantılarda kendi uzmanlık alanımla ilgili konuşurken kendime güvenirim", "çalıştığım iş yerinin stratejilerinin belirlenmesi sürecine katkı sağlamada kendime güvenirim", "iş arkadaşlarıma bir konu hakkında bilgi verirken kendime güvenirim" şeklinde ifadeler yer almaktadır. Oruç (2018: 148)'un Türkçe geçerliğini ve güvenilirliğini gerçekleştirmiş olduğu çalışmasında Psikolojik Sermaye Ölçeği kısa formunun uyum iyilik endeksleri mükemmel uyuma işaret etmiş ve ölçek için önerilen modelin kabul edilebilir düzeyde olduğu tespit edilmiştir. Aynı çalışmada ölçeğin Cronbach alfa katsayısı 0,93 olarak bulunmuş ve ölçeğin kısa formunun güvenilirliğinin yüksek olduğu görülmüştür. Bu çalışmada ölçeğin katılımcılar tarafından yanıtlanabilmesi suretiyle "1= Kesinlikle Katılmıyorum'dan 5= Kesinlikle Katılıyorum"a doğru olacak şekilde 5'li likert tipi kullanılmıştır.

**İşe Angaje Olma Ölçeği (İAO):** Çalışmada, Schaufeli ve Bakker (2004: 5-6)'in geliştirmiş olduğu 17 maddelik ölçeğin, Bilginöglü ve Yozgat (2019: 2867) tarafından Türkçe geçerliği ve güvenilirliğinin sağlandığı "Ultra Kısa İşe Angaje Olma Ölçeği" kullanılmıştır. Ölçek, üç madde ve tek faktörlü yapıya sahiptir ve ölçek maddelerinde "işimde kendimi enerji dolu hissedirim", "işime karşı istekli ve hevesliyim" ve "çalışırken kendimi işime kaptırıyorum" ifadeleri yer almaktadır. Türkçe geçerliğinin ve güvenilirliğinin gerçekleştirildiği çalışmada ölçeğin iyi uyum endeksine sahip olduğu görülmüştür. Ayrıca ultra kısa ölçek formunun Cronbach alfa katsayısı 0,97 olarak tespit edilmiş ve ölçeğin başka çalışmalarda da kullanılabileceği açıklanmıştır. Ölçek maddelerinin her birinde "1= Kesinlikle Katılmıyorum; 5= Kesinlikle Katılıyorum" şeklinde 5'li likert tipi kullanılmıştır.

**Pozitif Ses Çıkartma Davranışı Ölçeği (PSÇD):** Son olarak bu çalışmada Maynes ve Podsakoff (2014: 95)'un literatüre kazandırdığı, 20 madde ve dört faktörlü "Pozitif Ses Çıkartma Davranışı Ölçeği"nin Türkçe uyarlamasından yararlanılmıştır. Ölçeğin Türkçe geçerlik ve güvenilirliğini gerçekleştiren Çankır (2016: 12), toplam 10 maddeden oluşan, destekleyici ses ve yapıcı ses olmak üzere iki faktör yapısına sahip bir ölçek elde etmiştir. Ölçek maddelerinde genel olarak "kurumsal programları diğer çalışanlar ciddi bir şekilde eleştirirler dahi savunurum", "iş metot ve yöntemlerinin gelişmesi için sıklıkla öneriler geliştiririm" ve "kurum politikalarıyla ilgili haksız tepkiler ortaya çıksa dahi kurum politikalarını destekleyici bir şekilde konuşurum" şeklinde ifadeler bulunmaktadır. Türkçe geçerlik ve güvenilirliğinin sağlandığı çalışmada ölçek modeli iyi uyum göstermiş ve ölçeğin Cronbach alfa katsayısı 0,85 bulunmuştur. Katılımcıların ölçek maddelerini yanıtlaması suretiyle ölçek maddelerinin her birinde "1= Kesinlikle Katılmıyorum; 5= Kesinlikle Katılıyorum" şeklinde 5'li likert tipi anket ifadeleri kullanılmıştır.

### **3. 4. Örneklem ve Verilerin Toplanma Süreci**

Bu araştırmanın örneklemini, Mersin ilindeki beyaz yakalı çalışanlar oluşturmaktadır. Bazı araştırmacılar, evrenin bilinmediği durumlarda ölçüm araçlarında yer alan maddelerin beş katı kadar örnekleme ulaşmayı yeterli görmektedir (Şencan, 2005: 112; Büyüköztürk vd., 2018: 279; Yurdakal ve Kırmızı, 2019: 721). Diğer araştırmacılar ise bu sayının 10-15 katı fazlasına ulaşabileceğine dikkat çekmektedir (Kabakçı Yurdakul, 2013: 80; Osborne, 2014: 47). Bu çalışmada da örneklem sayısının 15 katı kadar katılımcı temel alınmış ve ölçüm araçlarında toplam 25 ifadenin yer alması sebebiyle 375 katılımcı hedeflenmiştir. Çalışmanın gerçekleştirilmesi amacıyla Toros Üniversitesi Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu'ndan 18.05.2021 tarihli, 60 sayılı kararla onay alınmıştır.

Pandemi ve tam kapanma sürecinde beyaz yakalı çalışanlara ulaşmak suretiyle anket maddeleri Google Forms üzerinden çevrimiçi ortama taşınmıştır. 01.04.2021-22.05.2021 tarihleri arasında kartopu (zincir) örnekleme tekniği vasıtasıyla veriler toplanmıştır. Kartopu (zincir) örnekleme tekniği, Baltacı (2018: 253)'nin de ifade ettiği üzere evreni oluşturan birimlere ulaşmanın zor olduğu ya da evrenin büyüklüğü ve derinliği hakkında bilgi yetersizliğinin olduğu durumlarda faydalanılan bir örnekleme çeşididir. Gürbüz ve Şahin (2016: 135)'in de vurgu yaptığı şekilde kartopu örnekleme tekniğinde, sosyal ağ bağlantıları kurularak evreni tam anlamıyla bilinmeyen örnekleme yer alan katılımcılara zincirleme bir şekilde ulaşılmaktadır. Bu çalışmada da kartopu örnekleme tekniği kapsamında farklı sektörlerde çalışan 11 beyaz yakalı çalışana ulaşılmış ve çalışmanın amacı ve kapsamı hakkında detaylı bilgi verilerek, çalışmanın benzer statüdeki çalışanlarla paylaşılması istenmiştir. Böylece çalışma 375 kişiyle yürütülmüş ve örneklemin yeterli düzeyde olduğu kanaatine varılmıştır.

Araştırmaya katılım gösteren beyaz yakalı çalışanların 200'ü (%53,3) erkek, 175'i (%46,7) kadındır. Ek olarak 218'i evli (%58,1), 157'si (%41,9) bekârdır. Katılımcıların 269'u (%71,7) lisans, 106'sı (%28,3) lisansüstü eğitim düzeyine sahiptir. Ayrıca katılımcıların 57'si (%15,3) 18-24 yaş, 149'u (%39,7) 25-35 yaş, 98'i (%26,1) 36-45 yaş aralığında yer almakta ve 71'i (%18,9) 46 yaş ve üzeri çalışanlardan oluşmaktadır. Son olarak katılımcıların 68'inin (%18,1) 1 yıldan az, 102'sinin (%27,2) 1-5 yıl, 53'ünün (%14,1) 6-10 yıl, 75'inin (%20,0) 11-15 yıl ve 77'sinin (%20,5) ise 16 yıl ve üzeri çalışma deneyimine sahip olduğu gözlemlenmiştir.

### **3. 5. Verilerin Analizi**

Bu çalışmada, toplanan verilerin analizini gerçekleştirmek için SPSS ve AMOS programları kullanılmıştır. Çalışmanın hipotezlerini ve modelini sınamadan önce, ölçeklerin geçerliğini incelemek suretiyle doğrulayıcı faktör analizi gerçekleştirilmiştir. Kullanılan ölçüm araçlarının, tekrarlanan ölçümlerde aynı sonucu verme derecesini incelemek amacıyla her bir ölçeğe güvenilirlik analizi uygulanmış ve ölçeklerin Cronbach Alfa katsayısı hesaplanmıştır. Verilerin normal dağılıma uyup uymadığını sınamak amacıyla ise betimleyici istatistik analizinden faydalanılmış ve çarpıklık ve basıklık değerlerine bakılmıştır.

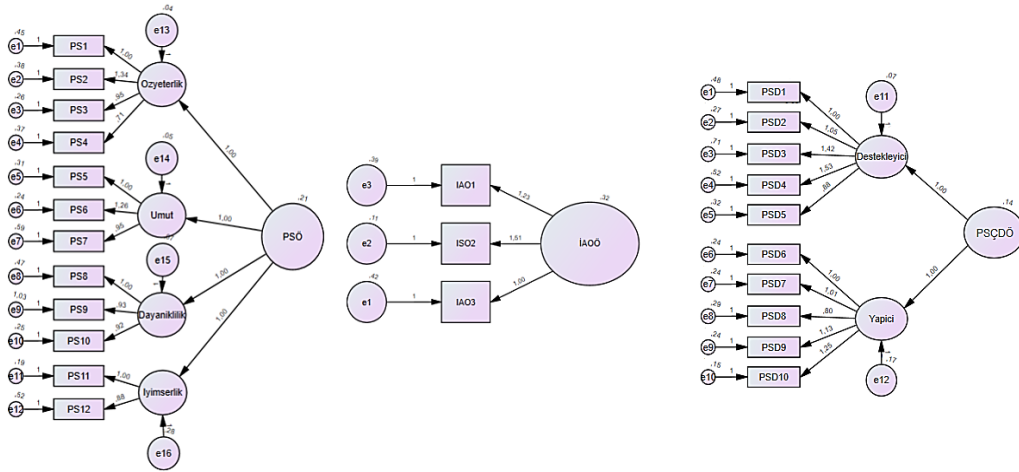
Çalışmada ilgili değişkenler arasındaki ilişkiyi incelemek amacıyla korelasyon analizinden yararlanılmıştır. Akabinde hipotezlerin testi için Baron ve Kenny (1986: 1174)'nin önerdiği dört aşamalı yaklaşım çerçevesinde basit doğrusal regresyon analizi ve hiyerarşik regresyon analizi uygulanmıştır. Aracılık modelinin istatistiksel olarak anlamlılığını kontrol etmek için sobel testinin sonuçlarına bakılmıştır. Araştırma çerçevesinde bulguların anlamlılık düzeyi 0,05 olarak kabul edilmiştir.

## **4. BULGULAR**

### **4. 1. Ölçüm Araçlarına İlişkin Bulgular**

Bu çalışmada kullanılan ölçüm araçlarının verilere uygun olup olmadığını incelemek amacıyla doğrulayıcı faktör analizi uygulanmıştır. Bu bağlamda Şekil 2, doğrulayıcı faktör analizinin şekilsel gösterimini ifade etmektedir.

H. Korkmazıyrek



Şekil 2. Ölçüm araçlarının doğrulayıcı faktör analizleri

Şekil 2'ye ek olarak ölçüm araçlarının uyum iyiliği değerleri, Cronbach Alfa güvenilirlik katsayısı ve KMO değerleri Tablo 1'de yer almaktadır.

Tablo 1. Ölçüm araçlarına ilişkin bulgular

Ölçekler	$\chi^2/df$	$p^*$	RMSEA	GFI	CFI	Cronbach Alfa
PS	4,773	0,038	0,951	0,960	0,958	0,836
İAO	4,981	0,041	0,966	0,975	0,941	0,817
PSÇD	4,259	0,032	0,963	0,948	0,902	0,845

\* $p < ,05$ ; A.C.S.= Approx. Chi-Square

Özdamar (2017: 183), ölçüm araçlarının kabul edilebilir uyum değerlerine sahip olması için  $\chi^2/df$ 'nin "2-5"; RMSEA, GFI ve CFI'nin ise "0,90-0,99" arasında bir değer alması gerektiğini belirtmiştir. Bu bağlamda, Tablo 1'de de görüldüğü üzere çalışmada faydalanılan ölçüm araçlarının kabul edilebilir uyum iyiliği değerlerinde yer aldığını söylemek mümkündür. Bununla birlikte Civelek (2018: 81), ölçüm araçlarının güvenilirlik katsayısının eşik değer olarak 0,70'in üzerinde olması gerektiğine vurgu yapmıştır. Bu açıdan, çalışmadaki ölçüm araçlarının yüksek güvenilirliğe sahip olduğu söylenebilir.

Diğer taraftan, çalışma kapsamında geliştirilen hipotezlerin test edilmesinden önce betimleyici istatistik analizleri gerçekleştirilmiştir. Betimleyici istatistiğin amacı, araştırma verilerinin betimlenerek temel özelliklerinin açıklanmasıdır. Bu metot ile veri setinin daha anlamlı hale getirilmesi ve temel özelliklerin diğer araştırmacılar tarafından kolayca anlaşılması beklenmektedir (Sakız, 2015: 435). Böylece ölçüm araçlarının ortalama, standart sapma, çarpıklık-basıklık ve korelasyon değerlerine bakılmıştır. Bahse konu değerlere ilişkin istatistikî bulgulara Tablo 2'de yer verilmiştir.

Tablo 2. Ölçüm araçlarının betimleyici istatistik değerleri ve korelasyon katsayıları

Ölçekler	Ort.	Ss.	Çarpıklık	Basıklık	PS	İAO	PSÇD
PS	4,03	0,506	-0,945	0,927	1		
İAO	4,11	0,771	-0,981	0,266	0,709**	1	
PSÇD	3,85	0,531	-0,700	0,282	0,721**	0,551**	1

\*\* $p < ,001$ ,  $n = 375$ , Ort.= Ortalama, Ss.= Standard sapma

Tablo 2'de görüldüğü üzere, ölçüm araçlarına ait ortalama ve standart sapma değerleri aynı yönde ve istikrarlı bir ilişkiye sahiptir. Katılımcıların neredeyse tamamı, "Katılıyorum" yanıtını tercih etmiştir. Bu durum, standart sapma değerlerine yansımış ve verilerin ortalamaya yakın yerlere dağıldığı tespit edilmiştir.

***H. Korkmazıyrek***

Öte yandan, gözlemlenen değerlerin ortalama etrafındaki dağılımlarının uygun olması için çarpıklık ve basıklık değerlerinin +1,0 ile -1,0 arasında olması gerekir (Gürbüz ve Şahin, 2016, s 218). Bu kapsamda, çalışmada kullanılan ölçüm araçlarının belirtilen değer aralığında yer aldığı gözlemlenmiş ve verilerin normal dağılıma uygun olduğu görülmüştür. Son olarak, ilgili değişkenler arasındaki etki ve aracılık rolünün sınanmasından önce değişkenler arasındaki korelasyona bakılmıştır. Değişkenler arasındaki ilişkinin gücünü betimlemek amacıyla Ural ve Kılıç (2013: 244)'ın; 0,00-0,29 değerlerinin zayıf; 0,30-0,64 değerlerinin orta; 0,65-0,84 değerlerinin güçlü ve 0,85-1,00 değerlerinin çok güçlü olduğunu ifade ettiği katsayılar temel alınmıştır. Çalışma çerçevesinde elde edilen bulgulara göre psikolojik sermaye ile işe angaje olma ( $r=0,709$ ,  $p<0,001$ ) ve pozitif ses çıkartma davranışı ( $r=0,721$ ,  $p<0,001$ ) arasında güçlü, pozitif yönde ve anlamlı bir ilişkinin varlığı söz konusudur. Yani, çalışanların psikolojik sermaye düzeyi artarken aynı zamanda işe angaje olma ve pozitif ses çıkartma davranışı da benzer şekilde artmaktadır. Bu ilişki, değişkenler arasında karşılıklıdır. Ayrıca, işe angaje olma ve pozitif ses çıkartma davranışı arasındaki ilişkinin ise orta, pozitif yönde ve anlamlı olduğunu ( $r=0,551$ ,  $p<0,001$ ) söylemek mümkündür. Böylece, çalışanların işe angaje olma düzeyi arttığında, pozitif ses çıkartma davranışının da benzer ölçüde arttığı söylenebilir.

**4. 2. Hipotezlere İlişkin Bulgular**

Bu araştırma için geliştirilen hipotezlerin sınanması ve aracılık rolünün var olup olmadığının tespiti amacıyla Baron ve Kenny (1986: 1177) tarafından ortaya konulan nedensel adım (dizisel) yaklaşımı kullanılmıştır. Bu yaklaşım, basit doğrusal regresyon ve hiyerarşik regresyon analizlerini kapsar ve dört aşamadan oluşur. Hipotezlere ilişkin elde edilen bulgulara Tablo 3'te yer verilmiştir.

**Tablo 3. Psikolojik sermayenin işe angaje olma üzerindeki etkisinde pozitif ses çıkartma davranışının aracılık rolü**

Adımlar		Regresyon Katsayıları			Model İstatistikleri	Hipotez Sonuçları
		B	S. H.	$\beta$		
Birinci Adım	PS → İAO	1,079	0,056	0,709**	R <sup>2</sup> = 0,503 F= 377,251 p<0,001	Desteklendi
İkinci Adım	PS→ PSÇD	0,806	0,038	0,721**	R <sup>2</sup> = 0,520 F= 404,372 p<0,001	Desteklendi
Üçüncü Adım	PSÇD →İAO	0,800	0,063	0,551**	R <sup>2</sup> = 0,304 F= 162,852 p<0,001	Desteklendi
Dördüncü Adım	PS → İAO	0,928	0,056	0,649**	R <sup>2</sup> = 0,526 F= 190,627 p<0,001	Desteklendi
	PS → İAO → PSÇD	0,711	0,084	0,696**		

*\*\*p< ,001, n = 375, B= Standardize edilmemiş katsayılar; S. H.= Standart hata,  $\beta$ = Standardize edilmiş katsayılar*

Birinci adımda, bağımsız değişken psikolojik sermayenin, bağımlı değişken işe angaje olma üzerindeki etkisi incelenmiştir. Tablo 3'te görüldüğü üzere psikolojik sermaye, işe angaje olma üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı bir etkiye sahiptir ( $\beta=0,709$ ,  $p<0,001$ ). İşe angaje olma üzerindeki %50'lik varyansın psikolojik sermayeden kaynaklı olduğu gözlemlenmiş ve **Hipotez 1 desteklenmiştir**.

İkinci adımda, bağımsız değişken psikolojik sermayenin, bağımlı değişken pozitif ses çıkartma davranışı üzerindeki etkisi test edilmiştir. Elde edilen bulgular, psikolojik sermayenin pozitif ses çıkartma davranışını yordadığını göstermektedir ( $\beta=0,721$ ),  $p<0,001$ ). Nitekim, pozitif ses çıkartma davranışı üzerindeki %52'lik varyansın psikolojik sermayeye bağlı olduğu tespit edilmiştir. Böylelikle, **Hipotez 2 desteklenmiştir**.

Üçüncü adımda, bağımsız değişken pozitif ses çıkartma davranışının, bağımlı değişken işe angaje olma üzerindeki etkisi sınanmıştır. Analiz sonucuna göre, pozitif ses çıkartma davranışının işe angaje olma üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı bir etkisi söz konusudur ( $\beta=0,551$ ),  $p<0,001$ ). Bununla birlikte, işe angaje olma üzerindeki %30'luk varyansın pozitif ses çıkartma davranışına ait olduğu sonucu ortaya çıkmıştır. Bu bağlamda, **Hipotez 3 bulgularla desteklenmiştir**.

*H. Korkmazıyürek*

Dördüncü ve son adımda, çalışmanın temel hipotezi olan psikolojik sermayenin işe angaje olma üzerindeki etkisinde pozitif ses çıkartma davranışının aracılık rolüne bakılmıştır. Psikolojik sermayenin işe angaje olma üzerindeki etkisi 0,709 ( $p < 0,001$ ) değerinden, aracı değişken modele dâhil olduğunda 0,649 ( $p < 0,001$ ) değerine düşmüş ve etki gücünün zayıfladığı gözlemlenmiştir. Ek olarak, birinci adımda  $R^2$  değeri 0,503 değerinde iken, dördüncü adımda bu değer 0,526 olarak kaydedilmiştir.  $R^2$  ölçümünün birinci adıma göre 0,23 oranında arttığı ve bu artışın istatistiksel olarak anlamlı olduğu sonucu ortaya çıkmıştır ( $\Delta R^2 = 0,23$ ,  $p < 0,001$ ).

Buradan hareketle, Yılmaz ve Dalbudak (2018: 520)'a göre aracı değişken modele entegre edildiğinde, bağımlı ve bağımsız değişken arasındaki ilişkinin istatistikî anlamlılığının devam etmesi ve yalnızca anlamlılık katsayısında bir düşüş gerçekleşmesi, kısmi aracılık rolüdür. Bu tanım, çalışma kapsamında elde edilen bulgularla benzerlik göstermiş ve psikolojik sermayenin işe angaje olma üzerindeki etkisinde pozitif ses çıkartma davranışının kısmî aracılık rolüne sahip olduğu tespit edilmiştir. Bu dolaylı etkinin desteklenmesi suretiyle sobel testi sonucu, aracılık modelinin istatistiksel olarak anlamlı olduğunu ortaya çıkarmıştır ( $z = 2,294$ ,  $p = 0,027$ ,  $p < 0,05$ ). Böylece çalışmanın son ve temel hipotezi olan **Hipotez 4 desteklenmiştir**.

## 5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu çalışmada psikolojik sermayenin işe angaje olma üzerindeki etkisinde pozitif ses çıkartma davranışının aracılık rolünün olup olmadığı test edilmiştir. 375 katılımcıdan elde edilen veriler doğrultusunda alanyazın temel alınarak geliştirilen dört hipotezin de desteklendiği ve pozitif ses çıkartma davranışının ilgili değişkenler arasında kısmi aracılık etkisine sahip olduğu görülmüştür.

İşletmelerin amaç ve hedeflerine ulaşmasında yegâne kaynağı olan beşerî sermayenin psikolojik kapasitesi önem arz etmektedir. Çünkü bir işletmenin yalnızca finansal kaynakları değil, beşerî kaynağının köklü olması da o işletmenin rekabet avantajı elde etmesinde yardımcı olur. Bu sebeple, çalışanın yeteneğini kullanabildiği, zorluklarla başa çıktığını hissedebildiği ve gerek kendisini gerekse ekip arkadaşlarını pozitif yönde etkileyebildiği bir işletme kültürünün oluşması şarttır. Bu kültürün oluşmasında ise işletme sahiplerinin ve yöneticilerin, çalışanlarını değerli hissettirerek onların ihtiyaç ve taleplerini anlaması ve beklentilerini maksimum düzeyde karşılaması gerekmektedir. Çünkü kendini değerli hisseden çalışanların psikolojik sermaye düzeyinde bir artış beklenmekte ve işletmenin misyon ve vizyonuna uygun ölçütte performans gösterdikleri düşünülmektedir. Böylece Ocak vd. (2016: 115)'nin de vurgu yaptığı üzere, sürdürülebilir rekabet avantajı elde etmek isteyen işletmelerin, kendi durum ve gerçeklerini göz önünde bulundurarak çalışanlarının psikolojik sermayesini iyileştirmesi, yönetmesi ve işletmenin misyon ve vizyonuna uygun duruma getirmesi gerekmektedir.

Bu bilgiler ışığında çalışmanın birinci hipotezinden elde edilen sonuçların ilgili literatür ile benzerlik gösterdiği tespit edilmiştir (Sihag ve Sarikwal, 2014: 135; Erbaşı ve Özbek, 2016: 282; Sutrisno ve Parahyanti, 2018: 57; Wardani ve Anwar, 2019: 458; Nişancı vd., 2019: 69; Soni ve Rastogi, 2019: 5). Bu bağlamda, çalışanların psikolojik sermayesini iyileştirmek veya artırmak, yalnızca iş taleplerine daha verimli yaklaşmayı geliştirmekle kalmaz, aynı zamanda iş yerinde çalışanların işe angaje olmasına katkıda bulunur (Costantini vd., 2017: 9). İşe angaje olan bireylerin ise işletmede daha aktif olması ve işte kalma niyetinin daha yüksek olması muhtemeldir. İnce vd. (2020: 248-250)'nin gerçekleştirdiği bir çalışmada da işe angaje olan çalışanların işten ayrılma niyetinin düşük seviyede olduğu ve mevcut organizasyonda kalmaya gayret gösterdiği ortaya çıkmıştır.

Çalışmanın ikinci hipotezi incelendiğinde aynı şekilde elde edilen sonuçların ilgili literatür ile benzerlik gösterdiği görülmüştür (Rizvi, 2016: 167; Turgut ve Agun, 2016: 24; Wang, 2018: 313; Handoyo ve Ardi, 2020: 189; Ceyhan ve Orkun, 2021: 255-262). Bu bağlamda, işine ve iş yerine karşı öz-yeterlilik, iyimserlik, umut ve dayanıklılık düzeyleri yüksek olan çalışanlar işletmelerindeki politikaların olumlu yönde yenilenmesinde daha fazla çaba gösterebilmektedir. Bir işletmenin kalkınmasında farklı görüşlere her zaman ihtiyaç bulunmaktadır. Bu durum, hem çalışanlar için hem de işletme sahipleri ve yöneticileri için farklı kazanımların elde edilmesinde kritik bir öncüdür. İşletmeye dair fikirlerini beyan eden çalışanlar, işletmede kendilerine değer verildiğini hissetmekte ve mutlu olduğu bir ortamda maksimum performans ile çalışabilmektedir. Diğer taraftan işletme sahipleri ve yöneticilerinin, işletmenin iç müşterileri olan çalışanlarından gelen farklı geri bildirimleri göz önünde bulundurmasıyla işletmenin politikaları daha hızlı ve erken hayata geçirebilecek ve eksikliklerin giderilmesi kolaylaşabilecektir.



***H. Korkmazıyrek***

Çalışmanın üçüncü hipotezine bakıldığında da bulguların ilgili literatürdeki sonuçlarla benzerlik gösterdiği gözlemlenmiştir (Cheng vd., 2012: 92; Kwon vd., 2016: 334; Şimşek ve Gürler, 2019: 87; İnce vd., 2020: 247). Bu bağlamda, çalışanların pozitif ses çıkarma eğiliminin yüksek olması, işe angaje olma düzeylerini de artırmaktadır. Nitekim, işe angaje olan çalışanların işini özümseyerek yalnızca işine odaklandığı ve maksimum performans gösterdiği kabul edilmektedir (Schaufeli vd., 2008: 176; Bakker vd., 2011: 5). Bir kişi işe angaje olmamışsa, motivasyonu düşüktür, sadece yaşamsal nedenlerle işe bağlı duruyordur ve angaje olamamıştır. Dolayısıyla böyle bir çalışan da “ben işimi yapayım yeter” anlayışına bağlı olarak pozitif ses çıkarma eğilimi, istekliliği veya özgüveni göstermeyebilir. Bu durum ise işletmenin faydasına olabilecek öneri ve görüşlerin saklı kalarak işletmenin ilerlemesini yavaşlatabilmektedir. Bu çerçevede, çalışanların işe angaje olma düzeylerinin artırılması için çalışanlara öncelikli olarak kişisel gelişim ve farkındalık eğitimleri verilebilir. Yeşilkuş ve Özbozkurt (2020: 146)’un ifade ettiği üzere iş yerinde farkındalık eğitimleri ve meditasyonları sayesinde çalışanların işe angaje olma ve psikolojik iyi oluş düzeyleri artmakta ve stres ve iletişime yönelik davranış sorunları minimum seviyede olmaktadır. Farklı bir ifadeyle, farkındalık eğitimleri, çalışanların işe odaklanmasına ve iş dışındaki problemleri göz ardı etmesine yardımcı olmaktadır. Bununla birlikte çalışanların işe angaje olması için mola sürelerinin daha fazla olması önerilmektedir. Çünkü, çalışanların mola süresince zihnini boşaltması, işine geri döndüğünde daha fazla odaklanmasına ve verimliliğinin yüksek olmasına katkıda bulunabilir.

Çalışmanın dördüncü ve temel hipotezi ele alındığında ise çalışanların psikolojik sermaye ve işe angaje olma düzeylerinde temel yordayıcı olan pozitif ses çıkartma davranışının da göz ardı edilmemesi gerektiği kanaatine varılmıştır. Çünkü işletmeler, hayatlarını sürdürebilmek için mutlaka farklı perspektiflere sahip çalışanlarının fikir ve önerilerine açık olmalıdır (Çankır ve Yener, 2017: 93). Bu durum, işletmenin içinde bulunulan durumun yeterli görülmesi ve bunun değiştirilmesi noktasında herhangi bir girişimde bulunulmamasını ifade eden yönetim körlüğünü (Özgül ve Mengi, 2018: 126) engelleyebilecek bir unsurdur ve desteklenen politikalardaki eksikliklerin erken fark edilmesinde önemlidir. Böylelikle, politikalar ve planlar iyileştirilebilir ve optimum iş süreci elde edilerek rekabet üstünlüğü sağlanabilir.

Pozitif ses çıkartma davranışı, çalışanların ayrıca diğer birimler ile minimum etkileşimde kalarak birimler arası kopukluğu niteleyen ve adeta yeniliğe ve değişime kapalı olmayı simgeleyen silo sendromunun (Altınay vd. 2012: 16) da meydana gelmesini önleyecektir. Çünkü pozitif ses çıkartma davranışına sahip çalışanlar, interaktif bir işletme iklimi oluşturmada ve bir birimde başlayan yenilik ve değişimler, diğer birimlere de sıçramaktadır. Bu çerçevede işletmelerin, çalışanlarının daha fazla pozitif ses çıkartmasını teşvik etmek amacıyla işletmenin amaç ve politikalarına yönelik düzenli toplantılar gerçekleştirmesi önerilmektedir. Bu toplantılarda birimlerin yoğun iletişim kurmasına olanak tanınmalı ve her bir çalışanın fikrini beyan etmesine yardımcı olunmalıdır.

Son olarak, bu araştırmadan elde edilen sonuçların ilgili alanyazın ve günlük iş yaşantısına uygun olduğu görülmektedir. Buradan hareketle, ilgili değişkenler arasında pozitif ses çıkartma davranışının aracılık rolünü daha önce inceleyen hiçbir çalışmanın olmaması nedeniyle bu araştırmanın, alanyazındaki boşluğu kapatması ve araştırmacılara rehberlik etmesi beklenmektedir. İleride benzer çalışma gerçekleştirecek araştırmacıların bu değişkenleri kullanarak mavi ve beyaz yaka çalışanların kıyaslamasını gerçekleştirmesi tavsiye edilmektedir. Bununla birlikte, farklı aracı değişkenler kullanılarak psikolojik sermayenin işe angaje olma üzerindeki etkisinin sınanması tavsiye edilmektedir.

**KAYNAKÇA**

- Alshammari, H. (2015). Workplace productivity through employee workforce engagement: A review study. *International Journal of Business and Social Science*, 6(12), 156-160.
- Altınay, A., Mercan, N., Aksanyar, Y. & Sert, S. (2012). İşletme körlüğü, silo sendromu ve çözüm önerisi olarak örgütsel zekâ. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 4(1), 13-19.
- Asbari, M., Prasetya, A. B., Santoso, P. B. & Purwanto, A. (2021). From creativity to innovation: The role of female employees’ psychological capital. *International Journal of Social and Management Studies*, 2(2), 66-77
- Avey, J. B., Avolio, B. J. & Luthans, F. (2011). Experimentally analyzing the impact of leader positivity on follower positivity and performance. *The Leadership Quarterly*, 22(2), 282-294. <https://doi.org/10.1016/j.leaqua.2011.02.004>

- Bakker, A. B., Albrecht, S. L. & Leiter, M. P. (2011). Key questions regarding work engagement. *European Journal of Work and Organizational Psychology, 20*(1), 4-28. <https://doi.org/10.1080/1359432X.2010.485352>
- Baltacı, A. (2018). Nitel araştırmalarda örnekleme yöntemleri ve örnek hacmi sorunsalı üzerine kavramsal bir inceleme. *Bitlis Eren Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 7*(1), 231-274.
- Baran, M. & Sypniewska, B. (2020). The impact of management methods on employee engagement. *Sustainability, 12*(1), 426-440. <http://dx.doi.org/10.3390/su12010426>
- Baron, R. M. & Kenny, D. A. (1986). The moderator–mediator variable distinction in social psychological research: Conceptual, strategic, and statistical considerations. *Journal of Personality and Social Psychology, 51*(6), 1173–1182. <http://dx.doi.org/10.1037//0022-3514.51.6.1173>
- Barney, J. B. (1986). Organizational culture: Can it be a source of sustained competitive advantage? *Academy of Management Review, 11*(3), 656-665. <https://doi.org/10.5465/amr.1986.4306261>
- Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management, 17*(1), 99-120. <https://doi.org/10.1177%2F014920639101700108>
- Barney, J. B. (2001a). Is the resource-based “view” a useful perspective for strategic management research? Yes. *The Academy of Management Review, 26*(1), 41-56. <https://doi.org/10.2307/259393>
- Barney, J. B. (2001b). Resource-based theories of competitive advantage: A ten-year retrospective on the resource-based view. *Journal of Management, 27*(6), 643-650. <https://doi.org/10.1177%2F014920630102700602>
- Barney, J. B. & Clark, D. N. (2007). *Resource-based theory: Creating and sustaining competitive advantage*. Oxford University Press on Demand.
- Barney, J. B. & Zajac, E. J. (1994). Competitive organizational behavior: Toward an organizationally based theory of competitive advantage. *Strategic Management Journal, 15*(1), 5-9. <https://doi.org/10.1002/smj.4250150902>
- Barney, J. B., Della Corte, V., Sciarelli, M. & Arıkan, A. (2012). The role of resource-based theory in strategic management studies: Managerial implications and hints for research. *Handbook of Research on Competitive Strategy, 109-146*.
- Bedarkar, M. & Pandita, D. (2014). A study on the drivers of employee engagement impacting employee performance. *Procedia-Social and Behavioral Sciences, 133*, 106-115. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.04.174>
- Bilginoğlu E. & Yozgat, U. (2019). Ultra-kısa işe angaje olma ölçeği Türkçe formunun geçerlilik ve güvenilirlik çalışması. *Business & Management Studies: An International Journal, 7*(5), 2863-2872. <http://dx.doi.org/10.15295/bmij.v7i5.1354>
- Büyüköztürk, Ş., Çakmak, E. K., Akgün, Ö. E., Karadeniz, Ş. & Demirel, F. (2018). *Bilimsel araştırma yöntemleri*. Pegem Akademi.
- Ceyhan, S. & Okun, O. (2021). Psikolojik sermaye ile çalışan sesliliği arasındaki ilişkide algılanan stresin aracılık rolü: Hizmet sektöründe bir araştırma. *OPUS- Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi, 18*(39), 255-276. <http://dx.doi.org/10.26466/opus.835768>.
- Chaurasia, S. & Shukla, A. (2014). Psychological capital, LMX, employee engagement & work role performance. *The Indian Journal of Industrial Relations, 50*(2), 342-356.
- Chen, Q., Wen, Z., Kong, Y., Niu, J. & Hau, K.-T. (2017). Influence of leaders' psychological capital on their followers: Multilevel mediation effect of organizational identification. *Frontiers in Psychology, 8*, 1-12. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2017.01776>
- Cheng, J.-W., Lu, K.-M., Chang, Y.-Y. & Johnstone, S. (2012). Voice behavior and work engagement: the moderating role of supervisor-attributed motives. *Asia Pacific Journal of Human Resources, 51*(1), 81-102. <https://doi.org/10.1111/j.1744-7941.2012.00030.x>
- Child, J. & McGrath, R. G. (2001). Organizations unfettered: Organizational form in an information-intensive economy. *Academy of Management Journal, 44*(6), 1135–1148. <https://doi.org/10.5465/3069393>
- Civelek, M. (2018). *Yapısal eşitlik modellenmesi metodolojisi*. Beta Yayınevi.

***H. Korkmazıyrek***

- Costantini, A., De Paola, F., Ceschi, A., Sartori, R., Meneghini, A. M. & Di Fabio, A. (2017). Work engagement and psychological capital in the Italian public administration: A new resource-based intervention programme. *SA Journal of Industrial Psychology*, 43(1), 1-11. <https://doi.org/10.4102/sajip.v43i0.1413>
- Çankır, B. & 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. <http://dx.doi.org/10.17336/igusbd.387588>
- Çankır, B. & Yener, S. (2017). *İş'te pozitif davranış*. Çizgi Kitabevi.
- Çankır, B. (2016). Çalışanlarda pozitif ses çıkartma davranışı nasıl oluşur? Örgütsel güven, psikolojik sözleşme ihlali, lider-üye etkileşimi ile pozitif ses çıkartma davranışı arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Kırklareli Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 5(2), 1-12.
- Çelik Ağırman, Ü. H. & Naktiyok, A. (2018). Psikolojik sermaye ve profesyonellik ilişkisinde işe angaje olmanın düzenleyici rolü. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 22 (Özel Sayı), 2665-2683.
- Çetin, F. & Basım, H. N. (2012). Örgütsel psikolojik sermaye: Bir ölçek uyarlama çalışması. *Amme İdaresi Dergisi*, 45(1), 121-137.
- Çiftçi, D. O. & Erkanlı, H. (2020). Mediating role of the positive psychological capital on the relation between the authentic leadership style and employees' work engagement: An applied study on hospitality industry. *Business & Economics Research Journal*, 11(2), 461-478. <http://dx.doi.org/10.20409/berj.2020.261>
- Daft, L. R. (2010). *Organization theory and design*. South-Western, Cengage Learning Library of Congress Control.
- Dowding, K. (2015). Albert O. Hirschman, *exit, voice and loyalty: Responses to decline in firms, organizations, and states*. In M. Lodge, E. C. Page & S. J. Balla (Eds;) *The Oxford Handbook of Classics in Public Policy and Administration*, 1-20. <http://dx.doi.org/10.1093/oxfordhb/9780199646135.013.30>
- Erbaşı, A. & Özbek, M. C. (2016). The effect of psychological capital on work engagement. *Australian Academy of Business and Economics Review*, 2(4), 276-284.
- Erkuş, A. & Fındıklı, M. A. (2013). Psikolojik sermayenin iş tatmini, iş performansı ve işten ayrılma niyeti üzerindeki etkisine yönelik bir araştırma. *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 42(2), 302-318.
- Fossas Olalla, M. (1999). The resource-based theory and human resources. *International Advances in Economic Research*, 5(1), 84-92. <https://doi.org/10.1007/BF02295034>
- Girgin, M. S. (2019). *Kişilik ve öz yeterliliğin çalışan sesliliğine etkisinde iş güvencesizliğinin düzenleyici rolü* (Doktora Tezi, İstanbul Ticaret Üniversitesi).
- Gleeson, E. (2016). Re-conceptualising Hirschman's exit, voice & loyalty model for contemporary organisational contexts (Master of Business Thesis, University of Notre Dame). <https://researchonline.nd.edu.au/theses/134>
- González-Romá, V., Schaufeli, W. B., Bakker, A. B. & Lloret, S. (2006). Burnout and work engagement: Independent factors or opposite poles? *Journal of Vocational Behavior*, 68(1), 165-174. <https://doi.org/10.1016/j.jvb.2005.01.003>
- Gu, B. (2016). Effects of psychological capital on employee turnover intentions: A study based on Hai Di Lao Hot Pot. *Journal of Global Tourism Research*, 1(1), 21-28.
- Gürbüz, S. & Şahin, F. (2016). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri*. Seçkin Yayıncılık.
- Güzel, Ş. & Uyar, S. (2019). İşe angaje olmak kavramı, tükenmişlik ile ilişkisi ve sonuçları. *Sosyal Araştırmalar ve Yönetim Dergisi*, (1), 44-52. <https://doi.org/10.35375/sayod.535183>
- Handoyo, S. & Ardi, R. (2020). The role of psychological capital on employee voice: Conservation resources framework. *Journal of Educational, Health and Community Psychology*, 9(2), 184-195.
- Hirschman, A. O. (1970). Exit, voice, and loyalty: Responses to decline in firms, organizations, and states. *Harvard University Press*, 272-275.
- Hirschman, A. O. (1980). Exit, voice, and loyalty: Further reflections and a survey of recent contributions. *The Milbank Memorial Fund Quarterly: Health and Society*, 58(3), 430-453. <https://doi.org/10.2307/3349733>
- Huefner, J. C. & Hunt, H. K. (1994). Extending the Hirschman model: when voice and exit don't tell the whole story. *Journal of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction and Complaining Behavior*, 7(1), 267-270.

**H. Korkmazürek**

- İnce, M., Yeşilkuş, F. & Özbozkurt, O. B. (2020). İşe bağlılığın işte kalma niyeti üzerindeki etkisinde iş gören sesliliğinin aracılık rolü. *Researcher: Social Sciences Studies*, 8(2), 238-256. <https://doi.org/10.29228/rssstudies.43779>
- Kabakçı Yurdakul, I. (2013). *Evren ve örneklem*. İçinde A. A. Kurt (Ed.), *Bilimsel Araştırma Yöntemleri* (ss. 75-91). Anadolu Üniversitesi.
- Karatepe, O. M. & Karadaş, G. (2015). Do psychological capital and work engagement foster frontline employees' satisfaction? *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 27(6), 1254-1278. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-01-2014-0028>
- Kaya Özbağ, G. (2016). Rekabet avantajı yaratmada iki temel yaklaşım; kaynak tabanlı ve endüstri tabanlı yönetim model. *Yeni Türkiye*, 88, 888-899.
- Keleş, H. N. (2011). Pozitif psikolojik sermaye: tanımı, bileşenleri ve örgüt yönetimine etkileri. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 3(2), 343-350.
- Kodaş, B. (2018). Yiyecek içecek çalışanlarının pozitif psikolojik sermayeleri ile işe angaje olma davranışları arasındaki ilişki. *Kırklareli Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 2(1), 1-14.
- Köse, A. (2015). İşe angaje olma ile örgütsel destek algısı ve örgüt iklimi arasındaki ilişki: Kahramanmaraş ili örneği (Doktora Tezi, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi).
- Kraaijenbrink, J. (2011). Human capital in the resource-based view. *Oxford Handbooks Online*, 1-24. <http://dx.doi.org/10.1093/oxfordhb/9780199532162.003.0009>
- Kwon, B., Farndale, E. & Park, J. G. (2016). Employee voice and work engagement: Macro, meso, and micro-level drivers of convergence? *Human Resource Management Review*, 26(4), 327-337. <https://doi.org/10.1016/j.hrmr.2016.04.005>
- Luthans, F. (2002). The need for and meaning of positive organizational behavior. *Journal of Organizational Behavior*, 23(6), 695-706. <http://dx.doi.org/10.1002/job.165>
- Luthans, F., Avey, J. B., Avolio, B. J. & Peterson, S. J. (2010). The development and resulting performance impact of positive psychological capital. *Human Resource Development Quarterly*, 21(1), 41-67. <http://dx.doi.org/10.1002/hrdq.20034>
- Luthans, F., Luthans, K. W. & Luthans, B. C. (2004). Positive psychological capital: Beyond human and social capital. *Business Horizons*, 47(1), 45-50. <http://dx.doi.org/10.1016/j.bushor.2003.11.007>
- Luthans, F., Vogelgesang, G. R. & Lester, P. B. (2006). Developing the psychological capital of resiliency. *Human Resource Development Review*, 5(1), 25-44. <http://dx.doi.org/10.1177/11534484305285335>
- Luthans, F., Avolio, B. J., Avey, J. B. & Norman, S. M. (2007). Positive psychological capital: Measurement and relationship with performance and satisfaction. *Personnel Psychology*, 60(3), 541-572.
- Luthans, F., Youssef, C. M. & Avolio, B. J. (2015). *Psychological capital and beyond*. Oxford University Press, USA.
- Madhani, P. M. (2010). Resource based view (RBV) of competitive advantage: an overview. *Resource Based View: Concepts and Practices*, 3-22.
- Mahoney, J. T. & Pandian, J. R. (1992). The resource-based view within the conversation of strategic management. *Strategic Management Journal*, 13(5), 363-380. <https://doi.org/10.1002/smj.4250130505>
- Maslach, C. & Leiter, M. P. (1997). *The truth about burnout: How organizations cause personal stress and what to do about it*. John Wiley & Sons.
- Maynes, T. D. & Podsakoff, P. M. (2014). Speaking more broadly: An examination of the nature, antecedents, and consequences of an expanded set of employee voice behaviors. *Journal of Applied Psychology*, 99(1), 87-112 <http://dx.doi.org/10.1037/a0034284>
- Moçoşoğlu, B. (2019). *Okullardaki iş yeri ruhsallığı, örgütsel sessizlik ve seslilik arasındaki ilişki* (Doktora Tezi, Harran Üniversitesi).
- Niswaty, R., Wirawan, H., Akib, H., Saggaf, M. S. & Daraba, D. (2021). Investigating the effect of authentic leadership and employees' psychological capital on work engagement: Evidence from Indonesia. *Heliyon*, 7(5), 1-8. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2021.e06992>



**H. Korkmazürek**

- Nişancı, Z. N., Damar, A., Güney, A. & Kara, D. S. (2019). Psikolojik sermayenin işe angaje olma ve örgütsel destek üzerindeki etkisi. *Business and Organization Research International Conference*, 63-73.
- Ocak, M. Güler, M. & Basım, H. N. (2016). Psikolojik sermayenin örgütsel bağlılık ve iş tatmini tutumları üzerine etkisi: Bosnalı öğretmenler üzerine bir araştırma. *Çankırı Karatekin Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 6(1), 113-130. <http://dx.doi.org/10.18074/cnuibf.274>
- Oruç, E. (2018). Psikolojik sermaye ölçeği kısa formunun Türkçe uyarlaması: Geçerlik ve güvenilirlik çalışması. *Electronic Turkish Studies*, 13(14), 141-151. <http://dx.doi.org/10.7827/TurkishStudies>.
- Osborne, J. W. (2014). *Best practices in exploratory factor analysis*. Scotts Valley, CA: CreateSpace Independent Publishing.
- Osborne, S. & Hammoud, M. S. (2017). Effective employee engagement in the workplace. *International Journal of Applied Management and Technology*, 16(1), 50-67. <https://doi.org/10.5590/IJAMT.2017.16.1.04>
- Özdamar, K. (2017). *Eğitim, sağlık ve davranış bilimlerinde ölçek ve test geliştirme: Yapısal eşitlik modellemesi*. Nisan Kitabevi.
- Özgül, B. & Mengi, B. T. (2018). İşletme körlüğü ve çözüm önerisi olarak güvenilir danışman iç denetim. *Muhasebe ve Denetime Bakış*, 18(54), 125-138.
- Özkalp, E. & Meydan, B. (2015). Schaufeli ve Bakker tarafından geliştirilmiş olan işe angaje olma ölçeğinin Türkçe’de güvenilirlik ve geçerliliğinin analizi. *Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi*, 17(3), 1-19.
- Öztürk, M., Eryeşil, K., & Damar, A. (2018). Psikolojik sermayenin tükenmişlik, iş tatmini ve işten ayrılma niyeti üzerine etkisi. 2. *International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress*, 1360-1368.
- Paek, S., Schuckert, M., Kim, T. T. & Lee, G. (2015). Why is hospitality employees’ psychological capital important? The effects of psychological capital on work engagement and employee morale. *International Journal of Hospitality Management*, 50, 9-26.
- Peteraf, M. A. (1993). The cornerstones of competitive advantage: a resource-based view. *Strategic Management Journal*, 14(3), 179-191. <https://doi.org/10.1002/smj.4250140303>
- Purwanto, A., Asbari, M., Hartuti, H., Setiana, Y. N. & Fahmi, K. (2021). Effect of psychological capital and authentic leadership on innovation work behavior. *International Journal of Social and Management Studies*, 2(1), 1-13.
- Rizvi, S. T. H. (2016). The effect of psychological capital on employees’ voice and loyalty responses to organizational injustice-a two-dimensional approach. *Journal of Managerial Sciences*, 1, 151-175.
- Robertson, I. T. & Cooper, C. L. (2010). Full engagement: the integration of employee engagement and psychological well-being. *Leadership & Organization Development Journal*, 31(4), 324-336. <https://doi.org/10.1108/01437731011043348>
- Robyn, C. M. & Mitonga-Monga, J. (2017). Psychological capital and work engagement in relation to employee commitment in a South African manufacturing organisation. *Journal of Contemporary Management*, 14(1), 702-730.
- Sakız, H. (2015). *Betimleyici istatistik*. İçinde A. Aypay (Ed.), *Araştırma Yöntemleri: Desen ve Analiz* (ss. 434-472), Anı Yayıncılık.
- Schaufeli, W. B. & A. Bakker (2004). UWES Utrecht work engagement scale. *Occupational Health Psychology Unit, Utrecht University*, 1-60. [https://www.wilmarschaufeli.nl/publications/Schaufeli/Test%20Manuals/Test\\_manual\\_UWES\\_English.pdf](https://www.wilmarschaufeli.nl/publications/Schaufeli/Test%20Manuals/Test_manual_UWES_English.pdf)
- Schaufeli, W. B. & Bakker, A. B. (2010). *Defining and measuring work engagement, bringing clarity to the concept*. İçinde A. B. Bakker & M. P. Leiter (Eds;), *Work Engagement, A Handbook of Essential Theory and Research* (ss. 10-24), New York Psychology Press
- Schaufeli, W. B. & Salanova, M. (2007). Efficacy or inefficacy, that’s the question: Burnout and work engagement, and their relationships with efficacy beliefs. *Anxiety, Stress, & Coping*, 20(2), 177-196. <https://doi.org/10.1080/10615800701217878>
- Schaufeli, W. B. (2013). *What is engagement?* In C. Truss, K. Alfes, R. Delbridge, A. Shantz, & E. Soane (Eds.), *Employee Engagement in Theory and Practice*. Routledge.

**H. Korkmazyürek**

- Schaufeli, W. B., Salanova, M., González-Romá, V. & Bakker, A. B. (2002). The measurement of engagement and burnout: a two-sample confirmatory factor analytic approach. *Journal of Happiness Studies*, 3(1), 71-92. <https://doi.org/10.1023/A:1015630930326>
- Schaufeli, W. B., Taris, T. W. & Van Rhenen, W. (2008). Workaholism, burnout, and work engagement: Three of a kind or three different kinds of employee well-being?. *Applied Psychology*, 57(2), 173-203. <https://psycnet.apa.org/doi/10.1111/j.1464-0597.2007.00285.x>
- Seligman, M. E. P. & Csikszentmihalyi, M. (2000). Positive psychology: An introduction. *American Psychologist*, 55(1), 5-14. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.55.1.5>
- Sihag, P. & Sarikwal, L. (2014). Impact of psychological capital on employee engagement: A study of IT professionals in Indian context. *Management Studies and Economic Systems*, 1(2), 127-139.
- Soni, K., & Rastogi, R. (2019). Psychological capital augments employee engagement. *Psychological Studies*, 1-9. <https://doi.org/10.1007/s12646-019-00499-x>
- Sutrisno, M. B. & Parahyanti, E. (2018). The impact of psychological capital and work meaningfulness on work engagement in generation Y. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, 139, 53-58.
- Süer, C. & Keçeci, M. (2018). The moderating effect of supervisory responsiveness on the relationship between leader member exchange quality and voice behavior. *International Journal of Social Science*, 66(2), 433-445. <http://dx.doi.org/10.9761/JASSS7537>
- Sweetman, D. & Luthans, F. (2010). *The power of positive psychology: Psychological capital and work engagement*. In A. B. Bakker & M. P. Leiter (Eds.) *Work engagement: A handbook of essential theory and research* (pp. 54-68), Psychology Press.
- Şencan, H. (2005). *Sosyal ve davranışsal ölçümlerde güvenilirlik ve geçerlilik*. Seçkin Yayıncılık.
- Şener, E., Çetinkaya, F. F., Yüksel, A. N. & Akkoca, Y. (2018). Pozitif ses çıkartma davranışının öncülü olarak iletişim doyumu. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 20(2), 165-175.
- Şimşek, Y. & Gürler, M. (2019). A Study on employee voice and its effect on work engagement: explicating from the Turkish Teachers' perspectives. *International Education Studies*, 12(7), 80-92. <https://doi.org/10.5539/ies.v12n7p80>
- Tokmak, M. (2019). İşlemsel ve ilişkisel psikolojik sözleşmenin iş görenlerin pozitif ses davranışı üzerindeki etkisine yönelik ampirik bir araştırma. *Bingöl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9(17), 587-604.
- Tran, Q. (2018). *Employee engagement: How does the organization increase engagement? From the viewpoint of HR representatives in Finland* (Master's Thesis, Åbo Academy University).
- Turgut, T. & Agun, H. (2016). The relationship between organizational justice and organizational cynicism the mediating role of psychological capital and employee voice. *Journal of Behavior at Work*, 1(1), 15-26.
- Türkoğlu, N. & Misican, D. Ö. (2019). Çalışanların psikolojik rahatlık algısı, pozitif ses çıkarma davranışı ve işten ayrılma niyeti ilişkisi üzerine ampirik bir çalışma. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 11(2), 998-1010. <https://doi.org/10.20491/isarder.2019.651>
- Ural, A. & Kılıç, İ. (2013). *Bilimsel araştırma süreci ve SPSS ile veri analizi*. Detay Yayıncılık.
- Van Dyne, L. & LePine, J. A. (1998). Helping and voice extra-role behaviors: evidence of construct and predictive validity. *Academy of Management Journal*, 41(1), 108-119. <https://doi.org/10.2307/256902>
- Vance, R. J. (2006). Employee engagement and commitment. *SHRM Foundation*, 1-53.
- Wang, Y., Zheng, Y. & Zhu, Y. (2018). How transformational leadership influences employee voice behavior: The roles of psychological capital and organizational identification. *Social Behavior and Personality: An International Journal*, 46(2), 313-321. <https://doi.org/10.2224/sbp.6619>
- Wardani, L. M. I. & Anwar, M. S. (2019). The role of quality of work life as mediator: Psychological capital and work engagement. *Humanities & Social Sciences Reviews*, 7(6), 447-463.



***H. Korkmazyürek***

- Wirawan, H., Jufri, M. & Saman, A. (2020). The effect of authentic leadership and psychological capital on work engagement: the mediating role of job satisfaction. *Leadership & Organization Development Journal*, 1-16. <https://doi.org/10.1108/LODJ-10-2019-0433>
- Yeşilkuş, F. & Özbozkurt, O. B. (2020). A contemporary management practice: Mindfulness in the work settings. *European Journal of Educational and Social Sciences*, 5(2), 145-158.
- Yılmaz, V. & Dalbudak, Z. İ. (2018). Aracı değişken etkisinin incelenmesi: Yüksek hızlı tren işletmeciliği üzerine bir uygulama. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 14(2), 517-534.
- Yurdakal, İ. H. & Kırmızı, F. S. (2019). Okumaya yönelik tutum ölçeği güvenilirlik ve geçerlik çalışması. *Elementary Education Online*, 18(2), 714-733. <https://doi.org/10.17051/ilkonline.2019.562036>
- Zuberbühler, M. J. P., Calcagni, C. C., Martínez, I. M. & Salanova, M. (2021). Development and validation of the coaching-based leadership scale and its relationship with psychological capital, work engagement, and performance. *Current Psychology*, 1-22. <https://doi.org/10.1007/s12144-021-01460-w>

**Beyan ve Açıklamalar (Disclosure Statements)**

1. Bu çalışmanın yazarları, araştırma ve yayın etiği ilkelerine uyduklarını kabul etmektedirler (The authors of this article confirm that their work complies with the principles of research and publication ethics).
2. Yazarlar tarafından herhangi bir çıkar çatışması beyan edilmemiştir (No potential conflict of interest was reported by the authors).
3. Bu çalışma, intihal tarama programı kullanılarak intihal taramasından geçirilmiştir (This article was screened for potential plagiarism using a plagiarism screening program).



Article Info/Makale Bilgisi

✓Received/Geliş:30.05.2021 ✓Accepted/Kabul:01.09.2021

DOI:10.30794/pausbed.945207

Araştırma Makalesi/ Research Article

Yağar, F. (2022). "Türkiye’de Evde Bakım Hizmetlerine İlişkin Hasta Beklentilerinin Doküman Analizi Yöntemi ile İncelenmesi" *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı 48, Denizli, ss. 203-214.

## TÜRKİYE’DE EVDE BAKIM HİZMETLERİNE İLİŞKİN HASTA BEKLENTİLERİNİN DOKÜMAN ANALİZİ YÖNTEMİ İLE İNCELENMESİ

Fedayi YAĞAR\*

### Öz

Bu çalışmada, Türkiye’de evde bakım hizmetleri ile ilgili hastalar üzerinde yapılan araştırmalar doküman analiz tekniği ile incelenmiştir. Bu inceleme ile birlikte toplumda gittikçe önemi artan evde bakım hizmetlerine ilişkin kullanıcıların beklentilerini ortaya koymak hedeflenmiştir. Bazı kriterler dikkate alınarak tarama yapılmıştır. Tarama sonucunda 2006-2021 yılları arasında toplam 5955 katılımcının yer aldığı 28 araştırma makalesi değerlendirilmiştir. Tanımlayıcı istatistikler kullanılmıştır. Analiz sonucunda hastaların temelde yedi beklentisinin olduğu tespit edilmiştir. Bunlar, sosyal hizmet bakımlarının artırılması, sağlık durumları ile ilgili bilgilendirilme yapılması, ihtiyaç duyulduğunda hızlı bir şekilde cevap verilmesi, sağlık çalışanlarının duyarlı ve vasıflı olması, hastalığının takibinin yapılması, ilaçların reçete edilmesi ve gerekli tıbbi cihazların sağlanmasıdır. Sunulan hizmetleri geliştirme noktasında bulunan bu sonuçların literatüre katkı sağlayacağına inanılmaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** *Evde Bakım Hizmetleri, Hasta Beklentisi, Doküman Analizi, Türkiye.*

## EXAMINATION OF PATIENT EXPECTATIONS REGARDING HOME CARE SERVICES IN TURKEY BY DOCUMENT ANALYSIS METHOD

### Abstract

In this study, studies on patients related to home care services in Turkey were examined with document analysis technique. With this review, it is aimed to reveal the expectations of the users regarding home care services, which are becoming increasingly important in the society. A search was made taking into account some criteria. As a result of the screening, 28 research articles with a total of 5955 participants between the years 2006-2021 were evaluated. Descriptive statistics were used. As a result of the analysis, it was determined that the patients basically had seven expectations. These are increasing social service care, informing about health conditions, responding quickly when needed, being sensitive and qualified health workers, following the disease, prescribing drugs and providing necessary medical devices. It is believed that these results, which are at the point of improving the services offered, will contribute to the literature.

**Key Words:** *Home Care Services, Patient Expectation, Document Analysis, Turkey.*

\*Arş. Gör. Dr., Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, İİBF, Sağlık Yönetimi Bölümü, KAHRAMANMARAŞ.  
e-posta: fedayiyagar@hotmail.com (<https://orcid.org/0000-0002-3436-6583>)

## 1. GİRİŞ

Günümüzde gelişmiş ülkelerde yaşam süresinin uzaması ve yaşlı nüfus oranının artması ile birlikte bazı problemlerin ortaya çıkması kaçınılmaz hale gelmiştir. 2000 yılında dünya nüfusunun %10'u 60 yaş ve üstündeyken, bu oranın 2050 yılında %20'nin üzerine çıkması beklenmektedir (Onarcan, 2011). Türkiye'de benzer bir durumun ortaya çıktığı görülmektedir. Yayınlanan son verilere göre, 65 yaş ve üzeri yaşlı nüfus son beş yılda %22,5 oranında artmıştır. 2020 yılında yaşlı nüfusun toplam nüfus içerisindeki payı %9,5 olarak açıklanmıştır. Bu oranın 2060 yılında %22,6 olması beklenmektedir (TÜİK, 2021). TÜİK ve Dünya Sağlık Örgütü tarafından yapılan projeksiyonlara göre, önümüzde 25 yıl içerisinde tüm dünyada yaşlı nüfusun artacağı en hızlı ikinci ülkenin Türkiye olması beklenmektedir. Kısacası, yaşlanmanın bu kadar artması ile birlikte kronik hastalıkların ve yatağa bağımlılığın artması ve bu duruma paralel olarak yaşlılar için sağlık ve sosyal bakım ihtiyacının artması öngörülmektedir (Onarcan, 2011). Diğer yandan, evde bakım hizmetleri sadece yaşlı bireyler için sunulmamaktadır. Termal dönemdeki kanser hastaları, ileri derecedeki kas hastaları, yatağa bağımlı hastalar, KOAH gibi solunum sistemi hastalıkları olanlar, yeni doğan sarılıkları (fototerapi uygulanması gerekenler) ve evde bakım hizmeti alan ağız ve diş sağlığı ile ilgili ihtiyacı olan bireylerde bu hizmetlerden faydalanabilmektedir (Güzel ve Toprak, 2018).

Türkiye'nin de yakın gelecekte yaşlı toplumlar sınıfına girmesi, aile-toplum yapısının değişmesi ve gelecekte problemlerinin boyutlarının artması beklenmektedir. Bu süreçte devlet ve toplum sorumluluğunda yer alan ve evde bakım ihtiyacı duyan bireylerin refah düzeyini artırmak için gerekli düzenlemelerin yapılması kaçınılmaz olarak görülmektedir (Zıplar, 2017). Bu düzenlemelerin yapılması ve yapının dizayn edilmesi noktasında evde bakım hizmetlerinden faydalanan bireylerin görüşlerinin ve beklentilerinin dikkate alınması önemli bir rol oynayacaktır. Bu çalışma ile birlikte, evde bakım hizmetleri ile ilgili politika yapıcıların kullanabileceği bir yapının ortaya çıkarılması hedeflenmiştir. Türkiye'de evde bakım hizmetlerinden faydalanan bireylere ilişkin yapılan araştırmalar doküman analizi ile detaylı bir şekilde incelenmiş ve hastaların beklentileri ortaya konulmaya çalışılmıştır.

## 2. EVDE BAKIM HİZMETLERİ

Evde bakım, "bireylerin kişisel bakımlarını sağlama, yaşam kalitesini sürdürme kapasitesinde olmayan, kişisel tercihlerini kullanmada ve yaşamının devamının sağlanmasında aile, akraba veya tıbbi, sosyal ve diğer uzmanların desteğine gereksinim duyulan etkinlikler olarak" olarak tanımlanmaktadır (Bilge vd., 2014). Evde bakım hizmetleri ise, Sağlık Bakanlığı (2010) tarafından yayınlanan yönergede "çeşitli hastalıklara bağlı olarak evde sağlık hizmeti sunumuna ihtiyacı olan bireylere evinde ve aile ortamında sosyal ve psikolojik danışmanlık hizmetlerini de kapsayacak şekilde verilen muayene, tetkik, tahlil, tedavi, tıbbi bakım, takip ve rehabilitasyon hizmetleri" şeklinde tanımlanmıştır. Terminal dönemi kanser hastaları, yatağa bağımlı hastalar, solunum sistemi hastalıkları (kronik obstrüktif akciğer hastalığı gibi), ileri derecedeki kas hastalıkları, bu hizmete tabi olan hastaların ihtiyaç duyduğu ağız ve diş sağlığı hizmetleri ve fototerapi uygulaması gereken yeni doğan sarılıkları gibi hastalıklar ve hizmetler bu uygulama kapsamında yer almaktadır (Çayır, 2013). Ayrıca evde bakım hizmetleri, hizmeti sağlayan bireylere göre formal bakım ve informal bakım olmak üzere iki kısma ayrılmaktadır. Formal bakım, farklı meslek alanlarından uzman ya da yarı uzman kişiler tarafından verilen hizmetlerdir. İnfomal bakım ise, arkadaş ve akraba gibi aile bireyleri tarafından verilen hizmetlerdir (Altuntaş vd., 2010).

Evde bakım hizmetleri uygulaması sağladığı avantajlar açısından incelendiğinde, hastalara özerklik ve kendilerini koruma imkanı sağladığı için kişiler yaşadıkları ortamda daha mutlu ve özgür olmakta, çevre ile iletişim iyileşme sürecini hızlandırabilmekte, gereksiz hastaneye yatışları ve hastaların hastanelerde enfeksiyon kapma ihtimali azalmaktadır. Bu uygulamanın dezavantajları ise, hastanın yanında sürekli olarak sağlık personelinin bulunamamasıdır. Aynı şekilde, sağlık personelinin güvenliğini sağlamada bazı sorunlar da ortaya çıkabilmektedir. Örneğin damar yolu tedavisi gören kişiler ile ilgili hatalı kullanıma bağlı olarak tromboz, sepsis ve damar tıkanıklığı gibi beklenmedik komplikasyonlar gerçekleşebilmektedir (M. Yılmaz vd., 2010).

Evde bakım hizmetleri ile ilgili tarihsel süreç incelendiğinde, evde bakım kavramının çok uzun süredir dünyanın gündeminde olduğu görülmektedir. İlk olarak 1700'lü yılların sonuna doğru İngiltere'de çıkan bu kavram, daha sonraları ABD'de ortaya çıkmıştır (İlhan vd., 2015). Amerika Birleşik Devletleri, bu alanda en gelişmiş ülkelerden biri olarak yer almaktadır. Bu hizmetin temeli 18. yüzyıla kadar dayanmaktadır. Ulusal Evde Bakım Derneği, 1980

yılında kurulmuş ve bu alanda akreditasyon zorunlu hale getirilmiştir. ABD’de 22.000’in üzerinde evde bakım şirketi bulunmakta ve hastaların yaklaşık olarak %15-20’si bu hizmetlere yönlendirilmektedir. Sağlık hizmetleri içindeki payı ise %7,8’dir (Alnigeniş, 2009). Günümüzde daha çok hasta odaklı evde bakım hizmetleri olarak hizmet verilen bu alanda maliyetlerin azaltılması, işbirliği içinde hizmet verilmesi, sağlık bilgi teknolojilerinden faydalanılması ve hastalar için hızlı bir şekilde yüksek kalitede sağlık çıktılarının sağlanması amaçlanmaktadır. Bu uygulama ilk olarak çocuklar için 1967’de bir model olarak ortaya çıkarılmıştır. 2000’li yıllarda sağlık alanında yaşanan reformlar ile birlikte temel hizmetlerde tüm topluma uygulanmaya başlanmıştır (Klein vd., 2013). 2009 yılında çıktıların ölçümü ve araç-gereçlerin standardının sağlanması amacıyla Hasta Merkezli Evde Bakım Değerlendiricileri İşbirliği kurulmuştur. Bu grup; maliyet, fayda, klinik kalite, hasta deneyimi, klinisyen, personel deneyimi ve süreçler üzerinde uygulamaya yoğunlaşmıştır (Rosenthal vd., 2012). Diğer yandan, ABD’de sunulan evde bakım hizmetlerinin finansmanı Medicaid, Medicare, özel sigorta, diğer devlet ödemeleri, çeşitli programlar ve cepten ödemeler ile sağlanmaktadır (Özer ve Şantaş, 2012).

Bu alanda örnek gösterilecek ülkelerden birisi de Hollanda’dır. Bu uygulamanın temeli 19. yüzyıldaki çalışmalara dayanmaktadır. 1875 yılında kurulan Beyaz Haç ile resmi olarak evde bakım uygulamalarının temeli atılmıştır. Bu alanda ilk eğitilmiş personeli yetiştirmek için 1899 yılında Sosyal Hizmet Eğitim Enstitüsü kurulmuştur. 1978 yılında Ulusal Haç Derneği kurulmuş ve on binlerce kişiye bu hizmet sunulmuştur. 1970’li yılların sonuna doğru inanç temelli yardım eden bu kuruluşların yerine devlet tarafından bu hizmet verilmeye başlanmış fakat bu hizmet çok uzun sürmemiş, 1993 yılında finansman ve denetimin devlette olması koşulu ile evde bakım kuruluşları özelleştirilmiştir. Bu hizmetler 2007 yılında çıkarılan Sosyal Destek Yasası ile desteklenmiştir. Bu yasa ile birlikte yerel yönetime geniş yetkiler verilmiştir. Bu uygulamadan faydalanmak istenen kişilerin seçimi Bakım Değerlendirme Merkezi tarafından yapılmaktadır. Burada seçilen kişi istediği bir özel kurumla anlaşabilmekte ya da parayı alıp serbest piyasa yoluyla (arkadaş, akraba ve komşu gibi) hizmet alabilmektedir. Katkı payları Merkezi Muhasebe Kuruluşu tarafından belirlenmektedir. Standartların belirlenmesi ve denetimlerin yapılmasından da Hollanda Sağlık Otoritesi sorumludur (Danış ve Solak, 2014). Evde bakım hizmetleri hükümetin toplam sağlık bütçesinin %44’ünü oluşturan Kapsamlı Medikal Harcamaları Eylemi ve Sosyal Destek Eylemi tarafından finanse edilmektedir. 2013 yılı verilerine göre, 143 hemşire/yaşam evleri, semptom kontrolü ve stabilizasyonu için özel bölümlü 15 hastane ve 123 tane düşükün evi hizmet vermektedir. Kısacası, Hollanda’da evde bakım hizmetleri kar amacı gütmeyen evde bakım örgütleri, yaşam evleri ve hemşire evleri tarafından sağlanmaktadır (Wammers vd., 2014). Bu alanda başarılı olarak gösterilen ve hizmet veren hemşire evlerinden birisi “Buurtzorg Nederland”tır. 2015 verilerine göre bu kuruluşta 8.000 hemşirenin çalıştığı 700 takım yer almaktadır. Bu hemşireler 2014 yılında 65.000 hastanın bakımını sağlamışlardır. Bu kurumda çalışanların ve hizmet alan hastaların oldukça memnun olduğu bilinmektedir. Japonya, Norveç, İsveç, Birleşik Krallık ve ABD gibi ülkeler bu modeli temel almaktadır. Bu modelde her 50-60 hastadan sorumlu maksimum 12 hemşireden oluşan bağımsız bir takım yer almaktadır. Yine bu takımlara problem çözmede her zaman yardım edebilecek bir yönetici de hazır bulunmaktadır. Bu takımlar ile birlikte medikal ve destekleyici evde bakım hizmetleri ve sürdürülebilir toplum bakım hizmetleri gibi sağlık hizmetlerinin sunulması amaçlanmaktadır (Gray vd., 2015). Hemşire evlerinin denetimi ise, bu alanda tek sorumlu olan “İhtiyaçların Değerlendirilmesi Merkezi” tarafından yapılmaktadır (Schafer vd., 2010).

### **3. TÜRKİYE’DE EVDE BAKIM HİZMETLERİ**

Türkiye’de ilk defa 1931 yılında çıkarılan Umumi Hıfzıssıhha Kanunu Tatbikatına Dair Tamim’de “ev ziyareti” kavramından bahsedilmiş ve böylelikle mevzuatta evde sağlık ve bakım uygulamaları başlamıştır. Bu tarihten sonra evde bakım hizmetleri ile ilgili birçok önemli gelişmeler yaşanmıştır. Örneğin, 1963 yılında çıkarılan Birinci Kalkınma Planı ile bu hizmetlerin örgütlenmesinin geliştirilmesine ve pilot bölge çalışmalarının yapılması gerektiğine vurgu yapılmıştır. 1989 yılında Bakanlar Kurulu Kararı ile evde hasta bakımı yıllık programlara dahil edilmiştir. 2004 yılında evde bakım hizmetlerinde çalışanlar sağlık iş kolunda kabul edilmiştir. 2005 yılına kadar yapılan bu gibi birçok düzenlemede evde bakım hizmetlerinin dolaylı olarak yer aldığı gözlemlenmiştir. 2005 yılında ise evde bakım sağlık hizmetlerini doğrudan konu edinen ilk yasal düzenleme “Evde Bakım Hizmetleri Sunumu Hakkında Yönetmelik” çıkarılmıştır (Çoban vd., 2014). Bu yönetmelik ile birlikte evde sağlık hizmetleri uygulaması yürürlüğe girmiş ve özel sektördeki uygulamalarda disipline altına alınmıştır. Yönetmelikte 8 bölüm ve 35 madde yer almaktadır. Yönetmelikte birçok yerde etik kurallara ve hasta haklarına vurgu yapılmış fakat ulusal ve uluslararası dayanakları açıkça ifade edilmemiştir. Aynı şekilde, 2006 yılında Bakıma Muhtaç Özürlülerin Tespiti ve Bakım Esaslarının Belirlenmesine İlişkin Yönetmelik çıkarılmıştır (Bilge vd., 2014).

Evde bakım hizmetlerinin Sağlık Bakanlığı'na bağlı kuruluşlar tarafından yapılması, 2010 yılında çıkarılan Sağlık Bakanlığı'nca sunulan Evde Sağlık Hizmetlerinin Uygulama Usul ve Esasları Hakkında Yönerge ile olmuştur (Özer ve Şantaş, 2012). Aynı şekilde, 27.06.2015 tarih ve 29399 sayılı "Sağlıkta Kalitenin Geliştirilmesi ve Değerlendirilmesine Dair Yönetmelik" kapsamında SKS Evde Sağlık Seti oluşturulmuştur. Bu set ile birlikte standartlar, puanlandırma sistematığı, rehberlik ifadeleri ve yardımcı dokümanlar ile birlikte evde sağlık hizmetleri için kaliteli yönetimin tüm unsurlarını içinde barındıran geniş bir kaynak oluşturmak hedeflenmiştir (SB, 2015). Son olarak 25.04.2017'de Sağlık Bakanlığı tarafından alınan bir karar ile evde sağlık hizmetleri ile ilgili işlemlerin koordinasyonu görevi Türkiye Halk Sağlığı Kurumu Başkanlığı'ndan alınmış ve Türkiye Kamu Hastaneleri Kurumu'na devredilmiştir. Bireylerin muayene, tetkik, tedavi, tıbbi bakım ve rehabilitasyonlarının evinde ve aile ortamında yapılması, bu kişilere ve aile bireylerine sosyal ve psikolojik destek hizmetlerinin bir bütün olarak verilmesi amacıyla bu kararın alındığı belirtilmiştir (SB, 2017).

Türkiye'de evde sağlık hizmetleri uygulaması ile birlikte ameliyat sonrası hizmet alma ihtiyacı olanlara, tedavisine evde devam edilebilecek nöroloji, diyabet, akciğer ve solunum, onkoloji, felçli, kalp, damar ve hipertansiyon, yeni doğum yapan anne ve bebeklere, ortopedi ve travmatoloji hastalarına ve bakıma muhtaç olan yaşlı ve engellilere, infüzyon, enjeksiyon, yara bakımı ve diğer kısa süreli hemşirelik hizmetlerine ihtiyaç duyanlara hastalık veya sağlık ihtiyaçları sonlanıncaya kadar düzenli olarak hizmetlerin hafta en az bir kez, gerekmesi halinde de her gün verilmesi için çalışmalar yapılmaktadır (Işık vd., 2016). Sağlık Bakanlığı tarafından sunulan evde bakım hizmetlerinden faydalanmak için bireylerin Evde Bakım Hizmetleri Koordinasyon Merkez hattını (444 38 33) araması gerekmektedir. Bu arama ile birlikte her ilde yer alan sorumlu evde sağlık birimine ulaşılmakta ve hastalık hakkında bilgi alınabilmektedir. Diğer yandan, aile hekimlikleri ya da toplum sağlığı merkezleri aracılığıyla da müracaatlar yapılmakta ve aynı şekilde bu başvurularda evde sağlık hizmetleri birimlerine yönlendirilmektedir. Evde bakım ile birlikte temel amaç, hastaya tanı koymak değil, tanısı konmuş hastaların tedavisini uygulamak, takibi ve eğitimini sağlamaktır (KASDER, 2021). Diğer yandan, Türkiye'de Sağlık Bakanlığı'nca verilen bu hizmetlerin finansmanı sosyal güvenlik kurumu ile sağlanmaktadır. Burada dikkat edilmesi gereken nokta, evde sağlık hizmetleri kapsamında verilen hizmete ve kullanılacak olan malzemeye para ödenmemesi için bu hizmetlerin il sağlık müdürlüklerine bağlı evde sağlık birimlerinden alınması gerekliliğidir (Özer ve Şantaş, 2012).

Evde bakım hizmetleri sunumunda üç farklı tipte sağlık hizmeti birimi bulunmaktadır. Bunlar; "T", "H" ve "D" tipi evde bakım hizmetleridir. "T" tipi toplum sağlığı merkezlerine, "H" tipi Türkiye Kamu Hastaneleri Kurumu'na bağlı hastanelere ve "D" tipi ise, Türkiye Kamu Hastaneleri Kurumu'na bağlı ağız ve diş sağlığı merkezi veya hastanelerine bağlı olarak çalışan birimlerdir. Günlük hasta sayısı 10 ve üzeri olan yerlerde "T" tipi evde bakım hizmet birimleri kurulmaktadır. "T" tipi birimler tarafından verilmesi mümkün olmayan hizmetler (uzman hekim konsültasyonu ya da fizyoterapi gibi) meydana geldiğinde "H" tipi evde bakım hizmet birimleri devreye girmektedir (Güzel ve Toprak, 2018).

#### **4. YÖNTEM**

##### **4.1. Amaç**

Bu çalışmada, Türkiye'de evde bakım hizmetleri ile ilgili hastalar üzerinde yapılan araştırmaların incelenmesi amaçlanmıştır. Çalışmanın temelini oluşturan araştırma sorusu aşağıda verilmiştir.

- Hastaların evde sağlık hizmetlerinden beklentileri nelerdir?

##### **4.2. Tarama Stratejisi ve Dahil Edilme Kriterleri**

Bu çalışmada, doküman analizi yöntemi kullanılmıştır. Doküman analizi, hem basılı hem de elektronik materyallerin incelenmesi veya değerlendirilmesi için sistematik bir prosedürdür. Nitel araştırmadaki diğer analitik yöntemler gibi, doküman analizi de anlamı ortaya çıkarmak, anlayış kazanmak ve deneysel bilgiyi geliştirmek için verilerin incelenmesini ve yorumlanmasını gerektirir. Diğer yandan, fikirlerin nesnellliğini, etkililiğini ve uyumluluğunu sağlamak için bilimsel dergilerde yayınlanan makaleler kullanılabilir. Bu yaklaşım, yazarların araştırmaya getirebileceği önyargılardan kaynaklanan hataları en aza indirmesine katkıda bulunmaktadır (Bowen, 2009). Bu araştırmada da aynı yaklaşım benimsenmiş ve evde sağlık hizmetleri ile ilgili

hastaların görüşlerini dikkate alan bilimsel araştırma makaleleri doküman analizi ile sistematik bir yapı içerisinde değerlendirilmiştir.

Çalışma kapsamında PubMed ve Google Akademik veri tabanları kullanılarak 1 Mayıs 2021 – 25 Mayıs 2021 tarihleri arasında bir tarama yapılmış ve 72 araştırma makalesine ulaşılmıştır. Tarama yapılırken bazı kriterler dikkate alınmıştır. Bu kriterler; araştırma makalesi olması, hastaların görüşlerini dikkate alan araştırmalar olması, makalelerin erişime açık olması ve Türkçe veya İngilizce dilinde yazılmış olmasıdır. Bu kriterler sonucunda bazı araştırmalarda geriye dönük verilerin kullanıldığı (n=19), hasta bakıcılarının (n=12), öğrencilerin (n=5) ve sağlık çalışanlarının görüşlerinin alındığı (n=4) tespit edilmiştir. Aynı şekilde, yapılan dört araştırmanın genel olarak hastanelerdeki hastalar üzerinde yapıldığı görülmüştür. Dahil edilme dışında yer alan bu araştırmalar çıkarıldığında geriye kalan 28 araştırma makalesi çalışmanın kapsamını oluşturmuştur.

#### 4. 3. Verilerin Analizi

Çalışma kapsamında değerlendirilen araştırmaların tanımlayıcı özelliklerini sunmak için istatistiksel yöntemlerden (frekans ve yüzde) faydalanılmıştır (SPSS v.26).

#### 4. 4. Sınırlılıklar

Sadece araştırma makalelerinin dikkate alınması; kongre sunumlarının, yüksek lisans ve doktora tezlerinin, İngilizce veya Türkçe dili dışında yazılan araştırmaların dikkate alınmaması ve hastalar dışında hasta bakıcıların ve sağlık çalışanlarının görüşlerini dikkate alan araştırmaların incelenmemesi çalışmanın sınırlılıklarını oluşturmaktadır.

### 5. BULGULAR

Çalışma kapsamında değerlendirilen araştırmalarda yaygın olarak spesifik hasta grupları üzerinde çalışıldığı (%57.14) ve araştırmaların büyük bir kısmının Türkçe olarak yayınladığı (%78.57) görülmektedir. Veri toplama aracı açısından incelendiğinde, araştırmaların neredeyse tamamında anket tekniğinin kullanıldığı tespit edilmiştir (%92.86). Aynı şekilde, araştırmaların 15 farklı şehirde yapıldığı ve en çok araştırma yapılan şehirlerin İstanbul (%28.57), Ankara (%14.29) ve Konya (%10.71) olduğu belirlenmiştir.

**Tablo 1. Araştırmalara İlişkin Tanımlayıcı Özellikler**

Tanımlayıcı Özellikler	n	%	Tanımlayıcı Özellikler	n	%
<b>Yazım Dili</b>			<b>Araştırmanın Yapıldığı Yer</b>		
Türkçe	22	78.57	İstanbul	8	28.57
İngilizce	6	21.43	Ankara	4	14.29
<b>Veri Toplama Aracı</b>			Konya	3	10.71
Anket	26	92.86	Samsun	2	7.14
Derinlemesine Görüşme	2	7.14	Karaman	1	3.57
<b>Örneklem</b>			Şanlıurfa	1	3.57
Genel Hasta Grubu	12	42.86	Aydın	1	3.57
Spesifik Hasta Grubu	16	57.14	Eskişehir	1	3.57
<i>Yaşlı hastalar</i>	(10)	(35.71)	Burdur	1	3.57
<i>Yatağa tam bağımlı hastalar</i>	(2)	(7.14)	Bolu	1	3.57
İnmeli hastalar	(1)	(3.57)	Çorum	1	3.57
<i>Diyabetli hastalar</i>	(1)	(3.57)	Kırıkkale	1	3.57
<i>Kadın hastalar (doğum sonrası)</i>	(1)	(3.57)	Uşak	1	3.57
Çocuk hastalar	(1)	(3.57)	Sivas	1	3.57
			Adıyaman	1	3.57
<b>Toplam</b>	<b>28</b>	<b>100.0</b>		<b>28</b>	<b>100.0</b>



**Tablo 2. Evde Bakım Hizmetleri ile İlgili Hasta Görüşlerini İnceleyen Çalışmalar**

Yayın No	Çalışma	Amaç	Bulgular
1.	Adıgüzel ve Tek (2018)	Beslenme durumunun yaşam kalitesine etkisini incelemek	Evde bakım hizmeti alan yaşlı bireylerin yaşam kalitesini etkileyen temel değişkenlerden birisi beslenme durumlarıdır. Çiğneme ve yutma problemi olan bireylerin yaşam kalitesi düzeyleri daha düşüktür.
2.	Akaltun ve Ersin (2016)	Diyabet hastalarının diyabet tutum ve davranış düzeylerini değerlendirmek	Hastaların diyabet tutum ve davranışları incelenmiş ve diyabetin bireylerin yaşamını olumsuz etkileyebileceği belirtilmiştir. Aynı şekilde, hastalar büyük bir çoğunluğunun diyabet ile ilgili herhangi bir eğitim almadığı ortaya konulmuştur.
3.	Akdemir vd. (2011)	Yatağa bağımlı hastaların yaşadığı temel sağlık sorunlarını ortaya koymak	Hastalar araştırma kapsamında evlerinde en az beş kez ziyaret edilmiş. İzlem sürecinde ortaya çıkan sağlık sorunları şunlar olmuştur: Hijyenik yetersizlik, psiko-sosyal sorunlar, hastalık ve beslenme alışkanlıklarına ilişkin bilgi eksiklikleri.
4.	Aydın ve Dişçiğil (2017)	Hastaların sosyal izolasyon durumlarını incelemek	Hastaların yaklaşık olarak üçte ikisi hayattan kopmuş olduklarını belirtmiştir. Aynı şekilde, günlük sosyal aktivite olarak en çok televizyon izlendiği vurgulanmıştır.
5.	Aydın vd. (2016)	Evde bakım hizmetleri ve yaşam kalitesi algısı arasındaki ilişkiyi incelemek	Bireylerin yaşam kalitesini etkileyen temel faktörün evde bakım hizmetleri ihtiyacının karşılanması olduğu sonucuna ulaşılmıştır. İhtiyacı olduğunu belirten hastaların sadece %2.8'inin hizmet aldığı sonucuna ulaşılmıştır.
6.	Çatak vd. (2012)	Yaşlı hastaların profilini ortaya koymak	Katılımcıların yarısından fazlasının okuryazar olmadığı görülmüştür. Aynı şekilde, katılımcıların neredeyse tamamının hastaneye gitme ve fatura yatırma gibi konularda bağımlı olduğu belirlenmiştir.
7.	Çevik vd. (2014)	Yaşlı hastaların beslenme durumlarını değerlendirmek	Katılımcıların %33.1'inin malnütre (beslenme bozukluğu) olduğu ve %39.3'ünün de risk altında malnütre olduğu tespit edilmiştir.
8.	Dilekçi vd. (2018)	Hastaların D vitamini düzeylerini incelemek	Hastaların malnütrasyon ve D vitamini eksikliği açısından risk altında olduğu tespit edilmiştir.
9.	Duman ve Karataş (2012)	Sezaryen doğum sonrası evde bakım hizmetlerinin değerlendirilmesi	Müdahale grubundaki katılımcılar belirli tarihlerde evde ziyaret edilmiş ve eğitimler verilmiş. Bu kişilerin kontrol grubunda yer alanlara göre anne sağlığının daha olumlu yönde etkilendiği tespit edilmiştir.
10.	Düzkaya vd. (2017)	Yoğun bakımdan taburcu olan ve tıbbi teknolojiye bağımlı çocuklara verilen hizmetleri değerlendirmek	Taburcu edilen hastaların yaklaşık olarak %57'sinin tekrar yoğun bakıma yattığı tespit edilmiş. Bu süreçte yaklaşık %87'si evde sağlık hizmetleri koordinasyonuna başvurmuş ve sadece yaklaşık %37'si hizmet alabilmiştir.
11.	Güdük vd. (2021)	Hastaların profilini incelemek ve hizmet taleplerini değerlendirmek	Hastaların %43'ünde duyu durum bozukluğu (anksiyete/depresyon) tespit edilmiştir. Aynı şekilde hastaların bağımlılık oranlarının yüksek olduğuna, %8'inin ağızdan beslenemediğine ve %32'sinin destekleyici beslenme ürünleri kullandığına vurgu yapılmıştır.
12.	Güdük vd. (2020)	Hastaların memnuniyet düzeylerini değerlendirmek	Katılımcıların %84'ü memnun olduğunu belirtmiş ve yaş açısından bakıldığında yaş arttıkça memnuniyet düzeyinin de arttığı görülmüştür. Memnuniyete ilişkin hastaların en az katılım gösterdiği soru, başvuru sonrasında ilk inceleme için bir hafta içerisinde gelindiği olmuştur.
13.	Hisar ve Erdoğan (2014)	Hastaların yaşam kalitesini etkileyen faktörleri incelemek	Hastaların en büyük probleminin fiziksel rol kısıtlılığı olduğu tespit edilmiş. Aynı şekilde sosyal ve fiziksel fonksiyonların okuryazar olmayan bireylerde daha düşük seviyede olduğu sonucuna ulaşılmıştır.
14.	İncesu vd. (2014)	Hizmetlerin erişilebilirliğini değerlendirmek	Katılımcıların sadece %36.7'si başvuru yaptıktan iki gün sonra hizmet alabildiğini belirtmiştir. Diğer yandan, genel anlamda %88.4'ü tedavilerin zamanında yapıldığı vurgulanmıştır.

15.	Işık vd. (2016)	Hastaların profilini belirlemek ve sunulan hizmetleri değerlendirmek	Katılımcıların %21.3'ü personelin açıklamalarının yetersiz bulmuştur. Hastaları memnuniyetini en çok etkileyen davranışlar, sırası ile personelin güler yüzlü / nezaketi, tavırları ve eğitimi olarak ifade edilmiştir.
16.	Kaya vd. (2017)	Yaşlılara yönelik evde bakım hizmetlerini değerlendirmek	Hastaların genel olarak memnun oldukları tespit edilmiştir. Yeterince iyi olmadığı belirtilen alan ise, sosyal hizmet bakımları olmuştur.
17.	Kaya vd. (2018)	İnmeli hastaların sağlık ve bakım ihtiyaçlarını değerlendirmek	Hastaların evde sağlık hizmetlerinden büyük beklentisi hastalarının tedavisi ve takibi olmuştur. Hastaların %59'unun uykusuzluk sorunu yaşadığı ve %51.4'ünün de depresyon riski ile karşı karşıya kaldığı tespit edilmiştir. Aynı şekilde hastaların %64'ü fizyoterapi önerildiği halde yaptıramadığını belirtmiş ve %52.3'ü de taburcu edildikten sonra Nöroloji kliniği tarafından takip edilmediğini belirtmiştir.
18.	Kitapçı vd. (2017)	Hastaların depresyon düzeylerini değerlendirmek	Hastaların %26.6'sının depresyon düzeyi majör; %35.5'inin de orta olarak tespit edilmiştir. Kadınlarda, uyku problemi olanlarda ve sürekli ağrı yaşadığını bildirenlerde depresyon düzeyinin daha yüksek olduğu belirlenmiştir.
19.	Limnili vd. (2013)	Hastaların beklentilerini değerlendirmek	Hastaların evde sağlık hizmetlerinden en sık beklentileri; ilaçların reçete edilmesi, gerekli tıbbi cihazların sağlanması ve bakımlarının zamanında yapılması olmuştur. Katılımcıların büyük bir çoğunluğunun bağımlı yaşadığı tespit edilmiştir.
20.	Öztürk (2018)	Hastaların beslenme durumlarını değerlendirmek	Hastaların %44'ünün malnütrisyon riski altında yer aldığı görülmüştür. Yaşlı bireylerde ve erkeklerde daha düşük malnütrisyon riski olduğu tespit edilmiştir.
21.	Rençber ve Terzi (2021)	Evde sağlık hizmetleri alan bireylerin yaşam kalitesi düzeylerini incelemek	Kronik rahatsızlığı bulunan ve yüksek bağımlılığa sahip olan bireylerin yaşam kalitesi düzeylerinin daha düşük olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca, katılımcıların %83'ü günlük yaşam aktivitelerine tamamen veya yarı bağımlı olduklarını belirtmişlerdir.
22.	Subaşı ve Öztekin (2006)	Hastaların profilini, evde bakım nedenlerini ve bağımlılık düzeylerini değerlendirmek	Hastaların en fazla cerrahi operasyonlar ve inmeden dolayı evde bakım hizmetleri talep etmişlerdir. Katılımcıların büyük bir kısmının günlük yaşam aktiviteleri (yıkama ve giyinme gibi) ve yardımcı günlük yaşam aktivitelerinden (alışveriş ve ulaşım gibi) dolayı bağımlı yaşadıkları tespit edilmiştir.
23.	Tirgil ve Naldöken (2019)	Hastaların memnuniyet düzeylerini değerlendirmek	İlk başvuru yapıldıktan sonra katılımcıların %28.4'ü hizmet almaya başladıklarını belirtmişlerdir. Erkeklerde ve eğitim düzeyi yüksek bireylerde memnuniyet düzeyinin daha düşük olduğu tespit edilmiştir.
24.	Torun vd. (2016)	Hastaların memnuniyet düzeylerini belirlemek	Genel memnuniyet düzeylerinin iyi olduğu tespit edilmiştir. Sağlık çalışanlarının vasıflı olması ve hastaların ihtiyaçlarını karşı duyarlı olması memnuniyeti etkileyen faktörlerin başına gelmiştir. Ayrıca, yaşlı yetişkinlerde ve ekonomik düzeyi düşük olan bireylerde memnuniyet düzeyinin daha yüksek olduğu görülmüştür.
25.	Turan ve İncesu (2017)	Evde sağlık hizmetleri ile yaşam kalitesi algısı arasındaki ilişkiyi incelemek	Yaşam kalitesini etkileyen en önemli etkenin hizmete erişilebilirlik ve faydalanma olduğu belirtilmiştir.
26.	Uzan vd. (2017)	Hastaların profilini belirlemek ve tıbbi durumlarını değerlendirmek	Hastaların daha çok barınma, ulaşım ve ısınma gibi sağlık dışı sorunlarının olduğu tespit edilmiştir. Katılımcıların %90'ı aldıkları hizmetten memnun olduğunu belirtmiştir. Diğer yandan, %71'inin de aile dışında hiçbir sosyal destek almadığı ortaya konulmuştur.
27.	Yavuz (2018)	Hastaların karşılanmamış ihtiyaçlarını belirlemek	En çok vurgulanan ihtiyaç ilaçların reçete edilmesi olmuştur. Bunun dışında, sağlık kuruluşlarına nakil süreci de önemli bir ihtiyaç olarak belirtilmiştir.
28.	Yılmaz vd. (2018)	Hastaların influenza ve pnömokok aşısı hakkında bilgi düzeylerini değerlendirmek	Hastaların %39.32'sinin yatağa bağımlı ve %48.8'inin de yatağa yarı bağımlı olduğu tespit edilmiş. Hastaların %31.22'si influenza aşısını; %53.14'ü de pnömokok aşısını bilmediğini belirtmiştir. Bu süreçte hastalara aşılardan ilgili bilgi verilmiş ve dört ay sonra tekrar aşılama durumları incelendiğinde aşılama oranlarının arttığı görülmüştür.

Evde bakım hizmetlerinin değerlendirilen ve hasta görüşlerinin dikkate alındığı 28 araştırmanın amacı ve temel bulguları Tablo 2’de sunulmuştur. Amaçlara bakıldığında araştırmalarda yaygın olarak hastaların yaşam kalitelerinin incelendiği, memnuniyet düzeylerinin değerlendirildiği ve genel profilin ortaya konulduğu tespit edilmiştir. Diğer yandan, temel bulgular incelenerek hastaların beklentilerini sınıflandırılmış ve bulgulara ilişkin çıkarımlarda bulunulmuştur (Tablo 3).

**Tablo 3. Evde Bakım Hizmetlerinde (EBH) Hastaların Beklentileri**

Sıra No	Hastaların Beklentileri	Yayınlar	Sayı (Yüzde)
1	Sosyal hizmet bakımlarının artırılması - Hijyenik temizliğin sağlanması - Psiko-sosyal destek verilmesi - Hastaneye gitme, fatura yatırma ve alışveriş yapma gibi işlemlerde destek verilmesi	(Adigüzel ve Tek, 2018; Akdemir vd., 2011; Aydın ve Dişçigil, 2017; Çatak vd., 2012; Gündük vd., 2021; Hisar ve Erdoğan, 2014; Ç. A. Kaya vd., 2018; Ş. D. Kaya vd., 2017; Kitapçı vd., 2017; Rencber ve Terzi, 2021; Subaşı ve Öztekin, 2006; Uzan vd., 2017; Yavuz, 2018)	13 (46.43)
2	Sağlık durumları ile ilgili bilgilendirme yapılması ve eğitim verilmesi - Beslenme alışkanlıkları ile ilgili bilgilendirme ve gerekli önlemleri alma - Aşılarda ilgili bilgilendirme	(Akaltun ve Ersin, 2016; Akdemir vd., 2011; Çevik vd., 2014; Dilekçi vd., 2018; Duman ve Karatas, 2012; Öztürk, 2018; T. Yılmaz vd., 2018)	7 (25.0)
3	Evde bakım ihtiyacının çağrısına zamanında ve hızlı bir şekilde cevap verilmesi	(Aydın vd., 2016; Düzkaya vd., 2017; Gündük vd., 2020; İncesu vd., 2014; Ç. A. Kaya vd., 2018; Tirgil ve Naldöken, 2019; Turan ve İncesu, 2017)	7 (25.0)
4	Sağlık çalışanlarının güler yüzlü, duyarlı ve vasıflı olması	(Işık vd., 2016; Torun vd.)	2 (7.14)
5	Hastalıkların tedavisi ve takibinin yapılması	(Ç. A. Kaya vd., 2018; Limnili ve Özçakar, 2013)	2 (7.14)
6	İlaçların reçete edilmesi	(Limnili ve Özçakar, 2013; Yavuz, 2018)	2 (7.14)
7	Gerekli tıbbi cihazların sağlanması	(Limnili ve Özçakar, 2013)	1 (3.57)

Hastaların evde sağlık hizmetlerinden beklentilerinin temelinde yedi başlık altında toplandığı görülmektedir. Hastaların en çok beklentiye sahip olduğu alanın sosyal hizmet bakımları olduğu belirlenmiştir (%46.43). Bu beklentileri sırası ile sağlık durumları ile bilgilendirme yapılması ve ihtiyaç anında hızlı geri dönüş yapılması takip etmiştir. Özellikle beslenme ile ilgili yapılan araştırmalar, beslenmenin yaşam kalitesi ile doğrudan bir ilişkiye sahip olduğuna (Adigüzel ve Tek, 2018) ve hastaların çoğunlukla beslenme bozukluğu sorunu yaşadığına (Çevik vd., 2014; Dilekçi vd., 2018; Öztürk, 2018) dair kanıtlar sunmaktadır.

## 6. TARTIŞMA

Bu çalışmada evde bakım hizmetleri ile ilgili Türkiye’de hastalar üzerinde yapılan araştırmalar incelenmiş ve hastaların beklentileri değerlendirilmiştir. Daha iyi bir yapı oluşturmak ve uygulanabilir politik adımlar atabilmek için hasta beklentilerinin net bir şekilde ortaya konulması gerekmektedir. Bu çalışmada, hasta beklentilerinin temelinde yedi başlık altında toplandığı görülmüştür. Bu beklentiler sırası ile sosyal hizmet bakımlarının artırılması, sağlık durumları ile ilgili bilgilendirilme yapılması, ihtiyaç duyulduğunda hızlı bir şekilde cevap verilmesi, sağlık çalışanlarının duyarlı ve vasıflı olması, hastalığının takibinin yapılması, ilaçların reçete edilmesi ve gerekli tıbbi cihazların sağlanmasıdır.

Çalışma sonucunda en dikkat çeken bulgu, bireylerin evde sağlık hizmetlerinden memnun olmasına rağmen sağlık dışı konularda özellikle sosyal hizmet bakımında sorun yaşamalarıdır. Özellikle yatağa bağımlı ve yaşlı hastaların daha çok faturalarını ödeyememe (Çatak vd., 2012), alışveriş yapamama (Subaşı ve Öztekin, 2006), barınma (Uzan vd., 2017) ve psikolojik sorunlar yaşama (Akdemir vd., 2011) gibi problemler ile karşı karşıya kaldıkları görülmektedir. Bu noktada hastaların sağlıkları dışında sosyal ihtiyaçlarını da dikkate alan bütüncül bir entegre yapının oluşturulması ve organize edilmesi, evde sağlık hizmetlerinin geliştirilmesine önemli bir katkı sağlayabilir. Aynı şekilde, Zıplar (2017) tarafından ifade edildiği üzere, özellikle yaşlıların sosyal ve psikolojik

sorunlarının çözümlenebileceği danışma merkezlerinin sayısı artırılabilir. Diğer yandan, psikolojik sorunların önlenmesi noktasında sağlık sistemi kadar ailelerinde önemli bir rol oynadığına dikkat edilmelidir. Türkiye İstatistik Kurumu tarafından yayınlanan son verilere göre, yaşlı bireylerin yaklaşık olarak %70'i mutluluk kaynağı olarak ailelerini belirtmişlerdir (TÜİK, 2021).

Yaşlı hasta ve yatağa bağımlı hasta sayısının artması ile birlikte son yıllarda evde bakım hizmetleri birçok ülkede yaygınlaşmıştır (Hasgöl, 2016). Özellikle Türkiye'de de yaşlı nüfusun son beş yılda %22,5 oranında arttığı dikkate alındığında, evde sağlık hizmetleri uygulamasının yaygınlaşması beklenmektedir (TÜİK, 2021). Bu noktada karşımıza çıkan ilk husus, bireylerin evde bakıma ihtiyaç duyması durumunda hizmet alabilmesi, vasıflı çalışanların istihdam edilmesi ve kurumların yeterli olmasıdır. Elde ettiğimiz bulgularda ise, ihtiyaca hızlı ve zamanında cevap verme konusunda yetersiz kalındığı görülmüştür (Aydın vd., 2016; Düzkaya vd., 2017; İncesu vd., 2014; Tirgil ve Naldöken, 2019).

Türkiye'de yapılan sağlık araştırma sonuçları, yaşlı nüfusta obezite oranının giderek arttığını ortaya koymaktadır. Bu veriler, 2010 yılında 65 yaş ve üzeri bireylerde %22,9 olan oranın 2019 yılında %29,0 olduğunu ortaya koymaktadır (TÜİK, 2021). İncelediğimiz araştırmalarda da bu sonucu destekleyici nitelikte bulguların olduğu görülmektedir. Elde ettiğimiz bulgular, evde bakım hizmeti alan yaşlı hastaların beslenme bozukluğu ile karşı karşıya olduğunu göstermektedir (Çevik vd., 2014; Dilekçi vd., 2018; Öztürk, 2018). Hastaların belirli periyodik aralıklarla taranması, hasta bakıcılarına beslenme alışkanlıklarına ilişkin eğitimler verilmesi ve beslenme uzmanlarının da dahil olduğu entegre bir yapının oluşturulması bu süreçte hastaların beslenme durumuna olumlu yönde katkılar sağlayabilir.

Evde bakım hizmetlerinde dikkate edilmesi gereken bir diğer husus ise, bu hizmeti alan kişilerin bilgilendirilmesi ve mümkünse bu kişilere eğitimler verilmesidir. Bu konuda iki araştırmada elde edilen bulgular eğitimin evde sağlık hizmetleri içindeki rolünü net bir şekilde ortaya koymaktadır. Yılmaz ve diğerleri (2018) tarafından yapılan araştırmada bireyler influenza ve pnömokok aşısı hakkında bilgilendirilmiş ve dört ay sonra yapılan değerlendirmede aşılama oranının arttığı görülmüştür. Aynı şekilde, Duman ve Karataş (2012) yaptıkları araştırmada doğum sonrası evde sağlık hizmeti ve eğitim alanların almayanlara göre anne sağlığında daha iyi olduğuna vurgu yapmışlardır. Bu doğrultuda, sağlık çıktılarında olumlu gelişmeler yaşamak, hasta memnuniyetini artırmak ve yaşam kalitesini geliştirebilmek için evde bakım hizmetleri ile birlikte danışmanlık hizmetleri de sunulabilir.

Özetle, yaşlı nüfus oranının giderek artması ile birlikte evde bakım hizmetlerinin yaygınlaşması kaçınılmaz olarak görülmektedir. Özellikle son zamanlarda yaşanan salgını da dikkate aldığımızda, bireylerin sağlık hizmetlerine erişimi daha da kısıtlanmış ve evde bakım hizmetlerinin sistem içerisindeki önemi daha iyi anlaşılmıştır. Bu noktada elde edilen bulguların sistemi daha iyi hale getirmede politika yapıcılara yön gösterici olabileceğine inanılmaktadır. Diğer yandan, bu çalışmada sadece hastaların görüşlerini dikkate alan araştırmalar incelenmiştir. Sağlık çalışanları ve hasta bakıcıların görüşlerini dikkate alan araştırmalar kapsam dışında tutulmuştur. Gelecek çalışmalarda bu yapılar dikkate alınarak daha genel bir değerlendirme yapılması önerilmiştir.

#### **KAYNAKÇA**

- Adigüzel, E., ve Tek, N. A. (2018). Evde bakım hizmeti alan yaşlı bireylerin beslenme durumlarına ilişkin bazı özelliklerin yaşam kalitesi üzerine etkisi. *Yaşlı Sorunları Araştırma Dergisi*, 11/1, 19-25.
- Akaltun, H., ve Ersin, F. (2016). Evde bakım hizmeti alan diyabetli hastaların diyabet tutum ve davranışlarının belirlenmesi. *Dokuz Eylül Üniversitesi Hemşirelik Fakültesi Elektronik Dergisi*, 9/4, 126-133.
- Akdemir, N., Bostanoğlu, H., Yurtsever, S., Kutlutürkan, S., Kapucu, S., ve Özer, Z. C. (2011). Yatağa bağımlı hastaların evde yaşadıkları sağlık sorunlarına yönelik evde bakım hizmet gereksinimleri. *Dicle Tıp Dergisi*, 38/1, 57-65.
- Alnıgeniş, E. (2009). Evde bakım hizmetlerine bakış. *Sağlık Düşüncesi ve Tıp Kültürü Platformu*, 57, 1-5.
- Altuntaş, M., Yilmazer, T., Güçlü, Y., ve Öngel, K. (2010). Evde sağlık hizmeti ve günümüzdeki uygulama şekilleri. *Tepecik Eğitim ve Araştırma Hastanesi Dergisi*, 20, 153-158.

- Aydın, M., ve Dişçigil, G. (2017). Evde bakım hizmeti alanlarda sosyal izolasyon. *The Journal of Turkish Family Physician*, 8/4, 95-99.
- Aydın, R., Unal, E., Gokler, M., Metintas, S., Emiral, G., Ozay, O., Onsuz, F., ve Isikli, B. (2016). An evaluation of home health care needs and Quality of Life among the elderly in a semi-rural area of Western Turkey. *European Geriatric Medicine*, 7/1, 8-12.
- Bilge, U., Elçiöglü, Ö., Ünalacak, M., ve Ünlüoğlu, İ. (2014). Türkiye’de yaşlı evde bakım hizmetleri. *Eurasian Journal of Family Medicine*, 3/1, 1-8.
- Bowen, G. A. (2009). Document analysis as a qualitative research method. *Qualitative Research Journal*, 9/2, 27-40.
- Çatak, B., Kiliñç, A., Badillioğlu, O., Sütlü, S., Sofuoğlu, A. E., ve Aslan, D. (2012). Burdur’da evde sağlık hizmeti alan yaşlı hastaların profili ve evde verilen sağlık hizmetleri. *Türkiye Halk Sağlığı Dergisi*, 10/1, 13-21.
- Çayır, Y. (2013). Birinci basamakta evde sağlık hizmetleri: Neler yapabiliriz? *Dicle Tıp Dergisi*, 40/2, 340-344.
- Çevik, A., Çevik, A., Basat, O., ve Sema, U. (2014). Evde sağlık hizmeti alan yaşlı hastalarda beslenme durumunun değerlendirilmesi ve beslenme durumunun laboratuvar parametreleri üzerine olan etkisinin irdelenmesi. *Konuralp Tıp Dergisi*, 6/3, 31-37.
- Çoban, M., Esatoğlu, A. E., ve İzgi, M. C. (2014). Türkiye’de evde sağlık ve bakım hizmetleri uygulamalarının mevzuat içindeki tarihsel değişimi. *Türkiye Biyoetik Dergisi*, 1/3, 154-176.
- Danış, M., ve Solak, Y. (2014). Evde bakım hizmetlerinin organizasyonu: Hollanda örneği. *The Journal of Academic Social Science Studies*, 24, 57-71.
- Dilekçi, E., Dilekçi, E. A., Demirkol, M. E., ve Öğün, M. N. (2018). evde sağlık hastalarında d vitamini düzeyleri. *Kırıkkale Üniversitesi Tıp Fakültesi Dergisi*, 20/2, 101-105.
- Duman, N. B., ve Karatas, N. (2012). The effect of home care services on maternal health after cesarean delivery in Turkey. *Journal of Nursing Education and Practice*, 2/4, 124-133.
- Düzkaya, D. S., Bozkurt, G., ve Yakut, T. (2017). Yoğun bakımdan taburcu olan tıbbi teknolojiye bağımlı çocuklara verilen evde bakım hizmetlerinin değerlendirilmesi. *Sağlık Bilimleri ve Meslekleri Dergisi*, 4/3, 204-211.
- Gray, B. H., Sarnak, D. O., and Burgers, J. S. (2015). Home care by self-governing nursing teams: The Netherlands’ Buurtzorg Model. *Commonwealth Fund NewYork*, 1-12.
- Güdük, Ö., Güdük, Ö., ve Sertbaş, Y. (2020). Evde sağlık hizmeti alan hasta ve yakınlarının memnuniyeti. *Boğaziçi Tıp Dergisi*, 7/3, 82-88.
- Güdük, Ö., Güdük, Ö., ve Sertbaş, Y. (2021). Evde Sağlık Hizmeti Alan Hastaların Sağlık İhtiyaçlarının Değerlendirilmesi. *Celal Bayar Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü Dergisi*, 8/1, 78-83.
- Güzel, E., ve Toprak, D. (2018). Türkiye’de evde sağlık hizmetleri. *Klinik Tıp Aile Hekimliği*, 10/5, 15-19.
- Hasgül, E. (2016). Evde bakım hizmetlerinde sosyal hizmet uzmanlarının işlevleri ve rolleri. *Tıbbi Sosyal Hizmet Dergisi*/7, 14-21.
- Hisar, K. M., ve Erdoğan, H. (2014). Evde sağlık hizmeti alanlarda yaşam kalitesi durumu ve etkileyen faktörlerin belirlenmesi. *Genel Tıp Dergisi*, 24/4, 138-142.
- İlhan, B., Özdemir, Ç., Aslan, D., Erdoğan, D., Çalagan, F., Bilgili, N., ve Ersoy, V. (2015). Evde bakım hizmetleri ile ilgili sağlık emek ve meslek örgütlerinin görüş ve yaklaşımları. *Türk Tabipleri Birliği Yayınları*, 1, 1-32.
- İncesu, E., Tombul, C., Arkan, M., ve Babuçcu, H. (2014). Evde sağlık hizmetlerin erişilebilirlik: Konya Seydişehir Devlet Hastanesi Evde Sağlık Hizmetleri Birimi Örneği. *Tıbbi Sosyal Hizmet Dergisi*/4, 18-25.
- Işık, O., Kandemir, A., Erişen, M. A., ve Fidan, C. (2016). Evde sağlık hizmeti alan hastaların profili ve sunulan hizmetin değerlendirilmesi. *Hacettepe Sağlık İdaresi Dergisi*, 19/2, 171-186.
- KASDER. (2021). Sağlık Bakanlığınca ücretsiz sunulan evde sağlık hizmetleri uygulaması. Türkiye Kas Hastalıkları Derneği. <https://kasder.org.tr/> (Erişim Tarihi: 26 Mayıs 2021).
- Kaya, Ç. A., Mercan, E., ve Çifçili, S. (2018). Evde sağlık hizmeti almak için başvuran inmeli hastaların sağlık ve bakım ihtiyaçları. *The Journal of Turkish Family Physician*, 9/3, 69-77.



- Kaya, Ş. D., Kiliç, S., Kiliç, M., ve Maimaiti, N. (2017). Evaluation of home care services for elderly: A qualitative study in Konya province of Turkey. *International Journal of Health Sciences and Research*, 7/3, 239-249.
- Kitapçı, H., Bütüner, O., Karabulut, S., ve Göksel, E. (2017). Determination of geriatric depression levels undergoing homecare patients: An investigation in Turkey. *Konuralp Tıp Dergisi*, 9/3, 257-263.
- Klein, D. B., Laugesen, M. J., and Liu, N. (2013). The patient-centered medical home: A future standard for american health care? *Public Administration Review*, 73/1, 82-92.
- Limnili, G., ve Özçakar, N. (2013). Evde sağlık hizmetlerine başvuru özellikleri ve beklentiler. *Türkiye Aile Hekimliği Dergisi*, 17/1, 13-17.
- Onarcan, M. (2011). Türkiye’de evde bakım hizmetleri ve ülke modeli için öneriler. *Sağlık Düşüncesi ve Tıp Kültürü Platformu*, 57/1, 1-6.
- Özer, Ö., ve Şantaş, F. (2012). Kamunun sunduğu evde bakım hizmetleri ve finansmanı. *Acıbadem Üniversitesi Sağlık Bilimleri Dergisi*, 3/2, 96-103.
- Öztürk, G. Z. (2018). Geriatrik evde sağlık hastalarının beslenme durumlarının değerlendirilmesi. *Klinik Tıp Aile Hekimliği*, 10/5, 7-10.
- Rencber, E., ve Terzi, O. (2021). Quality of life of older people receiving home health care services: An example from Turkey. *Home Health Care Management & Practice*, 33/1, 3-7.
- Rosenthal, M., Abrams, M., and Bitton, A. (2012). Recommended core measures for evaluating the patient-centered medical home: Cost, utilization and clinical quality. *Commonwealth Fund. Pub.*, 12, 1-12.
- SB. (2010). Sağlık Bakanlığı’nca Sunulan Evde Sağlık Hizmetlerinin Uygulama Usul ve Esasları Hakkında Yönerge. Sağlık Bakanlığı, Ankara. <https://khgm.saglik.gov.tr/> (Erişim tarihi: 25 Mayıs 2021)
- SB. (2015). SKS evde sağlık seti. Sağlık Bakanlığı, Ankara. <https://shgmkalitedb.saglik.gov.tr/TR-15193/saglikta-kalite-standartlari-sks-evde-saglik-yayimlandi.html> (Erişim tarihi: 25 Mayıs 2021)
- SB. (2017). Evde sağlık hizmetleri. Sağlık Bakanlığı, Ankara. <https://khgm.saglik.gov.tr/> (Erişim tarihi: 25 Mayıs 2021)
- Schafer, W., Kroneman, M., Boerma, W., Berg, M., Westert, G., Deville, W., and Ginneken, W. (2010). The Netherlands: Health System Review. *Health Systemsin Transition*, 12/1, 1-268.
- Subaşı, N., ve Öztekin, Z. (2006). Türkiye’de karşılanamayan bir gereksinim: Evde bakım hizmeti. *TSK Koruyucu Hekimlik Bülteni*, 5/1, 19-31.
- Tirgil, M., ve Naldöken, Ü. (2019). Hasta ve hasta yakınlarının evde sağlık hizmetlerinden beklenti ve memnuniyet düzeyleri. *Sağlık Akademisyenleri Dergisi*, 6/2, 122-135.
- Torun, N., Tengilimoğlu, D., ve Khan, M. M. (2016). Home health services in Turkey: A case study based on patient survey of home health care users in the province of Ankara. *International Journal of Health Management and Tourism*, 1/2, 77-97.
- Turan, Z., ve İncesu, E. (2017). Evde sağlık hizmetlerinin yaşam kalitesi üzerine etkisi: Çelikhan Devlet Hastanesi Evde Sağlık Hizmetleri Biriminden hizmet alan hastalar üzerine bir araştırma. *Tıbbi Sosyal Hizmet Dergisi*/9, 44-59.
- TÜİK. (2021). İstatistiklerle Yaşlılar, 2020. Türkiye İstatistik Kurumu, Ankar. <https://data.tuik.gov.tr/> (Erişim Tarihi: 28 Mayıs 2021).
- Uzan, M. M., Eğici, M. T., ve Toprak, D. (2017). Evde sağlık hizmeti kapsamındaki hastaların sosyodemografik özellikleri ve tıbbi durumları. *Journal of Academic Research in Medicine*, 7/3, 117-121.
- Wammers, J., Jeurissen, P., Westert, G., ve Tanke, M. (2014). The Dutch health care system. *The Commonwealth Fund*, 12, 113-119.
- Yavuz, E. (2018). Evde sağlık hizmeti alan hastaların karşılanmamış ihtiyaçları. *Eurasian Journal of Family Medicine*, 7/2, 68-72.
- Yılmaz, M., Sametoğlu, F., Akmeşe, G., Tak, A., Yağbasan, B., Gökçay, S., Sağlam, M., Doğanıymaz, D., ve Erdem, S. (2010). Sağlık hizmetinin alternatif bir sunum şekli olarak evde hasta bakımı. *İstanbul Tıp Dergisi*, 11, 125-132.



Yılmaz, T., Yılmaz, T. E., Ceyhan, Ş., Kasım, İ., Abdülkadir, K., Odabaş, Ö. K., Sargin, Ö., Bahadır, A., ve Özkara, A. (2018). Evde sağlık hizmetleri birimine kayıtlı geriatrik hastaların İnfluenza ve pnömokok aşısı ile aşılama durumları ve doktor önerisinin etkisi. *Ankara Medical Journal*, 18/3, 391-401.

Zıplar, Ü. (2017). Dünyada ve Türkiye’de yaşlılık hizmetleri. Çankırı Karatekin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 6/2, 173-194.

#### **Beyan ve Açıklamalar (Disclosure Statements)**

1. Bu çalışmanın yazarları, araştırma ve yayın etiği ilkelerine uyduklarını kabul etmektedirler (The authors of this article confirm that their work complies with the principles of research and publication ethics).

2. Yazarlar tarafından herhangi bir çıkar çatışması beyan edilmemiştir (No potential conflict of interest was reported by the authors).

3. Bu çalışma, intihal tarama programı kullanılarak intihal taramasından geçirilmiştir (This article was screened for potential plagiarism using a plagiarism screening program).



Article Info/Makale Bilgisi

✓Received/Geliş:27.01.2021 ✓Accepted/Kabul:26.08.2021

DOI: 10.30794/pausbed.869646

Araştırma Makalesi/ Research Article

Önder, K. (2022). "Hanehalklarının Birinci ve İkinci El Otomobil Alımını Etkileyen Faktörlerin Sıralı Logit Modeli ile Analizi", *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı 48, Denizli, ss. 215-228.

## HANEHALKLARININ BİRİNCİ VE İKİNCİ EL OTOMOBİL ALIMINI ETKİLEYEN FAKTÖRLERİN SIRALI LOGİT MODELİ İLE ANALİZİ

Kübra ÖNDER\*

### Öz

Hanehalkları bireysel kullanım, tasarruf yapmak veya statü elde etmek gibi amaçlar ile otomobil talep etmektedirler. Bireyler bu amaçlarını gerçekleştirebilmek ve otomobile duyulan ihtiyacını giderebilmek için birinci veya ikinci el otomobil satın alma yoluna başvurmaktadırlar. Çalışmanın amacı, hanehalklarının birinci veya ikinci el araba satın alımında etkili olan sosyoekonomik faktörleri belirlemektir. Çalışmanın kapsamını, Türkiye İstatistik Kurumu'nun 2018 yılı Hanehalkı Bütçe Araştırması B Mikro Veri Setinde yer alan birinci el araç satın alan 144 ve ikinci el araç satın alan 1058 hanehalkına ait veri seti oluşturmaktadır. Çalışmanın analizinde, Sıralı Logit modeli kullanılmıştır. Model tahmin sonuçlarına göre birinci el otomobil satın alımında; gelir, hane tipi ve otomobil sahipliği ikinci el otomobil satın alımında ise gelir, medeni durum, konut ve otomobil sahipliği ile aile reisinin çalışma durumu etkili bulunmuştur.

**Anahtar Kelimeler:** *Hanehalkı otomobil talebi, Sıralı logit model, Türkiye*

**Jel Kodları:** D12, C31.

### THE FACTORS THAT EFFECT NEW AND SECOND HAND CAR PURCHASE OF HOUSEHOLDS IN TURKEY: ORDERED LOGIT MODEL

### Abstract

Households demand automobiles for several purposes such as personal use, saving or boosting their status. In order to achieve this objective and meet the automobile needs of individuals, individuals prefer to buy first or secondhand automobiles. The aim of this study is to determine the socioeconomic factors which are effective on purchasing first or secondhand automobiles by the households. The scope of the study, data set belonging to 1058 households who have purchased secondhand automobiles and 144 households who have purchased first hand automobiles included in the B Micro Data Set of 2018 Household Budget Research by the TurkStat (Turkish Statistical Institute) was used. The study was estimated using the Ordered Logit model. According to the model estimation results, income, household type and automobile ownership was found to be effective in first hand automobile purchasing and marital status, house and automobile ownership and working status of the head of the family was found to be effective in the second hand automobile purchasing.

**Key Words:** *Household car demand, Ordered logit model, Turkey*

**Jel Kodları:** D12, C31.

\*Doç. Dr., Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, İİBF, İktisat Bölümü, BURDUR.  
e-posta: konder@mehmetakif.edu.tr (<https://orcid.org/0000-0003-3537-3635>)

## 1. GİRİŞ

Dünyanın otomobil ile tanışması 1769 yılında üç tekerlekli ve buharlı araçlarla gerçekleşmiştir. Otomobil sektöründe yaşanan gelişmelerle birlikte bu araçlar yerini 1885 yılında dört tekerlekli ve benzinli otomobillere bırakmıştır. Sektör bu gelişmelerle de yetinmemiş günümüze kadar olağanüstü birçok dönüşüme uğramış ve uluslararası üretimde büyük bir yetkinliğe ulaşmıştır. Yaşanan gelişmeler ile birlikte sanayinin üretim hacmi de katlanarak ilerlemiştir. Nitekim Uluslararası Motorlu Araç Üreticileri Organizasyonu'nun (International Organization of Motor Vehicle Manufacturers-OICA) verilerine göre 2000 yılında 41.299 bin adet olan dünya otomobil üretimi %42,44'lik bir artış ile 2018 yılında 71.751 bin adete ulaşmıştır (OICA, 2019). Türkiye'de ise son on dokuz yıllık süreçte otomobil üretiminde %28,98'lik bir artış yaşanmış ve üretim miktarı 2018 yılı itibariyle 1.026 bin adete yükselmiştir (ODS, 2019).

Sektördeki gelişmeler ve üretim miktarındaki artış bireylerin otomobile olan ilgisini ve talebini artırmıştır. Otomobil talebindeki artış bireyin ulaşım ihtiyacını karşılama isteğinden, seyahat özgürlüğü elde etme arzusundan, otomobili prestij, gösteriş ve statü kazanma unsuru olarak görmesinden veya bir tasarruf yapma aracı olarak kabul etmesinden kaynaklanmaktadır. Bireyler hangi amaç ile hareket ederlerse etsinler tüm bu nedenler otomobili vazgeçilmez bir ihtiyaca dönüştürmüş ve gün geçtikçe otomobil sahiplik oranı katlanarak artmıştır.

Otomobile olan talep, büyük nüfusa sahip ve özellikle genç nüfusun ağırlıklı olduğu, gelir seviyesinin hızla arttığı, araç sahiplik oranının doyumluğa ulaşmadığı ülkelerde daha net görülmektedir. Bu ülkelerden birisi de Türkiye'dir. Türkiye'de 1980'li yıllarla birlikte özellikle bireysel otomobil talebi hızla yükselmiştir. 2019 yılı itibariyle trafiğe kayıtlı araçların %62'si otomobillerden oluşmaktadır. Trafiğe kayıtlı otomobil sayısı 1980 yılında 742 bin adet iken son 20 yıllık süreçte trafiğe kayıtlı otomobil sayısı yaklaşık %93 oranında artmış ve 2019 yılı itibariyle 12.503 bin adete ulaşmıştır (TÜİK, 2020a).

Otomobil talep artışına sadece yukarıdaki nedenler etkili olmamıştır. Bu nedenler ile birlikte otomotiv sanayide ortaya çıkan rekabet artışı ve bu artışın bir sonucu olarak otomobil üretiminde yaşanan ürün ve fiyat çeşitliliği de otomobil talebini olumlu yönde etkilemiştir. Otomotiv endüstrisindeki bu durum otomobil sahipliğini sadece yüksek gelirli hanehalklarının talebi olmaktan çıkartmış ve diğer gelir gruplarının da satın alabileceği bir ürüne dönüştürmüştür. Otomotiv endüstrisindeki bu gelişmenin yanı sıra gelir gruplarının otomobil sahipliğini etkileyen bir diğer unsur da ikinci el araçların varlığıdır. İkinci el araçların birinci el araçlara kıyasla daha uygun olması ve yine bu araçlara yönelik uygulanan maliye politikalarının varlığı ikinci el araçlara yönelik talebi pozitif yönde etkilemiştir. Nitekim, 2019 yılı itibariyle ikinci el araba pazarlarının işlem hacmi 6.227 bin adete kadar yükselmiştir (TÜİK, 2020b; OSD, 2020: 12).

Birinci ve ikinci el araba satış rakamlarında yaşanan artışa rağmen Türkiye'de otomobil sahiplik oranı (2019 yılı itibariyle kişi başına düşen araç sayısı bin kişiye 225,31) gelişmiş ülke standartlarının oldukça altında seyretmiştir (OSD, 2020; TÜİK, 2020a-b). Araç sahiplik oranlarındaki bu farklılaşmanın çok sayıda nedeni olmakla birlikte bu durum kişi başına düşen gelir seviyesi ile yakından ilgilidir. Otomobil sahipliği (tüketim harcaması) gelire göre detaylandırıldığında, nüfusun en zengin %20'lik kesiminin birinci el otomobil tüketim harcaması %30,1 ikinci el otomobil tüketim harcaması ise %11,76'dır. En fakir %20'nin birinci el otomobil harcaması %5,74 ikinci el otomobil harcaması ise %9,46'dır. Dolayısıyla birinci ve ikinci el otomobil satın alan tüketiciler ve tüketicilere ait özellikler farklılaşmaktadır. Otomobil sahipliğini etkileyen faktörler birinci ve ikinci el otomobilde farklılaşmasına rağmen literatürde otomobil sahipliği bir bütün olarak ele alınmıştır. Bu bağlamda, çalışmanın amacı, gerek hayatı kolaylaştırmak gerek statü göstergesi olarak kullanmak gerekse tasarruf amacı ile hareket eden tüketicilerin birinci ve ikinci el otomobil sahipliğinde etkili olan faktörleri belirlemektir. Bu sayede birinci ve ikinci el otomobil sahipliği ve sahipliği etkileyen unsurlar hakkında daha fazla bilgiye ulaşılabilecektir. Bu amacın yanı sıra çalışmanın bir diğer amacı da elde edilen bulgular çerçevesinde karar alıcılara ve politika yapıcılara kararlarında yardımcı olacak bilgiler sunmaktır.

Bu amaçlar doğrultusunda çalışmanın izleyen bölümleri şu şekilde düzenlenmiştir. İkinci bölümde konu ile ilgili literatüre yer verilmiştir. Üçüncü bölümde, çalışmada kullanılan veri setine dördüncü bölümde çalışmanın analizinde kullanılan yöntemle değinilmiştir. Takip eden bölümde, analizden elde edilen bulgulara yer verilmiş ve son bölümde ise elde edilen bulgular kullanılarak sektöre yönelik değerlendirmelerde ve politika önerilerinde bulunulmuştur.

## 2. LİTERATÜR TARAMASI

Otomobil talebi, otomobil fiyatının dışında otomobilin marka ve modellerinden de etkilenmektedir. Bu sebeplerle otomobil talebi/sahipliği üzerine yapılmış literatürde çok sayıda çalışma bulunmaktadır. Yaygın olarak yatay kesit verilerinin kullanıldığı çalışmalarda kullanılan yöntemler oldukça zengindir. Bu bağlamda incelenen çalışmalardan Manski ve Sherman (1980: 349-66) çok değişkenli doğrusal regresyon modeli kullanarak otomobil sahipliğinde etkili olan faktörleri analiz etmiştir. Analiz sonuçlarına göre otomobil talebi hanenin büyüklüğü, fiyatı, işletme maliyeti, aile reisinin yaşı, eğitimi, ikamet edilen yer gibi sosyo ekonomik faktörlerin yanı sıra aracın oturma ve bagaj kapasitesi, hızlanma süresi, gürültü seviyesi gibi arabanın özelliklerinden de etkilenmektedir. Kitamura ve Bunch (1990) Felemenklerin otomobil sahipliğini Panel Sıralı Logistik regresyon modelini kullanarak 1984-1987 dönemlerine ait aylık veri seti ile analiz etmişlerdir. Çalışma sonucunda, hanehalkı büyüklüğü, ailede 17 yaşın altında çocuğun varlığı ile düzenli işe sahip olma faktörlerinin otomobil sahipliğinde önemli bir belirleyici olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Choo ve Mokhtorian (2004: 201-22) San Francisco körfez bölgesinin otomobil talep yapısını Multinomial Logit model (MLM) kullanarak analiz etmiş ve gelir, eğitim, yaş, cinsiyet, seyahatten hoşlanma, statü göstergesi olma, yalnız yaşama, doğa ve çevre tutumu ile işkoliklik değişkenleri anlamlı bulunmuştur. Cao, Mokhtarian ve Handy (2006: 133-45) Kuzey Kaliforniya için yaptıkları çalışmada Nested Logit modelini kullanmışlardır. Analiz sonucunda, ev sahipliği, boş alan, 18 yaşından küçük çocuğun varlığı, yaş, gelir, iş yerine uzaklık, hanedeki araç sayısı, şehirden uzak yaşamak gibi değişkenlerin otomobil talebinde belirleyici olduğu tespit edilmiştir. Dargay, Gately ve Sommer (2007: 143-70) çalışmalarında, araç sahipliği ile gelir arasındaki ilişkiyi 1960-2002 dönem verilerini kullanarak 45 ülke için analiz etmişlerdir. Çalışmalarında, araç doygunluk oranının ülkelerin kentleşme ve nüfus yoğunlukları ile ilişkilendirilmiş ve OECD dışındaki ülkelerde 2030 yılına kadar araç sahiplik oranının artacağını ileri sürmüşlerdir. Nolan (2010: 446-55) çalışmasında İrlanda'daki hanelerin otomobil sahipliğinde etkili olan unsurları araştırmıştır. Çalışmada, panel veri analizi yöntemi kullanılmış ve analiz sonucunda, otomobil sahipliğinde en belirleyici faktörün hanenin sürekli gelire sahip olması ile daha önceki araç sahipliği olduğu tespit edilmiştir. Yang vd., (2017: 127-34) çalışmalarında panel veri analizi yöntemini kullanarak Çin'de kentsel gelişim ile otomobil sahipliği arasındaki ilişkiyi incelemişlerdir. Analizde otomobil sahipliği ile kişi başına düşen gelir, şehrin nüfus yoğunluğu, kentteki toplu taşıma araçları ile taksilerin sayısı ve toplu taşıma araçlarının kapasitesi arasında pozitif bir ilişki bulunmuştur.

Türkiye için yapılan çalışmalar incelendiğinde; literatürde otomobil sahipliği ve talebi ile ilgili çok sayıda çalışmanın olduğu görülmektedir: (Alper ve Mumcu-Serdar, 2000; Yılmaz, 2001: 105-15; Arslan, 2003; Özçam ve Özçam: 97-132, 2012; Şener, 2015; Çağlayan Akay ve Tümsel, 2016: 35-45; Yayar, Çoban ve Tekin, 2015: 603-617; Akçi, 2016: 329-62; Aydın ve Arı, 2016: 1-22; Işık, Yılmaz ve Kılınc, 2017: 84-92; Yavuz, 2017: 373-89; Çınar, 2018: 1-19; Özçelebi ve Şafak, 2018: 47-69; Önder ve Şahin, 2018: 337-59; Akal, Alpdoğan ve Akat, 2019: 177-97). Bu çalışmalarda genel olarak, otomobil sahipliğinde etkili olan faktörler, otomobil özelliklerinin araba tercihi üzerindeki etkisi, ithal ve yerli araba markalarına yönelik talep, ülke menşesine göre araba talebi, kredi faizi, döviz ve maliye politikalarının hanehalkının araba talebine etkisi konuları ele alınmıştır. Arslan (2003) çalışmasında araba seçimindeki kriterleri yerli ve ithal otomobiller için incelemiştir. Yerli otomobil sahipliğinde alım-satım kolaylığı, milli ekonomiye katkı ve yedek parça ve servis imkanları belirleyiciyken; ithal otomobil sahipliğinde aracın fiyatı, daha az yakıt kullanması, prestij unsuru olması, aracın fiziksel üstünlüğü, yedek parça kolaylığı ve servis garantisi belirleyici bulunmuştur. Özatmaca Erden (2015) çalışmasında Kocaeli'nde çalışan hanehalkının otomobil sahipliğini Multinomial Logit model ile analiz etmiş ve yapılan analiz sonucunda; gelir, ev sahipliği, evdeki öğrenci sayısı, yaş faktörlerinin otomobil sahipliğinde etkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Çağlayan Akay ve Tümsel (2016: 35-45) çalışmalarında hanehalkının otomobil sahipliğini etkileyen faktörleri ardışık logit modeli ile tahmin etmişlerdir. Model tahmini sonucunda, otomobil sahipliğini etkileyen en önemli değişkenin hanehalkının aylık harcama tutarı ile yıllık kullanılabilir gelir olduğu tespit edilmiştir. Aylık harcama tutarı arttıkça hanehalkının araba sahipliğinin azaldığı; yıllık kullanılabilir geliri arttıkça otomobil sahipliğinin arttığı görülmüştür. Yayar ve Yılmaz'ın (2018) çalışmasında, ikinci el otomobil talebini etkileyen unsurlar incelenmiştir. Çalışma, TR83 Bölgesi için gerçekleştirilmiş olup, analiz sonucunda; ikinci el otomobil talebinin fiyat dışındaki faktörlerden de etkilendiği ve Mercedes markasının fiyatı artıran bir unsurken Hyuhdai markasının fiyatı azaltan bir unsur olduğu sonucuna ulaşılmıştır

Literatür genel olarak değerlendirildiğinde, ulusal ve uluslararası alan yazındaki çalışmaların büyük oranda il ve ülke düzeyinde yapıldığı ve otomobil sahipliği ile otomobil talebi üzerinde durulduğu görülmektedir. Çalışmalarda otomobil sahipliğinde/talebinde birinci ve ikinci el otomobil ayırımına gidilmeden genel olarak incelenmiştir (Yayar ve Yılmaz'ın (2018) çalışması hariç). Bu sınırlılığın aşılması literatüre önemli katkı sağlayacağı beklenmektedir. Bu nedenle çalışmada, ikinci ve birinci el otomobil sahipliğini etkileyen faktörler Sıralı Logit Regresyon modeli kullanılarak ayrı ayrı analiz edilmiştir.

### **3. VERİ SETİ VE YÖNTEM**

#### **3.1. Veri Seti**

Çalışmada, Türkiye İstatistik Kurumu'nun (TÜİK) 2018 yılı Hanehalkı Bütçe Araştırması B Mikro Veri Seti içerisinde yer alan hane ve fert veri seti ile tüketim harcaması veri setinden yararlanılmıştır. Çalışmanın kapsamını, birinci el (144) veya ikinci el (1058) otomobil satın alan hanehalkları oluşturmaktadır. Çalışma iki ana çatıda incelenmiş olup, çalışmada kullanılan bağımlı değişken birinci ve ikinci el araç tüketim harcamasıdır. Bu değer, gerek birinci el gerekse ikinci el araç satın alan haneler için farklılaşmaktadır. Nitekim, 2018 yılı Hanehalkı Bütçe Araştırması veri setine göre, ankete katılan toplam (11.829) hanehalkının %10,16'sının (1.202) otomobil satın aldığı ve otomobil satın alan hanehalklarının %11,98'inin (144) birinci el araç satın alırken geriye kalan %88,02'sinin (1.202) ikinci el araç satın aldığı tespit edilmiştir. Hanelerin otomobil harcaması sadece aracın birinci veya ikinci el olmasından kaynaklanmamaktadır. Alınan aracın birinci veya ikinci el olmasının dışında aracın motor hacmi, yaşı ve marka gibi özellikleri de satın alma kararında etkili olmaktadır. Diğer bir ifade ile satın alınan araçlar heterojen bir yapıya sahiptir. Heterojen yapıya sahip veri setine homojenlik kazandırmak için otomobil harcaması tutarları "düşük", "orta" ve "yüksek" olmak üzere üç ana gruba ayrılmıştır. Bağımlı değişkenin sıralı değerler aldığı durumlarda araştırmacılar tarafından sıklıkla Sıralı Logit Regresyon modeli (ologit) veya diğer bilinen adıyla Orantısız Odds Modeli tercih edilmektedir (Williams, 2016: 7-20). Bu şekilde elde edilen istatistiksel çalışmaların daha sağlıklı sonuçlara sahip olduğu ifade edilmektedir (Kayri, 2007: 97). Bu nedenle, ikinci ve birinci el araç sahipliğini etkileyen faktörlerin belirlenmesini amaçlayan çalışmada Sıralı Logit Regresyon modeli (Ordered Logit Regression Model) kullanılmıştır.

Sıralı Logit regresyon modelin kullanıldığı çalışmada bağımlı değişken olarak, hanehalklarının birinci ve ikinci el araç aylık tüketim harcaması tutarları kullanılmıştır. Birinci ve ikinci el otomobil harcaması tutarları; düşük, orta ve yüksek olmak üzere üç ana kategoride ele alınmıştır. Kategoriler, hanelerin harcaması değerleri (en düşük ile en yüksek değer aralığı) üç eşit parçaya ayrılarak oluşturulmuş olup, gruplar küçükten büyüğe doğru sırası ile "düşük", "orta" ve "yüksek" olarak sınıflandırılmıştır. Dolayısıyla birinci el araç modelinin bağımlı değişkeni, 8.900 TL ve altında bir harcaması düzeyine sahip olanlar "düşük", 8.901 TL ile 16.600 TL arasında harcaması sahip olanlar "orta" ve 16.601 TL ve üstü ile 24.300 TL arasında harcaması sahip olanlar ise "yüksek" olmak üzere üç kategoride ele alınmıştır. İkinci el motorlu araç harcaması tutarı ise yine üç kategoride ele alınmış ve 6.600 TL ve altında harcaması sahip olanlar "düşük", 6.601 TL ile 14.900 TL harcaması sahip olanlar "orta" ve 14.901 TL ile 23.200 TL harcaması aralığına sahip olanlar ise "yüksek" olmak üzere kategorize edilmiştir.

Her iki modele ait bağımsız değişkenlerin seçiminde iktisat teorisi ile literatürdeki çalışmalar dikkate alınmış ve hanehalkı tipi, hane sorumlusunun yaşı, eğitimi, medeni durumu ile hane geliri, konut ile otomobil sahipliği ve iş gücüne katılım durumu değişkenleri olası bağımsız değişkenler olarak modellere dahil edilmiştir. Modelde yer alacak olan bağımsız değişkenler ilk olarak Wald Testi ile önemlilik sınavına tabi tutulmuştur. Wald testi sonucunda; birinci el otomobil modeli için hane geliri, hanehalkı tipi ve otomobil sayısı değişkenleri; ikinci el otomobil talebi modeli için ise medeni durum, hane geliri, konut ve otomobil sahipliği ile hane sorumlusunun iş gücüne katılım durumu değişkenleri önemli bulunmuştur. Önemlilik sınavı sonrası her iki model olası bağımsız değişkenlerle ve önemlilik sınavını geçen değişkenlerle ayrı ayrı analiz edilmiştir. Daha sonra İlk model ile ikinci modele ait Olabilirlik Oran Testi (LR) kıyaslanmış ve birinci el otomobil ile ikinci el otomobil için hangi modelin Sıralı Logit Modeli ile analiz edileceğine karar verilmiştir (Tablo 1).

**Tablo 1: Olası değişkenlere ait Wald Testi ve Olabilirlik Oran Testi sonuçları**

Değişkenler	Birinci El Otomobil	İkinci El Otomobil
	Wald Testi (chi2)	
Gelir	8,96 (0,0028)*	5,38 (0,0204)*
Hanehalkı Tipi	3,44 (0,0638)***	1,44 (0,2297)
Mülkiyet Konut	0,01 (0,9227)	8,84 (0,0030)*
Otomobil Sayı	4,16 (0,0414)**	5,76 (0,0164)**
Yaş	0,17 (0,6757)	0,95 (0,3292)
Eğitim	0,29 (0,5913)	1,29 (0,2561)
Medeni Durum	0,37 (0,5429)	37,53 (0,000)*
Çalışma Durum	1,55 (0,2134)	4,20 (0,0405)**
<b>LR chi2</b>	<b>4,42 (0,4907)</b>	<b>3,05 (0,3843)</b>

**Not:** \*, \*\* ve \*\*\* sırası ile %1, %5 ve %10 anlamlılık düzeylerini ifade etmektedir. Parantez içindeki değerler testlere ait olasılık değerlerini ifade etmektedir.

Birinci ve ikinci el otomobil modellerinde kullanılacak bağımsız değişkenlerden hanehalkı tipi değişkeni “eşlerden ve çocuklardan oluşan aileler” için 1 diğer hanehalkı tipleri için 0 olacak şekilde kategorize edilmiştir. Hane geliri değişkeni ailenin toplam gelirini (aynı ve nakdi) ifade etmekte olup, hanenin sahip olduğu araç sayısı ile birlikte sürekli değişkendir. Medeni durum değişkeni evli olan hane sorumlusunun 1 diğer durumda 0, işgücüne katılım değişkeni hane sorumlusu çalışma hayatında aktif rol alıyorsa 1 diğer durumda 0, konut ve otomobil sahipliği değişkenlerinde ise hane konut veya otomobile sahip ise 1 diğer durumda 0 değerini alan kukla değişkenlerdir. Buna göre, birinci el otomobil tüketim harcaması için tanımlanan Sıralı Logit Regresyon modeli Eşitlik 1’de ikinci el otomobil için tanımlanan Sıralı Logit Regresyon modeli ise Eşitlik 2’de sunulmuştur:

$$MA1_i = \alpha_0 + \alpha_1 HT_i + \alpha_2 G_i + \alpha_3 O_i + u_i \quad (1)$$

$$MA2_i = \beta_0 + \beta_1 MD_i + \beta_2 G_i + \beta_3 K_i + \beta_4 O_i + \beta_5 e_i \quad (2)$$

Eşitlik 1 ve 2 de yer alan Sıralı Logit Regresyon Modelinde yer alan değişkenlere ait açıklamalar ise Tablo 2’de sunulmuştur.

**Tablo 2: Değişkenlere ait tanımlamalar**

Bağımlı Değişkenler	Açıklama	Tanımlama
MA1	Birinci el otomobil tüketim harcaması (aylık)	8.900 TL ve altı= 1 8.901 TL- 16.600 TL= 2 16.601 TL-24.300 TL= 3 (Referans Grup)
MA2	İkinci el otomobil tüketim harcaması (aylık)	6.600 TL ve altı= 1 6.601 TL-14.900 TL= 2 14.901 TL-23.200 TL= 3 (Referans Grup)
Bağımsız Değişkenler	Açıklama	Tanımlama
G	Hanenin yıllık (aynı+nakdi) geliri	Sürekli değişken
HT	Hanehalkı tipi	Eşler ve çocuklardan oluşan aile = 1 Diğer = 0
MD	Hane sorumlusunun medeni durumu	Evli= 1 Diğer= 0
K	Hanenin konut sahiplik durumu	Konut sahibi= 1 Diğer= 0
O	Hanenin sahip olduğu otomobil sahipliği	Otomobil sahibi= 1 Diğer= 0
ÇD	Hane sorumlusunun çalışma durumu	Çalışıyor ise = 1 Diğer= 0



Analizde yer alan hanehalkı tipi (HT) (Lave ve Train, 1979; Kitamura, Golob, Yamamoto ve Wu ,1999; Cao, Mokhtarian ve Handy, 2006), medeni durumu (MD) ve otomobil sahipliği (O) (Cao, Mokhtarian ve Handy, 2006; Potoglou, 2008) değişkenlerinin otomobil sahipliği üzerinde negatif veya pozitif yönde bir etkiye sahip olması; hanenin toplam geliri (G), (Hoeherman vd., 1983; Kitamura, Golob, Yamamoto ve Wu ,1999; Choo ve Mokhtarian, 2004; Potoglou, 2008) ve hanenin konut sahipliği (K) (Kitamura, Golob, Yamamoto ve Wu ,1999; Cao, Mokhtarian ve Handy, 2006; Potoglou, 2008) değişkenlerinin ise otomobil sahipliği üzerinde pozitif etkiye sahip olması beklenmektedir. Çalışmanın analizinde Stata 15.0 paket programından yararlanılmıştır.

### 3.2. Yöntem

Bağımlı değişkenin kategorik ve ordinal yapıya sahip olduğu verilerin analizinde yaygın olarak kullanılan Sıralı Logit ve Sıralı Probit modelleri, ilk olarak Walker ve Duncan (1967: 167-179) ile McKelvey ve Zavoina (1975: 103-20) tarafından literatüre kazandırılmıştır. Her iki model lojistik regresyonda yaygın olarak kullanılmasına ve nitel olarak benzer sonuçlar vermesine rağmen (Hardin ve Hilbe, 2007: 257) iki modelin tahmin parametreleri doğrudan karşılaştırılamamaktadır. Bu durum, logit ve probit modelin farklı dağılım fonksiyonuna sahip olmasından kaynaklanmaktadır. Nitekim, Sıralı Logit Regresyon modelde temel bağımlı değişken lojistik eğri şeklinde dağıldığı varsayılırken Sıralı Probit modelde bu değişkenin normal dağıldığı varsayılmaktadır (Aldrich ve Nelson, 1984: 95; Chow, 1988). Dolayısıyla, probit modelde standart normal dağılımın varyans değeri 1, logit modeldeki lojistik dağılımın varyansı ise  $\pi^2/3$ 'tür (Maddala, 1988: 361-78; Maddala, 1998: 273). Ayrıca probit model ile logit model arasındaki bir diğer fark ise Sıralı Probit Regresyon modelinin logit modele kıyasla daha tutarlı (asimtotlara daha yakın) olmasıdır (Gujarati, 1998: 705; Alvares ve Brehm, 2002: 79-81).

Bu çalışmada, Sıralı Logit regresyon modeli kullanılmıştır. Modelde, bağımlı değişkenin olası değerlerinde doğal bir sıralama olduğu varsayılmaktadır ve ikili logit modelde olduğu gibi gizli bir regresyon etrafında inşa edilmiştir (Greene, 1990: 703-704):

$$y^* = \sum_{k=1}^K \beta_k x_k + \varepsilon \quad (3)$$

İlgili modelin arkasında bir süreklilik vardır. Eşitlikte yer alan  $y^*$ ,  $-\infty$  , ile  $+\infty$  arasında gözlenemeyen bir değerdir ve bu değer gözlenen ( $y$ ) bir olgunun altında yatan eğilim olarak ifade edilebilir.  $X_k$  bağımsız değişkenler vektörüdür. Eşitlikte yer alan  $\varepsilon$  ise sıfır ortalamaya sahiptir ve belirli bir simetrik dağılım gösteren hata terimidir (Liao, 1994: 37-38).  $y$  değişkeni  $k$  sıralı değerleri için gözlendiği varsayımı altında  $y_n=1$  "düşük" ve  $y_n=k$  "yüksek"i ifade edecektir. Koşullu olasılık değerleri aşağıdaki eşitliklerdeki gibidir:

$$\begin{aligned} P_{1n} &= F(X'_n \beta) \\ P_{1n} + P_{2n} &= F(\alpha_2 + X'_n \beta) \\ &\vdots \\ P_{1n} + P_{2n} + \dots + P_{k-1,n} &= F(\alpha_{k-1} + X'_n \beta) \\ P_{kn} &= 1 - F(\alpha_{k-1} + X'_n \beta) \end{aligned} \quad (4)$$

Yukardaki eşitlikte,  $P_{in}$   $n$ 'inci gözlem için  $i$  seçeneğinin koşullu olasılık değeridir.  $X_n$  bağımsız değişkenler vektörü ve  $\beta$ ,  $m$  uzunluğunda parametre vektörüdür.  $\alpha_{k-1} > \alpha_{k-2} > \dots > \alpha_2 > \alpha_1 = 0$  eşik (threshold) değerleridir (Kramer, 1996: 82).  $F$  ise lojistik dağılımın kümülatif dağılım fonksiyonudur (Jung, 1993: 205):

$$F(\alpha_1 + X'_n \beta) = \frac{1}{1 + \exp[-(\alpha_1 - X'_n \beta)]} \quad (5)$$

Bu fonksiyon kullanılarak Sıralı Logit model tahmin değerlerine ulaşılmaktadır. Sıralı Logit modeline ait katsayı değerleri değişkenlere ait marjinal etkileri göstermemektedir. Dolayısıyla modelde yer alan bağımsız değişkenlere ait marjinal etki değerleri aşağıdaki eşitlik ile hesaplanmaktadır ve her değişkeninin farklı alternatifler üzerindeki marjinal etkilerinin toplamı sıfırdır (Katchova, 2013: 5):

$$\frac{\partial P_{kn}}{\partial X_{ni}} = \{F'(\alpha_{k-1} - X'_n \beta) - F'(\alpha_k - X'_n \beta)\} \beta_n \quad (6)$$

Sıralı regresyon modeli parametre tahminlerinin önem düzeylerinde sabit olduğunu varsayar. Bu koşul, orantılı oranlar (the proportional odds) veya paralel regresyon (parallel-regression) varsayımı olarak bilinmektedir. Bu varsayımın ihlali, yanlış veya yanlış belirlenmiş bir modelin formüle edilmesine yol açar. Paralel regresyon varsayımının ihlal edilip edilmediği hususu Brant testi (Brant, 1990: 1171-78) kullanılarak değerlendirilmektedir (Abegaz, vd., 2014: 17). Ayrıca, logistik modellerde, modelde yer alacak değişkenlerin belirlenmesi yani anlamsız değişkenlerin modele dahil edilmemesi ve dahil edilmiş olan değişkenlerin ise modelden çıkarılması için birkaç adım bulunmaktadır (detaylı bilgi için bkz. Newbold, Carlson ve Thorne, 2007: 539). Çalışmada Adım Adım (Stepwise) yöntemi tercih edilmiştir. Bu yöntemde, ilk olarak modelde yer alan her bir değişkenin önemi Wald İstatistiği ile test edilmekte ve doğrulanmaktadır. Ardından bu kriteri sağlamayan değişkenler modelden dışlanmaktadır. Daha sonra, ilk modele ait Olabilirlik Oran Testi (LR) ile yeni modele ait LR testi sonuçları hesaplanarak karşılaştırılmaktadır. Son olarak ise modeldeki değişkenlerin etkileşimleri kontrol edilmektedir (Hosmer ve Stanley Lemeshow, 1989: 97-99).

#### 4. ARAŞTIRMA BULGULARI

Analize geçmeden önce bağımlı değişkenin ideal olarak kaç alt kümeye ayrılacağı hususu her iki model için Bayesci Bilgi Kriteri (BIC) kullanılarak incelenmiş ve bağımlı değişken “düşük”, “orta” ve “yüksek” olmak üzere üç kategoride tanımlanmıştır. Böylece, bağımlı değişkenler sıralı bir değere sahip olmuştur. Sıralı değer ile tüketim harcama sıralamasının bilindiği ancak harcamalar arasındaki uzaklığın kesin olarak bilinmediği durum kastedilmektedir. Bu nedenle, Sıralı Logit modelin en önemli varsayımı olan paralellik varsayımının sağlanması gerekmektedir. Söz konusu varsayım için modelin paralellik sınaması tüm paralellik testleri ile değişkenlerin paralellik testi ise Brant testi ile sınanmıştır. Birinci el otomobil talep fonksiyonuna ait paralellik sınaması sonucu Tablo 3’te değişkenlere ait paralellik sınaması Tablo 4’de sunulmuştur.

**Tablo 3: Birinci el otomobil Sıralı Logit modeline ait paralellik varsayımı testi**

Test	Chi2	df	P> Chi2
Wolfe Gould	5,217	3	0,157
Brant	5,306	3	0,151
Score	4,158	3	0,245
Likelihood Ratio	6,114	3	0,106
Wald	1,036	3	0,793

Tablo 3 incelendiğinde, paralellik testlerinin tamamının söz konusu model için ilgili varsayımı sağladığı, modelde yer alan değişkenlere ait Brant Paralellik testinin de (Tablo 4) bu sonucu doğruladığı görülmektedir.

**Tablo 4: Birinci el otomobil modelindeki değişkenler için hesaplanan Brant paralellik testi**

Değişkenler	Chi2	df	P> Chi2
G	0,96	1	0,327
HT	3,47	1	0,063
Y	0,14	1	0,707
Toplam	5,31	3	0,151

Paralellik varsayımının sağlandığı birinci el otomobil harcama fonksiyonu Sıralı Logit modeli ile analiz edilmiş ve elde edilen analiz sonuçları Tablo 5’te sunulmuştur.

**Tablo 5: Birinci el otomobil tüketim modeline ait Sıralı Logit modeli analiz sonuçları**

Değişkenler	Katsayı	Standart Hata	Z istatistik	P>  z	Odds Oranı
G	0,503	0,151	3,32	0,001**	1,654
HT	0,809	0,439	1,84	0,065***	2,246
O	1,043	0,451	2,32	0,021**	2,839
Eşik 1/cut1	4,064	1,125			
Eşik 2/cut2	6,408	1,282			
Wald chi2 (3) = 17,21		Prob > chi2 = 0,0006		Pseudo R2 = 0,0663	

**Not:** \*, \*\* ve \*\*\* sırası ile %1, %5 ve %10 anlamlılık düzeylerini ifade etmektedir.

**Temel Sınıflar:** Hane tipi için anne baba ve çocuklardan oluşan çekirdek aile, otomobil sahipliği için otomobil sahibi olma.

Sıralı Logit Modeli analiz sonucu incelendiğinde; modelde yer alan gelir, hane tipi ve otomobil sahipliği değişkenlerinin istatistiksel olarak anlamlı olduğu tespit edilmiştir. Analiz sonuçları işaret açısından incelendiğinde, söz konusu bağımsız değişkenlerin işaret yönünden beklenti ile uyumlu olduğu görülmektedir. Dolayısıyla, gelirden ortaya çıkan bir artış, birinci ve ikinci grupta yer alan birinci el otomobil talebini üçüncü grupta yer alan birinci el otomobil talebine kıyasla daha fazla etkilemektedir. Diğer bir ifade ile gelir artışı birinci ve ikinci grupta yer alan otomobillerin üçüncü grupta yer alan otomobillere kıyasla 1 kat daha fazla talep edilmesine neden olmaktadır. Birinci ve ikinci grupta yer alan birinci el otomobil talebi hane büyüklüğü bağımsız değişkeninden de etkilenmektedir. Nitekim çocuklu aileler çocuksuz ailelerle karşılaştırıldığında çocuklu ailelerin çocuksuz ailelere göre yaklaşık 2,23 kat (0,81 olasılık değeri) daha fazla birinci ve ikinci grupta yer alan otomobilleri satın aldığı tespit edilmiştir. Ayrıca analiz sonuçlarına göre, otomobil sahibi olan haneler otomobil sahibi olmayan hanelere oranla 2,84 kat daha fazla (1,043 olasılık değeri) birinci el araba satın almayı tercih etmektedir.

Sıralı Logit model için hesaplanan marjinal etkiler dikkate alındığında (Tablo 6); tüm harcama gruplarında gelir, hane tipi ve otomobil sahipliği değişkenlerinin etkili olduğu, ancak etki derecesinin harcama gruplarına göre değişkenlik gösterdiği tespit edilmiştir. Nitekim üç grup için en etkili değişken otomobil sahipliği olmasına rağmen etki dereceleri birbirinden farklıdır. Etki derecesi 1. grup için -%24,6, 2. grup için %19,1 ve üçüncü grup için ise %5,5'dir.

**Tablo 6: Birinci el otomobil Sıralı Logit modeli için marjinal etkiler**

Değişkenler	1. Grup (satın alış < 8.900TL)	2. Grup (8.901TL <satın alış < 16.600TL)	3. Grup (16.601TL <satın alış < 24.300TL)
G	-0,118*	0,092**	0,026**
HT	-0,191***	0,148***	0,042***
O	-0,246**	0,191**	0,055**

**Not:** \*, \*\* ve \*\*\* sırası ile %1, %5 ve %10 anlamlılık düzeylerini ifade etmektedir.

**Temel Sınıflar:** Hane tipi için anne baba ve çocuklardan oluşan çekirdek aile, otomobil sahipliği için otomobil sahibi olma.

Çalışmada ikinci el otomobil satın alan hane halklarının otomobil satın alma tutarını etkileyen faktörler birinci el otomobil talep fonksiyonunda olduğu gibi Sıralı Logit regresyon modeli ile tahmin edilmiştir. Analize geçmeden önce modelin ve modelde yer alan değişkenlerin paralellik varsayımını sağlanıp sağlanmadığı test edilmiştir. Modelin paralel regresyon varsayımı paralellik testleri (Tablo 7) ile değişkenlere ait paralellik varsayımı ise Brant testi ile incelenmiştir (Tablo 8).

**Tablo 7: İkinci el otomobil Sıralı Logit modeline ait paralellik varsayımı testi**

Test	Chi2	df	P> Chi2
Wolfe Gould	3,574	5	0,612
Brant	9,801	5	0,081
Score	3,655	5	0,600
Likelihood Ratio	5,185	5	0,394
Wald	4,86	5	0,433

**Tablo 8: İkinci el otomobil modelindeki değişkenler için hesaplanan Brant paralellik testi**

Değişkenler	Chi2	df	P> Chi2
G	8,12	1	0,054
MD	0,05	1	0,832
K	0,60	1	0,437
O	1,43	1	0,232
ÇD	0,47	1	0,495
Toplam	9,80	5	0,081

Paralel regresyon varsayımının Brant testi sonucuna göre ki-kare değeri 9,80 ( $p>0,05$ ) olarak hesaplanmış ve Sıralı Logit regresyon modeli için paralel regresyon varsayımının geçerli olduğuna karar verilmiştir.

Paralel regresyon varsayımını sağlanan model Sıralı Logit regresyon yöntemi ile tahmin edilmiş ve elde edilen analiz sonuçları Tablo 9'da sunulmuştur.

**Tablo 9: İkinci el otomobil tüketimi modeline ait Sıralı Logit modeli analiz sonuçları**

Değişkenler	Katsayı	Standart Hata	Z istatistik	P>  z	Odds Oranı
G	0,000014	6,38e-06	2,31	0,021**	1,000
MD	0,633	0,939	6,74	0,000*	1,884
K	-0,185	0,066	-2,78	0,005*	-0,830
O	0,373	0,171	2,18	0,029**	1,452
ÇD	0,189	0,092	2,04	0,041**	1,208
Eşik 1/cut1	1,709	0,308			
Eşik 2/cut2	3,736	0,336			
Wald chi2 (5) = 139,74		Prob > chi2 = 0,0000		Pseudo R2 = 0,0812	

**Not:** \* ve \*\* sırası ile %1 ve %5 anlamlılık düzeylerini ifade etmektedir.

**Temel Sınıflar:** Medeni durum için evli, konut sahipliği için konut sahibi olma, otomobil sahipliği için otomobil sahibi olma ve çalışma durumu için işte çalışma.

İkinci el otomobil modelinde yer alan bağımsız değişkenlerden gelir, medeni durum, konut ve otomobil sahipliği ile çalışma durumu değişkenleri istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur. İstatistiksel olarak anlamlı olan değişkenler işaret açısından incelendiğinde, değişkenlerin işaret yönünden beklenti ile uyumlu olduğu tespit edilmiştir.

Gelir bağımsız değişkeni ikinci el otomobil satın alımında pozitif bir etkiye sahiptir. Ancak bu etkinin derecesi yok denecek kadar azdır (0,000014). Etki derecesi az olmasına rağmen birinci el otomobil talebinde olduğu gibi hanelerin gelirinde ortaya çıkan bir artış ikinci el otomobil talebinde de birinci ve ikinci grupta yer alan otomobillerin üçüncü grupta yer alan otomobillere kıyasla 1 kat daha fazla satın alınmasına neden olmaktadır. Analiz sonuçlarına göre, evli hane sorumluları bekar hane sorumlularına kıyasla 1,88 kat (0,63 olasılık değeri ile) daha fazla ikinci el otomobil talebinde bulunmaktadır. Konut sahipliği bağımsız değişkeni de ailelerin ikinci

el otomobil satın alma talebini etkilemektedir. Konut sahibi olan haneler konut sahibi olmayan hanelere göre (0,185 olasılık değeri ile) daha az ikinci el araç satın alma isteğine sahiptir. Nitekim, konut sahipliği değişkeninde yaşanan bir birimlik bir değişim ikinci el otomobil satın alma talebinde 0,830'luk bir azalışa neden olmaktadır. Konut sahipliğinde olduğu gibi otomobil sahipliği değişkeni de ikinci el araç talebini etkilemektedir. Otomobil sahibi olan haneler otomobil sahibi olmayan hanelere kıyasla 1,452 kat daha fazla ikinci el otomobil satın almak istemektedirler. İkinci el otomobil satın alma kararında etkili olan bir diğer unsur ise hane reisinin düzenli bir işe sahip olup olmama durumudur. Çalışma durumu ikinci el otomobil sahipliği üzerinde pozitif bir etkiye sahiptir.

Tahmin edilen modeldeki değişkenlerin ikinci el otomobil tüketim harcaması üzerine etkisi analiz edilmiş ve elde edilen analiz sonuçları Tablo 10'da sunulmuştur.

**Tablo 10: İkinci el otomobil Sıralı Logit modeli için marjinal etkiler**

Değişkenler	1. Grup (satın alış < 6.600TL)	2. Grup (6.600TL <satın alış < 14.900TL)	3. Grup (14.901TL <satın alış < 23.200TL)
G	-3,63e-06**	1,83e-06**	1,80e-06**
MD	-0,156*	0,078*	0,077*
K	0,045*	0,023*	0,023*
O	-0,156**	0,046**	0,046**
ÇD	-0,046**	0,023**	0,022**

**Not:** \* ve \*\* sırası ile %1 ve %5 anlamlılık düzeylerini ifade etmektedir.

**Temel Sınıflar:** Medeni durum için evli, konut sahipliği için konut sahibi olma, otomobil sahipliği için otomobil sahibi olma ve çalışma durumu için işte çalışma.

Bağımsız değişkenlerin ikinci el otomobil sahipliği üzerindeki etkileri incelendiğinde, referans gruba göre konut sahipliği bağımsız değişkeni hariç gelir, medeni durum, otomobil sahipliği ve çalışma durumu değişkenleri birinci grup otomobil harcama tutarı üzerinde azaltıcı bir etkiye sahiptir. İkinci ve üçüncü harcama grubunda yer alan gelir, medeni durum, konut ve otomobil sahipliği ile çalışma durumu değişkenleri ise ikinci el otomobil talebi üzerinde pozitif etkiye sahiptir. Bu iki grubun olasılık değerleri arasında çok büyük farklılık bulunmamaktadır. Nitekim, gelir arttıkça diğer gruplara kıyasla ailelerin ikinci grupta yer alan ikinci el otomobile olan talebi %1,83e-06 olasılık ile üçüncü grupta yer alan otomobillere olan talebi ise %1,80e-06 olasılıkla artmaktadır. Hane reisinin evli olması birinci grup ikinci el otomobil sahipliğini olumsuz etkilerken ikinci ve üçüncü grup otomobil sahipliğini olumlu etkilemektedir. Etkinin olasılık değerleri %2,3'tür. Konut ve otomobil sahipliğinde de benzer durum geçerlidir. Otomobil sahipliği her iki grubu yaklaşık %4,6 olasılık değeri ile olumlu yönde etkilerken konut sahipliği ise her iki grubu yaklaşık %2,3 olasılık değeri ile olumlu yönde etkilemektedir. Aile reisinin çalışma durumu da ikinci el otomobil talebinde etkilidir. Çalışan hane reisi çalışmayanlara oranla ikinci grupta yer alan ikinci el otomobilleri diğer gruplara kıyasla %2,3 kat daha fazla; üçüncü grupta yer alan otomobilleri ise diğer gruplara kıyasla %2,2 kat daha fazla satın almak istemektedir. Nitekim hane reisinin düzenli bir işinin olması yani ailenin düzenli bir gelire sahip olması bireylerin otomobil talebini doğrudan etkileyen bir unsurdur.

## 5. SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Çalışmada, birinci veya ikinci el araç satın alan hanelerin otomobil sahipliğinde etkili olan faktörler Sıralı Logit Modeli kullanılarak analiz edilmiştir. Analiz, birinci ve ikinci el araçlar için ayrı ayrı gerçekleştirilmiştir. Analize geçmeden önce her iki model için paralel regresyon varsayımının sağlanıp sağlanmadığı Brand Testi ile incelenmiş ve modellerde paralellik varsayımının sağlandığı tespit edilmiştir.

Sıralı Logit regresyon modeli ile hanehalkının birinci el otomobil talebinin analiz edildiği modelde; gelir, hane tipi ve otomobil sahipliği değişkenleri istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur. Analiz sonuçlarına göre, gelirden ortaya çıkan artış referans harcama grubunda yer alan hanelere kıyasla birinci grupta yer alan birinci el otomobillerin satın alma olasılığını %11,8 azaltmakta; ikinci ve üçüncü grupta yer alan birinci el otomobillerin satın alınma olasılığını ise sırası ile %9,2 ve %2,6 artırmaktadır. Gelir arttıkça ikinci ve üçüncü grup otomobillere olan talep artarken birinci grupta yer alan otomobillere olan talep azalmaktadır. Bu durum, ikinci ve üçüncü grupta yer alan otomobillerin normal mal olabileceğine, birinci grupta yer alan otomobillerin ise düşük mal olabileceğine işaret

etmektedir. Birinci el otomobil satın alan hanelerin harcama tutarında etkili olan bir diğer unsur da hanehalkı tipidir. Hanehalkı tipi özellikle birinci ve ikinci grupta yer alan ailelerde daha etkilidir. Nitekim çocuklu aileler çocuksuz ailelere kıyasla %19,1 daha fazla birinci el otomobil talep etmektedir. Çocuksuz aileler ise ikinci (%14,8) ve üçüncü (%4,2) grupta yer alan birinci el otomobillerden satın almaktadırlar. Bu durum, birinci grupta yer alan çocuklu ailelerde kişi başına düşen gelirin düşük olmasından veya kişi başına düşen toplam harcama tutarının yüksek olmasından kaynaklanabilmektedir. İkinci ve üçüncü grupta yer alan birinci el otomobil talebi çocuklu aileler tarafından daha fazla tercih edilmektedir. Elde edilen bu sonuç, çocuklu ailelerin büyük maliyetlere katlanarak daha konforlu ve güvenli araçları satın almayı tercih ettiğine bir işarettir. Birinci el otomobil talebini etkileyen bir başka faktör de hanenin otomobil sahipliğidir. Otomobil sahibi olan aileler daha düşük harcama gerektiren birinci grup otomobilleri diğer grupta yer alan hanelere kıyasla %24,6 daha az satın almak istemektedirler. Otomobil sahibi haneler, satın alınacak otomobilin değeri yükseldikçe hanelerin satın alma isteği artmakta ve ikinci grupta yer alan birinci el otomobilleri %19,1; üçüncü grupta yer alanları ise %5,5 daha fazla tercih etmektedirler.

İkinci el araçlara ait Sıralı Logit modeli analiz sonuçlarına göre, ikinci el otomobile yapılan harcama tutarı hanenin kullanılabilir geliri, eğitim, konut ve otomobil sahipliği ile hane reisinin çalışma durumu değişkenlerinden etkilenmektedir. Kullanılabilir gelir, ikinci el otomobil harcaması üzerinde çok büyük bir etkiye sahip olmamakla birlikte hanelerin kullanılabilir gelirleri düştükçe birinci harcama grubunda yer alan ikinci el otomobil satın alma olasılık değeri azalmaktadır. Hanelerin kullanılabilir gelirleri arttığında ise diğer iki gruptaki ikinci el otomobillere yönelik satın alma olasılık değerleri artmaktadır. Bu durum, piyasada her gelir grubuna uygun ikinci el aracın var olmasından ve zaman içinde otomobilin lüks mal grubundan zorunlu mal grubuna doğru hareket etmesinden kaynaklanmaktadır.

Hane sorumlusunun medeni durumu da ikinci el otomobil talebinde etkilidir. Birinci grupta yer alan ikinci el araçları evliler bekarlara göre %15,6 daha az talep ederken ikinci ve üçüncü grupta yer alan ikinci el otomobilleri bekarlara kıyasla sırasıyla %7,8 ve %7,7 daha fazla tercih edilmektedirler. Bu durum, evli hane reisinin eş ve çocuklarının seyahat ettiği otomobil seçiminde daha güvenli, daha az masraf çıkartan veya masrafsız araçları daha yüksek fiyatlardan satın alma isteğinden kaynaklanmaktadır. İkinci el araç tüketim harcamasını etkileyen bir diğer unsorda konut ve otomobil sahipliğidir. Konut sahibi aileler konut sahibi olmayanlara oranla %2,3 kat daha fazla ikinci el otomobil harcamasında bulunmaktadırlar. Konut sahibi olmayan ailelerin toplam tüketim harcaması içerisinde ikamet edilen konuta ait kira vb. harcamaları da bulunmaktadır. Bu durum, hanenin otomobil talebini olumsuz yönde etkilemektedir. Nitekim analiz sonuçlarına göre konut sahipliğinde ortaya çıkan bir birimlik bir artış hanelerin birinci grupta yer alan ikinci el otomobil talebini %4,5, ikinci ve üçüncü grupta yer alan ikinci el otomobil talebini ise %2,3 artırmaktadır. Konut sahibi olan hanelerin ikinci el otomobil talebi birinci gruptan üçüncü gruba doğru gidildikçe azalmaktadır. Bunun nedeni bu gruplardaki ikinci el otomobil harcama tutarlarının birinci el otomobil harcama tutarlarına çok yakın seyretmesi ve ailelerin ikinci el otomobil almak yerine tercihlerini birinci el otomobil satın alma yönünde kullanmalarındır.

Otomobile olan ihtiyaç noktasında otomobil sahibi olanlar ile olmayanlar eş değerde olmasına rağmen otomobil sahibi olmayanlar olanlara kıyasla %2,5 kat daha fazla ikinci el otomobil satın almaktadır. Bunun nedeni motorlu araçların seyahat kolaylığı sağlaması, özgür bir yaşam şekli sunması, güç göstergesi olması veya prestij elde etme aracı olarak görülmesidir. Hane sorumlusunun bir işte çalışıyor olması da hanenin toplam gelirini doğrudan etkilemektedir. Bu etki ailenin zorunlu mal tüketimini olumlu yönde etkilediği gibi otomobil satın alma talebini de pozitif yönde etkilemektedir. Nitekim çalışan hane sorumluları çalışmayanlara oranla %2,3 kat daha fazla ikinci el otomobil talebinde bulunmaktadır.

Model tahmin sonuçları literatürdeki diğer çalışmalarla uyumluluk göstermektedir. Hanelerin kullanılabilir gelir (Nolan, 2010: 446-55; Yang vd., 2017: 127-34; Özatmaca Erden, 2015; Çağlayan Akan ve Tümsel, 2016: 35-45; Dargan ve Gately, 1999: 101-38), hane tipi (Manski ve Sherman, 1980: 349-66; Kitamura ve Bunch, 1990), medeni durum (Çınar, 2018:1-19), konut sahipliği (Cao, Mokhtarian ve Handy, 2006: 133-45; Özatmaca Erden, 2015) ve otomobil sahipliği (Cao, Mokhtarian ve Handy, 2006: 133-45; Nolan, 2010: 446-55) ile çalışma durumu (Çınar, 2018:1-19) değişkenlerinin otomobil sahipliği üzerinde etkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Model tahmin sonuçları dikkate alındığında; düşük harcama gerektiren birinci el araçların çocuksuz, geliri



düşük ve otomobil sahibi olmayan aileler tarafından talep edilirken; orta ve üst düzey harcama gerektiren birinci el otomobillerin ise çocuklu, daha yüksek gelire sahip ve otomobil sahibi olan aileler tarafından talep edilmektedir. İkinci ve üçüncü grubu karşılaştırıldığında Türkiye hanehalklarının büyük bir kısmının orta düzeyde harcama gerektiren birinci el otomobilleri tercih ettiği görülmektedir. İkinci el otomobil talebi gelir, medeni durum, konut ve otomobil sahipliği ile çalışma durumu değişkenlerinden etkilenmektedir. Hane reisi bekar, ev ve otomobil sahibi değilse ve düzenli bir işi yoksa birinci grupta yer alan ikinci el otomobilleri satın almaktadır. Eğer hane reisi evli, konut ve otomobil sahibi ise ve düzenli bir işte çalışıyorsa daha yüksek harcama gerektiren ikinci ve üçüncü grupta yer alan ikinci el otomobilleri satın almaktadır. Bu bağlamda, hanelerin araç satın alım kararında otomobile yapılan harcama tutarları belirleyicidir. İkinci el ile birinci el otomobiller arasında oluşan fiyat farkı ve ikinci el arabalara yönelik uygulanan maliye politikaları haneleri birinci el araç yerine ikinci el araç alımına yönlendirmektedir. Bu durum ikinci el araç pazarının işlem hacmini artırmakta ve birinci el otomobil pazarını daraltmaktadır. Bu da araçların hurdaya çıkma yaşını büyütmektedir. Bütün bu unsurlar dikkate alındığında, sektörün ayakta kalması, gelişen teknolojiye ayak uydurması, yenilikçi bir yaklaşım izlemesi, ar-ge yatırımlarının artırılması ve böylece yeni istihdam imkanlarının yaratılabilmesi için sektöre yönelik yatırımlar teşvik edilmelidir ve sektör ithalat politikaları vb. açılardan da yeni veya düzenleyici politikalarla desteklenmelidir. Tüketiciler boyutunda ise faiz, vergi gibi düzenlemeler adı altında birinci el araçların ikinci el araçlara kıyasla cazibesi artırılmalıdır. Bu sayede hem çevre kirliliğine yönelik önlemler alınmış hem de daha ekonomik ve konforlu yeni otomobillerin kullanımının önü açılmış olacaktır.

#### **KAYNAKLAR**

- Abegaz, T., Berhane, Y., Worku, A., Assrat, A., ve Assefa, A. (2014). "Effects of Excessive Speeding And Falling Asleep While Driving on Crash İnjury Severity in Ethiopia: A Generalized Ordered Logit Model Analysis", *Accident Analysis & Prevention*, 71, 15-21.
- Akal, M., Alpdoğan, H. ve Akat, A. (2019). "İstanbul ili Otomobil Talebi Yapısı ve Tüketici Tercihlerinde Değişmeler", *Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 15/2, 177-197.
- Akçi, Y. (2016). "İkinci El Otomobil: Tüketici Bakışıyla", *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 22, 329-362
- Aldrich, J.H. ve Nelson, F.D. (1984). *Linear Probability, Logit and Probit Models*, Beverly Hills, Sage Publications.
- Alper, C.E. ve Mumcu-Serdar, A. (2000). *Türkiye'de Otomobil Talebinin Tahmini, Ekonomi ve Ekonometri Merkezi, Boğaziçi Üniversitesi Araştırma Raporu*, [http://ideas.econ.boun.edu.tr/content/wp/ISS\\_EC\\_05\\_01.pdf](http://ideas.econ.boun.edu.tr/content/wp/ISS_EC_05_01.pdf) (10.12.2020).
- Alvarez, R. M. ve J. Brehm (2002). *Hard Choices, Easy Answers: Values, Information, and American Public Opinion*. Princeton University Press, Princeton, N.J.
- Arslan, İ.K. (2003). Otomobil Alımında Tüketici Davranışlarını Etkileyen Faktörler. İstanbul Ticaret Üniversitesi Dergisi, <http://acikerisim.ticaret.edu.tr/xmlui/bitstream/handle/11467/209/M00042.pdf?sequence=1>. (20.12.2020)
- Aydın, N. ve Arı, E. (2016). "Hanehalkı Otomobil Talebini Belirleyen Etkenlerin İkili Lojistik Regresyon Yöntemiyle Analizi: Türkiye Örneği". *Kastamonu University Journal of Economics & Administrative Sciences Faculty*, 12/1, 1-22.
- Brant, R (1990). Assessing Proportionality in the Proportional Odds Model for Ordinal Logistic Regression. *Biometrics*. 46, 1171–1178.
- Cao, X., Mokhtarian, P.L. ve Handy, S.L. (2006). "Neighborhood Design and Vehicle Type Choice: Evidence from Northern California", *Transportation Research Part D: Transport and Environment*, 11/2, 133–145.
- Choo, S. ve Mokhtarian, P.L. (2004). "What Type of Vehicle do People Drive? The Role of Attitude and Lifestyle in Influencing Vehicle Type Choice", *Transportation Research Part A: Policy and Practice*, 38/3, 201-222.
- Chow, G.C. (1988). *Econometrics*, McGraw-Hill Book Company, 4th Printing, Singapore.
- Çağlayan Akay, E. ve Tümsel, B. (2016). "Hanehalkı Otomobil Sahipliğinin İncelenmesi: Ardışık Logit Modeli", *Sosyal Bilimler Araştırma Dergisi*, 4/4, 35-45.

- Çınar, M. (2018). "Çalışan bireylerin otomobil sahipliğini etkileyen faktörler: Bursa örneği", *Yalova Sosyal Bilimler Dergisi*, 8/16, 1-19.
- Dargay, J, Gately, D. ve Sommer, M. (2007). "Vehicle Ownership and Income Growth, Worldwide: 1960-2030", *The Energy Journal*, 28/4. 143-170.
- Dargay, J. ve Gately, D. (1999). "Income's effect on car and vehicle ownership, worldwide: 1960–2015", *Transportation Research Part A: Policy and Practice*, 33/2, 101-138.
- Greene, W.H. (1990). *Econometric Analysis*, Macmillan, New York.
- Gujarati, D.N. (1988). *Basic Econometrics (2. baskı)*, McGraw-Hill International, New York.
- Hardin, J.W. ve Hilbe, J.W. (2007). *Generalised Linear Models and Extensions*, Second Edition, Stata Press Publication, Texas, ABD.
- Hocherman, I., Prashker, J.N. ve Ben-Akiva, M. (1983). "Estimation and Use of Dynamic Transaction Models of Automobile Ownership", *Transportation Research Record*, 944, 134–141.
- Hosmer, D.W., Stanley Lemeshow, B.J. (1989). "Best Subsets Logistic Regression", *Biometrics*, 45, 1265-1270.
- Işık, N., Yılmaz, S.S. ve Kılınc, E.C. (2017). "İthal Otomobil Satışlarının Döviz Kuru Esnekliği: Türkiye Üzerine bir Uygulama", *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 19/33, 84-92.
- Jung, T. Y. (1993). "Ordered Logit Model for Residential Electricity Demand in Korea", *Energy Economics*, 15/3, 205-209.
- Katchoca, A. (2013). Ordered Probit and Logit Models. <https://sites.google.com/site/econometricsacademy/econometrics-models/ordered-probit-and-logit-models>. (10.11.2020)
- Kayri, M. (2007). "Two-step clustering analysis in researches: A case study", *Eğitim Araştırmaları- Eurasian Journal of Educational Research*, 7/28, 89–99.
- Kitamura, R. ve Bunch, D.S. (1990). *Heterogeneity and State Dependence in Household Car Ownership: A Panel Analysis Using Ordered-Response Probit Models with Error Components*. University of California. No:52. <https://escholarship.org/uc/item/0qv4q55r>. (10.11.2020)
- Kitamura, R., Golob, T.F., Yamamoto, T. ve Wu G. (1999). "Accessibility and Auto Use in A Motorized Metropolis", *Paper Presented at the 79th Transportation Research Board Annual Meeting*, Washington DC.
- Kleinbaum, D.G. ve Klein M., (2010). *Logistic Regression. A Self- Learning Text*, Third Edition, Springer, London.
- Kramer, B. (1996). "An Ordered Logit Model for the Evaluation of Dutch Non-Life Insurance Companies", *De Economist*, 144/1, 79-91.
- Lave, C.A. ve Train, K. (1979). "A Disaggregate Model Of Auto-Type Choice", *Transportation Research Part A: General*, 13/1, 1-9.
- Liao, T. F. (1994). *Interpreting probability models: Logit, probit, and other generalized linear models* (No. 101). Sage, USA.
- Maddala, G. S. (1983). "Methods of Estimation for Models of Markets with Bounded Price Variation", *International Economic Review*, 24/2, 361-378.
- Maddala, G.S. (1988). *Introduction to Econometrics*, Mc Millan Publishing Company, New York.
- Manski, C.F. ve Sherman, L. (1980). "An Empirical Analysis of Household Choice Among Motor Vehicles", *Transportation Research Part A: General*, 14/5-6, 349-366.
- McKelvey, R. D. ve Zavoina, W. (1975). "A Statistical Model for the Analysis of Ordinal Level Dependent Variables", *Journal of Mathematical Sociology*, 4/1, 103-120.
- Newbold, P., Carlson, W.L. ve Thorne, B. (2007). *Statistics for Business and Economics*, Sixth Edt. Prentice Hall, United States
- Nolan, A. (2010). "A Dynamic Analysis of Household Car Ownership", *Transportation Research Part A: Policy and Practice*, 44/6, 446-455.
- OICA. (2019). Production Statistics, <https://www.oica.net/production-statistics/> (10.01.2021)

- OSD. (2020). Otomotiv Sektörel Bakış, <https://assets.kpmg/content/dam/kpmg/tr/pdf/2019/04/sektorel-bakis-2019-otomotiv.pdf> (10.01.2021)
- Önder, K. ve Şahin, M. (2018). "Özel Tüketim Vergisi Artışlarının Hanehalkının Binek Otomobil Talebi Üzerine Etkisi: Panel Eşbütünlüşme Analizi", *Maliye Dergisi*, 174, 337-359.
- Öz atmaca Erden, E. (2015). *Kocaeli'de Otomobil Sahipliğinin Lojit Model İle İncelenmesi*, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Teknik Üniversitesi.
- Özçam, A. Özçam, D. (2012). "Tüketicinin Otomobil Talebinin Tahmini ve Ülke Menşei Etkileri Üzerine Bir Literatür İncelemesi", *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 27/1, 97-132.
- Özçelebi, O. ve Şafak, F. (2018). "Kredi Hacmi Otomobil Talebi Etkileşimi: Nedensellik Analizinde Kümülatif Toplamlar Yaklaşımı", *Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 4/2, 47-69.
- Potoglou, D. (2008). "Vehicle-type Choice and Neighbourhood Characteristics: An Empirical Study of Hamilton, Canada", *Transportation Research Part D: Transport and Environment*, 13/3, 177-186.
- Şener, U. (2015). *Türkiye'de Binek Otomobil Endüstrisinin Talebine Kantitatif Bir Yaklaşım* (Yayınlanmamış Doktora Tezi), İstanbul Aydın Üniversitesi.
- TÜİK (2020a). Ulaştırma ve Haberleşme. Motorlu Kara Taşıtları Sayısı, <https://tuikweb.tuik.gov.tr/UstMenu.do?metod=temelist> (10.01.2021)
- TÜİK (2020b). Yıl İçinde Devri Yapılan Motorlu Kara Taşıtları Sayısı, <https://data.tuik.gov.tr/Kategori/GetKategori?p=Ulastirma-ve-Haberlesme-112> (10.01.2021)
- Urdaletova, A., Çağlayan, E. ve Karadeniz, G. (2014). "Tekstil Ürünleri Tüketiminin Logit Modeli Yöntemiyle Analizi", *Reforma*, 4/64, 46-53.
- Walker, S.H. ve Duncan, D.B. (1967). "Estimation of the Probability of an Event as a Function of Several Independent Variables", *Biometrika*, 54/1, 167-179.
- Williams, R. (2016). "Understanding and interpreting generalized ordered logit models", *The Journal of Mathematical Sociology*, 40/1, 7-20.
- Yang, Z., Jia, P., Liu, W., ve Yin, H. (2017). "Car Ownership and Urban Development in Chinese Cities: A Panel Data Analysis", *Journal of Transport Geography*, 58, 127-134.
- Yavuz, H. (2017). "Otomobil Alımında Özel Tüketim Vergisinin Etkisi ve ÖTV Bilinci", *Journal of Eurasia Social Sciences*, 8/26, 373-389.
- Yayar, R., Çoban, M.N. ve Tekin, B. (2015). "Otomobil Sahipliğini Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesi: Tokat İli Kentsel Alanda Bir Uygulama", *Yönetim ve Ekonomi*, 22/2, 603-617.
- Yayar, R., Yılmaz, E. (2018). "İkinci El Otomobil Talep Fiyatının Regresyon Analizi: TR83 Bölgesi Örneği", *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 13/1, 39-52.
- Yılmaz, Ö. (2001). "Erzurum'da Otomobil Talebinde Etkili Olan Demografik Faktörlerin Ekonometrik Analizi", *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 15/1-2, 105-115.

#### **Beyan ve Açıklamalar (Disclosure Statements)**

1. Bu çalışmanın yazarları, araştırma ve yayın etiği ilkelerine uyduklarını kabul etmektedirler (The authors of this article confirm that their work complies with the principles of research and publication ethics).
2. Yazarlar tarafından herhangi bir çıkar çatışması beyan edilmemiştir (No potential conflict of interest was reported by the authors).
3. Bu çalışma, intihal tarama programı kullanılarak intihal taramasından geçirilmiştir (This article was screened for potential plagiarism using a plagiarism screening program).



Article Info/Makale Bilgisi

✓Received/Geliş:01.07.2021 ✓Accepted/Kabul:20.09.2021

DOI:10.30794/pausbed.961024

Araştırma Makalesi/ Research Article

Dağdeviren, M. (2022). "Müziksel Öğelerin Kültürel Kimlik Oluşturmadaki Rolünün Etnomüzikolojik Yansımaları", *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı 48, Denizli, ss. 229-240.

## MÜZİKSEL ÖĞELERİN KÜLTÜREL KİMLİK OLUŞTURMADAKİ ROLÜNÜN ETNOMÜZİKOLOJİK YANSIMALARI

Mustafa DAĞDEVİREN\*

### Öz

Müzik temsil ettiği toplumun kültüründe bulunan sosyal öğelerle toplum üyeleri tarafından kanıksanmış, özümsemiş ve o kültürden bağımsız olmayan verileri barındırır. Müzik sanatını kültürel perspektif içinde inceleyen, analiz eden, yorumlayan ve sonuçlar çıkartarak müziğin ait olduğu toplumlarla ve topluluklarla ilgili olarak sosyal, felsefi, inancaşal durumlarını kültürel antropoloji desteğiyle sunan etnomüzikoloji, bilimsel olarak müziğin bütün alanlarını derinlemesine inceleyen, yorumlayan bilim dalı olan müzikolojinin geniş yelpazesindeki alanlarından yeni bir disiplin anlayışı şeklinde karşımıza çıkmaktadır.

Etnomüzikoloji disiplininin süreci Avrupa'daki sistematik, tarihsel ve karşılaştırmalı müzikoloji bağlamlarından geleneksel toplum öncesi müziklerin incelenmesi, araştırılması, analiz edilmesi ve sonuç çıkarılması, Avrupa'da kullanılan Batı müziğiyle karşılaştırılması bağlamında karşılaştırmalı müzikoloji (comparative musicology) olarak başlamıştır. Müzik etnolojisine dönüşen karşılaştırmalı müzikoloji başlangıçta etnosantrik yaklaşımları içerisinde barındırır da değişen paradigmalara etnomüzikoloji disiplini olarak nitelendirilmeye başlamıştır.

Yapılan bu çalışmada, etnomüzikolojinin ortaya çıkmasından günümüze kadar geçen süreç içerisinde tanımı yapılarak çeşitli kültürel bağlamlarla ilişkisi ortaya koyulmaya çalışılmıştır. Çoğu etnomüzikolog tarafından dile getirilen bir genelleme ile "kültür-müzik" ilişkisi içerisindeki bağlamları açıklayıcı bir şekilde sunmak ve bir bütün olarak müziğin oluşumdan tüketimine kadar kültürel bağlamların dominant yörüngesinde nasıl etkilendiğini ortaya koymak ve kaynak sunmak amacıyla yapılan çalışmada müzik kültürünün bağlamları örneklerle sunulmuştur. Müziğin konuşmadan ortaya çıktığı varsayımından yola çıkarak müzik kültüründe söz ögesi, çeşitli seslerin farklı misyon taşıdığı tonal, atonal, modal ve makamsal yapılarla oluşan ezgisel yapı, ezgiyi oluşturan ritmik yapılar ve bu yapıların çeşitli düzümleri ile ortaya çıkan metrik-asimetrik ve poliritmik yapı, kültürel kimlik inşasında önemli bir yere sahip olan etno-organoloji perspektifinde çalgıların ses renkleri ve sahaları, çalım tekniklerinin içerisine bulunan üslup, tavır ve tarzları, çalgıların yapım teknikleri, sazlara atfedilen kutsiyetleri, kültürün aktarılması bağlamında müziğin eğitsel boyutu, toplum ve toplulukların iletişimi, çeşitli müzik türlerindeki sayı mistisizmine dayanan temelleri, müzik kültürünün en arkaik kısmını meydana getiren inanç müziği etnolojisi konuları kısaca değerlendirilmiştir.

Bu çalışmada müziğin ilgili alanları etnomüzikoloji ve müziğin kültürel bağlamları perspektifinde ortaya konularak, yapılacak etnomüzikolojik çalışmalara müzik kültürü bağlamlarının kaynaklık etmesi amaçlanmıştır. Nitel araştırma yöntemlerinin betimsel tarama (survey), literatür taraması teknikleri kullanılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Etnomüzikoloji, Müzik Kültürü, Müziksel Öğeler, Etno-organoloji.

\*Dr. Sivas M. Sarısözen Güzel Sanatlar Lisesi, mustafadagdeviren@hotmail.com. (<https://orcid.org/0000-0002-8855-5240>)

## **ETHNOMUSICOLOGICAL REFLECTIONS OF THE ROLE OF MUSICAL ELEMENTS IN CREATING CULTURAL IDENTITY**

### **Abstract**

The art of music contains the social elements in the culture of the society it represents and the data that are taken for granted by the members of the society, assimilated and not independent of that culture. Ethnomusicology, which examines, analyzes and interprets the art of music in a cultural perspective and presents the social, philosophical and religious conditions of the societies and communities to which the music belongs, with the support of cultural anthropology, is one of the fields of musicology, which is a science that examines and interprets all fields of music scientifically and emerges as a new discipline.

The process of the discipline of ethnomusicology started as comparative musicology in the context of comparing primitive music from the systematic, historical and comparative musicology contexts in Europe and comparing it with Western music used in Europe. Although comparative musicology included ethnocentric approaches in its early days, it turned into music ethnology with the changing paradigms.

In this study, the definition of ethnomusicology has been tried to be revealed in the process that has passed until today and its relationship with various cultural contexts. Contexts of music culture are presented with examples in the study, which was carried out in order to present the contexts in the relationship of "culture and music" with a generalization expressed by most ethnomusicologists, to reveal how the music as a whole is affected in the dominant orbit from its formation to consumption, and to provide a source. Based on the assumption that music emerged without speaking, the word element in music culture, the melodic structure formed by tonal, atonal, modal and modal structures that various sounds carry different missions, the rhythmic structures that make up the melody and the metric-asymmetric and polyrhythmic structure that emerges with the various orders of these structures, cultural identity In the perspective of ethno-organology, which has an important place in the construction of the instruments, the sound colors and fields of the instruments, the style, attitudes and styles included in the playing techniques, the construction techniques of the instruments, the sanctity attributed to the instruments, the educational dimension of music in the context of the transfer of culture, the communication of society and communities, the number in various music genres. In this study, the ethnology of belief music, the foundations of which are based on mysticism and which constitute the most archaic part of music culture, are briefly evaluated.

In this study, which was carried out with qualitative research methods, descriptive survey (survey), ethnographic and netographic research, literature review techniques, the relationship between ethnomusicology and cultural contexts of music was tried to be revealed.

**Keywords:** *Ethnomusicology, Music Culture, Musical Element, Ethno-organology.*

### **Giriş**

“Her toplumun sanatının, kültürlerindeki bütün diğer unsurlar gibi sosyal yaşam kalıplarıyla örgütlenmiş ve sindirilerek bütünlenmiş olduğunu görürüz” (Wells 1972: 156). Müzik sanatı da temsil ettiği toplumun kültüründe bulunan sosyal öğelerle, toplum üyeleri tarafından alışımlı, özümsemiş ve o kültürden bağımsız olmayan verileri barındırır. Müzik sanatının bilimsel olarak bütün alanlarını derinlemesine inceleyen, yorumlayan bilim dalı müzikolojidir. Müzik sanatının geniş yelpazesindeki alanların çokluğu bu alanda çeşitli yeni disiplinlerin ortaya çıkmasına sebep olmuştur. Bu alanda ortaya çıkan yeni disiplinlerden bir tanesi de etnomüzikolojidir.

Antropoloji ile sıkı bir şekilde ilişkili olan Etnomüzikoloji, antropolojinin kültürel antropoloji disipliniyle ilgilidir. Bates, kültürel antropolojiyi hem belirli çağdaş insan toplumlarının hem de insan kültürünün altında yatan örüntülerin incelenmesi olarak belirterek “incelemenin, ayrıntılı tekil kültür incelemelerini (etnografya) ve kültürel biçimleri ayırt etmek üzere verilerin tahlil ve yorumunu (etnoloji) içerdiğini” işaret etmektedir (2009: 10). Etnomüzikoloji disiplini, adında da anlaşıldığı üzere bu başlıklardan etnoloji disiplini ile bağlantılıdır.

“Etnoloji insanı biyolojik bir varlık olarak ele almaz: onu bir kültür yaratıcısı olarak konu eder inceler. Etnografyanın özelliği deskriptif olmasıdır. Yüksek kültürlerin dışında kalan toplumların yaşayışlarını, düşüncelerini ve yarattığı şeyleri araştırma konusu yapmayı amaçlar” (Örnek 1967: 165). Bilim dalı olarak da öteki halkları ve toplulukları çeşitli paradigmalarda inceleyen bilimdir. Batı sanat müziğinin yüksek kültürü temsil eden müzik olduğu varsayımında bulunan müzikoloji, bu müziğin performansına ve estetiğine hizmet eden bir bilim olagelmıştır. Bu sebeple batı-dışı (Non-Western) müziğin varlığının ve niteliğinin sorgulanması fonksiyonunu, ağırlıklı olarak ‘etnomüzikoloji’ disiplini üstlenmiştir. “Etnomüzikologları müziğin varlığını ve niteliğini sorgulamaya iten, Batı dışı toplulukların dünyayı ve dolayısıyla müziği algılama biçimindeki farklılıklar olmuştur” (Mustan Dönmez 2009: 107).



Etnomüzikoloji disiplini, Avrupa'daki sistematik, tarihsel ve karşılaştırmalı müzikoloji bağlamlarından geleneksel öncesi toplumların müziklerinin incelenerek ve araştırılarak, Avrupa'da kullanılan Batı müziğiyle karşılaştırılması bağlamında karşılaştırmalı müzikoloji (comparative musicology) olarak gün yüzüne çıkmıştır. "Adler, müzik bilimini tarihsel ve sistematik müzikoloji olarak ayırırken, karşılaştırmalı müzikolojiyi 'etnografik amaçlar için farklı müzik türlerinin incelenmesi ve karşılaştırılması' şeklinde tanımlayarak, sistematik müzikolojinin alt dallarından biri olarak bu alanı belirlemiştir" (Ersoy Çak, 2019: 2195). Karşılaştırmalı müzikoloji ortaya çıktığı ilk dönemlerde etnosantrik yaklaşımları içerisinde barındırsa da değişen paradigmalarda birlikte müzik etnolojisine dönüşmüştür.

Bilimsel inceleme bakımından müzik üzerine yapılan çalışmalarda, etnomüzikologların çalışmalarından gelen temeli baz almak gerektiğini belirten Merriam'a göre burada yer alan en temel düşünce, müziğin ne olduğu sorusu ve kültür kavramı ile olan ilişkisinin ne olduğudur (1964: 27). "Merriam 1969'larda etnomüzikolojiyi inceleme açısından değil, müziğin kültür içinde incelenmesi olarak tanımladığında, antropolog olarak konuşmuştu. Daha sonra 1973'te tanımlamasını müziğin kültür olarak incelenmesine uyarlamış, 1975'te ise müziğin kültür, müzisyenlerin oluşturduğu şeyin kurum/topluluk (society) olduğunu vurgulamıştı "(Myers 1992: 8 Akt. Erol 2009: 26). Bu tanımlar etrafında çeşitlenen ve kültürel müzikoloji olarak da tanımlanan bu disiplin için farklı tanımlar şöyledir: Mustan Dönmez (2019: 67) "Özellikle Batı dışı müzik uygulamalarının kültürel uzantıları ile birlikte anlayabilmek ve müzik aracılığıyla kültürel çözümleme yapabilmek için oluşturulmuş oldukça yeni ve inter-disipliner bir sosyal bilim dalıdır" şeklinde tanımlama yaparken, Dağdeviren (2021a: 11), "Çeşitli topluluk, halk ve kimliklerin müziklerini araştıran, müziği kültürel çeşitlilik bağlamında inceleyen, yorumlayan bir bilim dalıdır" şeklinde tanımlamaktadır. Kaplan, (2013: 9) "Antropolojinin müzikle ilgili dalını ya da müzik bilimlerinin kültürle ilgili alt dalını "etnomüzikoloji" veya "Kültürel Müzikoloji" olarak tanımlamıştır". Blacking (1992: 90), etnomüzikolojinin ana görevini "insanların dinleyerek ve konuşarak müzik olarak tanımladıkları şeyi nasıl müzikal anlamlandırdıklarını keşfetmektir" şeklinde ifade etmiştir.

Etnomüzikoloji, çeşitli halk ve toplulukların kültürlerinin içindeki müzikleri inceler, değerlendirir, kültürel olarak müzikal değişimleri, dönüşümleri, etkileşimleri neden ve sonuçlarıyla çözümler. Bahsi geçen kültür, yerel, bölgesel, ulusal ve küresel kimliği ve kültürlerarasılığı ayrıca göç ve diasporik hareketlerle ortaya çıkan kültürleri de temsil eder. Topluluk oluşturarak kültür meydana getiren insanlardan günümüze kadar yaşayan kültürler içerisindeki müziklere yüklenen anlamlar veya müzikler içerisinde yer alan kültürel olaylar, etnomüzikolojinin araştırma konuları içerisinde yer alır.

"Müziğin kültürel etkinliğine, ritüellere eşlik etme, sosyal ilişkiler kurma, topluluğu sembolize etme ve toplum oluşturma yeteneğine tanıklık etmeye kendilerini adayan etnomüzikologlar" (Seeger 1987 akt. Foreman 2005: 187) müzik performansı, müzik deneyimleri ve müzik sanatçıların kullandığı kavramlar hakkında araştırma yaparken sosyal ve doğa bilimleri ile beşeri bilimlerden ve müziğin ilgili alanlarında alınan kavramları kullanırlar (Stone 2016: 1). Etnomüzikoloji disiplini için çeşitli teoriler üreten Bruno Nettl, Philip Bohlman, Alan P. Merriam, Eric von Hornbostel, Blacking gibi etnomüzikologlar, araştırma yöntem ve teknikleri konusunda antropolojiden faydalanmışlardır. "20. yüzyılın sonunda etnomüzikoloji yeni sorular sormaya başladı. Çeşitli ve farklı metodları kabul etti ve gelenek yerine deneysel kanıtları seçti. Yaklaşım tamamen değişti ve 2. dünya savaşından sonraki etnomüzikolojinin radikal reformasyonu yüzyıl sonunda normale dönmeye başladı". (Bolhman 2001: 24). "Disiplini müzik etnolojisine ilk taşıyan Eric von Hornbostel olmuştur. Etnologların (antropologların) yazısız kültürlerin incelemek için kullandıkları alan araştırması, gözlem ve görüşme yöntemlerinin ilk kez Batı-dışı müzik kültürlerinin incelenmesinde kullanılmaya başlaması, müzikolojinin bu alt disiplininin karşılaştırmalı müzikoloji adından müzik etnolojisi adına dönmesini sağlamıştır" (Mustan Dönmez, 2019: 68). Blacking'e (1992: 90) göre "Etnomüzikolojik keşif, müziğin farklı sosyal bağlamlarda, farklı bireyler tarafından nasıl yapıldığı ve anlamlandırıldığı süreçlerini ortaya çıkarmak için tasarlanmış, bağlama duyarlı saha çalışmasıyla elde edilir".

"1980'li yıllarda etnomüzikoloji alanı, büyük konular olarak isimlendirebileceğimiz alanlara yönelerek, bu konulara karşılaştırmalı ve disiplinler arası yöntemlerin kullanıldığı daha bilinçli bir yaklaşımla eğildi" (Bolhman 2015: 13). Günümüz etnomüzikoloji çalışmalarını değerlendiren Özgün Tanır (2013: 34), popüler müzik çalışmalarından, belli bir küçük cemaatin müziklerine dair çalışmalara, müziği geleneksel tanımıyla kabul eden çalışmalardan, müzik tanımını genişletip genel olarak "sesler" üzerine yapılan çalışmalara, köy, kent ve sanal ortama dair çalışmalara kadar çok geniş bir yelpazeyi ifade ettiğini belirtir. Erol'a göre (2018: 144), etnomüzikoloji



disiplini incelediği topluluğun müzik ya da dansa ilişkin deneyimini eylem, söylem ve metin modellemesi içinde ele alır. Etnomüzikoloji alanında önemli isimlerinden birisi olan etnomüzikolog Nettl (2005: 13), etnomüzikoloji kimliğinin sıklıkla tartışma konusu olduğu görüşleri, aşağıdaki başlıklarda vermiştir.

1. Etnomüzikoloji tam teşekküllü bir disiplindir.
2. Müzik branşıdır.
3. Antropoloji branşıdır.
4. Disiplinler arası bir alandır.
5. Müzikolojinin olması gereken ama olmayan her şeyi kapsayan bir disiplindir.

Etnomüzikoloji ile ilgili olarak kimlik ve tanımları beş maddede sıralayan Nettl, 1985'ten bu yana etnomüzikologların belirli ana düşünceler üzerinde aynı görüşe sahip olduklarını ve artık tanım yapma saplantısının azaldığını ifade etmiştir.

Merriam, "müzik, insanın öğrenilmiş davranışının karmaşıklığındaki başka bir ilkedir. İnsan düşünmeden hareket etmeden ve yaratmadan müzik var olamaz. Sesi, üretimin toplam organizasyonunu anladığımızdan çok daha iyi anlıyoruz" (1964: IX) ifadeleriyle antropolojinin ve kültürün müzik üzerindeki etkisine dikkat çekmektedir. Müziklerde kullanılan söz, ezgi ve ritmik yapılar, çalgılar, icracılar, icra mekânları, üreticiler ve tüketiciler, kültürel kodlarını barındırdıkları toplumun yapısını kolektif bir kimlik istikametinde yansıtır. Etnomüzikoloji disiplininin inceleme alanı da yansıtılan bu kültürel ürünlerin müzikle ilişkisini ortaya çıkarmak, etkilerini tespit etmek ve kültürel olarak müziğin anlaşılmasını sağlamaktır.

Müzik kültürünün tıpkı edebiyat ve dil öğeleri gibi somut olmayan kültür ürünleri içerisinde yer aldığını belirten Mustan Dönmez (2019: 111), somut olmayan kültür ürünlerinin en önemli özelliğinin, bu alandaki kültür analizlerinin daha çok bir topluluğun dünya algısını ve kadim felsefesini çözümlenebilmek olduğunu belirtmektedir.

Müzik kültürü; toplumun ya da topluluğun doğum öncesinden ölüm sonrasına kadar kültürel olarak müziksel algıları ile bu algı içerisinde bulunan müziksel beğeniye etkileyen ve içselleştiren refleksleri ifade eder. İnsanların yaşam şekli, demografik yapısı, felsefesi, inancı, tarihsel birikimi, yaşadığı coğrafya ve kolektif davranışları kültürünün ve doğal olarak müzik kültürünün biçimlenmesindeki önemli olgulardır (Dağdeviren 2021a: 13).

Kültürel olarak müziğin oluşumunda yerel, bölgesel, ulusal, küresel ve kültürlerarası farklılıklar önemlidir. Ayrıca göç ve diasporik hareketlerle de çeşitli özgün farklılıklar ortaya çıkmaktadır. Bu farklılıklar müziğin oluşturulduğu kültürün kimliğini taşımaktadır. "Kültür olarak müzik yaklaşımı; müziksel tınının yapısını, önceden mevcut olan kültürel bir özden türeyen bir sonuç olarak görmekte, müziksel tını yapısı ile sosyal yapı ya da kültürel değerler dizisi arasındaki yapısal benzeşikler araştırmasını temsil eder" (Erol, 2018: 181). Müzik kültürü içerisindeki yapısal benzeşikler ve kültürel refleksler, aşağıda maddeler halinde sıralanmıştır.

### **1. Müzik Kültüründe Söz, Ezgi ve Ritim**

Müzik kültürünü oluşturan en önemli faktörlerden birisi olan söz ifadesi çoğu zaman müziğin varoluş nedeni olarak nitelendirilmiştir. "Herder'e göre konuşma ile şarkının kökeni aynıydı; bu da bütün insanların kendileri ve diğerleriyle paylaştıkları kültürlerin apayrı niteliklerini ifade etmek için müzik yaptıkları anlamına geliyordu" (Bolhman 2015: 70). "Spencer şarkıyı, duygusal olarak şiddeti artırılmış bir konuşmadır şeklinde tanımlarken, Stumpf ise, müziğin kökeninde insanların birbirine yüksek sesle konuşması olduğunu belirtir. Müzik ve konuşma dili evrimi arasında birbirini karşılıklı etkileyen üç görüş söz konusudur: Müzik konuşmadan gelişmiştir; konuşma müzikten gelişmiştir; her ikisi de ortak bir kaynaktan gelişmiştir" (Erol 2009: 60-61). Doğuduyal (2016: 177), müziğin yapıyla şiirin yapısı arasında birçok ortak nokta bulunduğunu ve bir kere ikisinde de kurgunun önemini birincil olduğunu belirtmiştir. Bolhman ise (2015: 70), "Konuşma ile müziğin ortak nitelikleri, bir halkın tarihine önemli katkıda bulunuyor, okuryazarlığın, dinsel uygulamanın ve diğer kültürlerle verdiği tepkinin gelişimini geliştirecek şekilde kesiyordu" ifadelerini kullanmaktadır.

Kültürü söz yoluyla devindirirken müzikten yardım almak, Batı dışı kültürlerde olduğu gibi Batı kültüründe de önemli bir yöntemdir (Mustan Dönmez 2015: 16). Kullanılan bu yöntem ve müziğin konuşmadan, sözden çıktığı varsayımı göz önüne alırsa, bugün dünyada üretilen müzikler gözden geçirildiğinde sözlü müziklerin görece enstrümantal müziklerden fazla olduğu görülür. Özellikle batı müziği veya klasik müzik diye adlandırdığımız müziklerin dışındaki kalan müzikler, sözel etkiyi müzik kültürü içerisinde başat konumda kullanmaktadır. Bir kimlik göstergesi olarak dil, konuşmadan kaynaklı olarak müzikler içerisinde yerel, bölgesel, ulusal ve kültürlerarası olarak kullanılmaktadır. “Müzikler içerisinde kullanılan şiirsel metnin etkisi, sözlerin yöresel kullanımı, katma sözlerin kullanımı, yöresel sözlerin kullanımı, yöreye/bölgeye veya bir ulusa mal olmuş ozanların, şairlerin metinlerinin ve şiirlerinin kullanımı, kültürel kimlik meydana getirmede önemli bir etkendir” (Dağdeviren 2021a: 14). Bu metinsel öğelere ek olarak sözlerin icrasında kullanılan şive, ağız ve hançere gibi faktörlerle birlikte İran-Hindistan-Orta Doğu ülkelerindeki dinsel metin okumalarındaki Entonasyonlu okuma geleneği ve özellikle Şaman geleneğinden günümüze ulaşan, okunan sesin doğuşkanlarını da aynı anda duyurduğu “Homey” gibi gırtlaktan seslendirme geleneği belirli coğrafyaları, toplumlari ve topluluklari işaret ederek, etnomüzikolojik olarak kültür analizlerinde kullanılır.

Müzik kültürünü oluşturan faktörlerin önemli bir bölümünü de ezgisel yapılar oluşturmaktadır. “Ses dalgalarının kendileri fiziğin bir parçasıdır, bunları algılama ve kullanma yolları ise insan kültürünün bir parçasıdır” (Kaemmer 1993: 43). Ezgileri oluşturmak için kullanılan seslerin, tercih edilen frekansların seçimleri bağlı bulunduğu topluluğun müzik kültürünü yansıtır. İlkel yaşamda şarkının, hemen hemen sonsuz bir biçimde yinelenen, çeşitlemesi az, konuşmanın sözlerine yakın bir ezgisel cümlesi olduğunu belirten Finkelstein (2000: 14), ezgisel yapı ile ilgili olarak bir merkez ya da susku yeri olarak yinelenen tek bir sesin çevresinde en basit bir şekilde düzenlendiğini, diğer seslerin bunun etrafında kümelenerek bazen bu sessel merkezin iki ya da daha fazla sesin yinelenmesiyle oluşan bir eksene büyüyebildiğini ifade etmiştir. Eş deyişle “İlkel uygarlıklarda biri gerilimi diğeri gevşemeyi simgeleyen iki perdeli dizi olan bitonik” dizilerden (Özgür ve Aydoğan 1999: 64) günümüze kullanılan yüzlerce ses sistemi; makamsal yapılar, modal yapılar, çeşitli ses dizilimleri (on iki ton sistemi), tonal ya da atonal yapılar, çeşitli diziler (Blues, Pentatonik vb) ezgilere hayat vermişlerdir. Ayrıca bu yapıların biriyle ya da birkaçıyla oluşturulan ezgilerin geçki, modülasyon ve varyasyonlarla-zenginleştirilmesi ve çeşitlendirilmesi de farklı müzik kültürlerinde ezgisel reaksiyonu etkileyen etmenlerdir. Ezgiyi oluşturan ses sistemlerinin yanında ezgiye armoni ve kontrpuanla çeşitlilik sağlayan çoksesli uygulamaları bulunmaktadır. Özellikle batı müziği kültürü içerisinde daha çok sistemli bir şekilde organize edilen bu yapı ister sistematik olsun ister basit olsun birçok kültürde kullanılmaktadır.

Müziği oluşturan yapı taşlarının önemli bir kısmını da ritimler oluşturmaktadır. Müziği oluşturan ritim yapıları göz önüne alındığında metrik-asimetrik yapılar, poliritmik yapılar ve aksak yapılar ve yapılarda kullanılan çeşitli düzümler, toplulukların müzik kültüründe önemli veriler barındıran yapılardır. Afrika coğrafyasındaki poliritmik ritimlerden Hint müziklerindeki karmaşık ritimli tala'lara, kuvvetli zayıf zamanları yer değiştirdiği caz ritimlerinden Anadolu ve balkanlarda kullanılan asimetrik ritimlere kadar olan çeşitlilik müzik kültüründeki zenginliği göstermektedir. Sadece Anadolu örneklemini göz önüne alındığında bile bölgesel/yöresel farklılıklar, bu coğrafyadaki müzik kültürünün renk çeşitliliğini ortaya koymaktadır. Teke zortlatmasında bulunan 16 zamanlı halk ezgilerinden, Horonlardaki 7 zamanlı halk ezgilerine kadar olan ritmik varyasyonlar Anadolu müzik kültürünün bir mozağıdır. 6/8'lik bir ritmik yapı Azerbaycan'da bir halk raksında icra edilirken, Anadolu'da halaylarda karşımıza çıkar. Aynı ritmik yapı çeşitli senkoplarla Flamenko müziklerinde ayrı bir kültürü temsil ederken Rock müzik formlarında “Slow Rock” ritmi adıyla anılarak bu türün yavaş parçalarının icrasında kullanılmaktadır. Bu ritmik yapıyla ilgili son olarak askeri müzik kültürü verilebilir. Birçok ülkenin askeri müzik repertuarında bulunan marşlarda bu ritm yürüyüş seremonisinde kullanılmaktadır.

## **2. Müzik Kültüründe Çalgı (Etno-Organoloji)**

Etnomüzikoloji disiplini içerisinde organoloji çalışmalarının kültürel bağlamlarla incelenmesi etno-organolojik (kültürel/karşılaştırmalı çalgı bilimi) yaklaşımları ortaya çıkarmıştır. Libin, organolojiyi ‘müzik aletlerinin tarihi, sosyal işlevi, tasarımı, yapımı ve performansla ilişkisi açısından incelenmesi’ olarak tanımlamaktadır (<http://www.oxfordmusiconline.com/subscriber/article/grove/music/20441> Erişim Tarihi 10.10.2020). Verhulst Organoloji ve etnomüzikolojinin aslında birbirlerinin kökeninden ortaya çıktığını ifade etmektedir (2014: 3).

Çalgıların kültürel olarak incelenmesi, çalgının icra edildiği kültürle ve dolayısıyla coğrafya ve toplumla ilintilidir. Öyle ki günümüzde birçok çalgı neredeyse coğrafi işaret belgesi konuma gelmiştir. “Tını, perde ve gürlük gibi müziğin maddi ontolojisini oluşturan fizikî özelliklerinin yanı sıra morfolojik yapıları itibarıyla çalgılar, yapıldıkları malzeme, bu malzemelerin yetiştiği coğrafya ve iklimi çağrışırlar” (Işık 2016: 1299). Aynı çalgılar farklı kültürel ortamlarda farklı şekilde yapılabilmektedir. Yöre/bölge kültüründen kaynaklı olarak “çalgıların şekilleri”, “ses renkleri”, “tel sayıları”, “perde sayıları” vb. özellikler farklılık gösterebilmektedir. Farklı özellikleriyle (tel sayısı, sap uzunluğu, perde sayısı, gövde yapısı vb.) çeşitli isimlerle saz ailesi, Asya’dan Avrupa’ya, Endülüs’ten Afrika’ya dünyanın birçok yerine ulaşarak çeşitli çalgılara evrimleşerek ya da olduğu gibi kalarak kültürel olarak varlığını sürdürmüştür. Bununla birlikte ülkemiz özelinde Veysel Sazı diye nitelendirilen bazı bölgelerimizde Dede sazı<sup>1</sup> olarak tanımlanan enstrüman 12 perdeli olarak kullanılmakla birlikte, Orta Anadolu’nun birçok yöresinde özellikle Kırşehir’de icra edilen sazlarda perde sayısının 40’ın üzerinde olduğu görülmektedir.

Kültürel kimlik oluşturmada ve toplulukların kültürel kodlarını anlamada, çözümleme ve sonuç çıkarmada önemli bir etkiye sahip olan çalgıların ses renkleri ve sahaları, yerel, bölgesel, ulusal ve uluslararası olarak kültürel bir refleks uyandırır. Bugün “sitar” çalgısının adı geçtiğinde akla gelen ilk yerin Hindistan olması, Buziki ile Yunanistan’ın, Balalayka ile Rusya’nın akla gelmesi, buna verilebilecek en basit örnektir. Geleneksel çalgılardan “kemençe” Karadeniz Bölgesini işaret ederken, “sipsi” Teke Yöresiyle özdeşleşmiş olarak kültürel kimlik oluşturmadaki etkisini göstermektedir.

Müzik kültürünü oluşturan öğelerden çalım tekniklerinin içerisine girmiş üslup, tavır ve tarzlar kültürel olarak kimlik oluşturmada önemli etkiye sahiptirler. “Gayda”, “tulum”, “cimpoi”, “bagpipes” diye adlandırılan Trakya, Bulgaristan, Makedonya, İskoçya’da kullanılan ve İrlandalıların milli çalgısı olan çalgı dünyanın birçok coğrafyasında icra edilmektedir. Üslup tarz ve tavır aynı çalgıyı diğer kültürlerden ayıran en önemli faktörlerden birisidir. Çalgı farklı kültürlerde farklı refleksleri yansıtmaktadır. Kimileri için İskoçya’daki etekli erkek müzisyenler tarafından icra edilen ulusal bir çalgı iken, kimileri için de bir yol havasına eşlik ederek Doğu Karadeniz kokusunu dokusunu yansıtan bir çalgıdır. İskoç ve İrlanda gaydası savaş çalgısı olarak bilinmesine rağmen Balkanlar’da kullanılan gayda daha çok şenlik çalgısı olarak karşımıza çıkar. Gitarın günümüzde neredeyse bulunmadığı bir topluluk yoktur. Ancak Flamenko çalım tekniğinin ya da günümüzde Türk müziği eserlerinin icrası için geliştirilen “microtonal gitar” çalım tekniklerinin klasik gitar tekniğine karşı oluşturduğu kültür, çalım tekniklerinin kültürel zenginliğe örnekleridir. Anadolu örneğinde ise sazın icra şekilleri bu konuya örnek olarak verilebilir. Konya mızrabı içerisinde farklı teller kullanılarak yapılan icra, bulunduğu bölgenin kültürü işaret ederken Silifke mızrabının icrası farklı bir müzik kültürünü yansıtmaktadırlar. Konu daha da özele indirildiğinde, Arguvan yöresinde, Ermişli köyünde “Emirler Pençesi” kullanılırken, Kuyudere köyünde “Mineyik Pençesi” kullanılmaktadır. Kültürel yapıyı işaret eden bu durum, aynı coğrafyada yaşayan farklı kültürel yapıların da olduğunu göstermektedir. Çalgıların gerek çeşitliliği olsun gerek icrasındaki üslup, tarz ve tavır olsun kültürel olarak işaret ettiği bir konuda müzik kültürünün evrimini gösteren tarihsel dönemlerdir. Klavsen sesini duyduğumuzda Barok dönem müzik kültürünün zihnimizde canlanması gibi.

Çalgılarla ilgili olarak kültürel bağlamın diğer boyutunu oluşturan “sazlara atfedilen kutsiyetler” konusu 6. bölümde İnanç müziği Etnolojisi başlığında değerlendirilmiştir.

### **3. Müzik Kültüründe Doğaçlama**

İçten geldiği gibi hazırlıksız olarak irticalen yapılan, sanatın birçok alanında kullanılan doğaçlama (improvisation, doğmaca) da Şamanlardan günümüz aşıklarına Çiganlardan makamlara, ragalardan tarablara, taksimlerden caza kadar birçok örnek kültürel bağlamı işaret etmektedir (Dağdeviren 2021b: 1).

Eğer bir şey sadece dışsal bir gerçeklik ise esasen harcanabilir hale gelir, oysa doğaçlama içsel bir gerçeklikten yani kültürel mirastan gelir (Foreman, 2005: 188). Yerelden küresele kadar bir dili, ifade şeklini ve kültürü yansıtan ayrıca bir kurguyu oluşturan doğaçlamayı gerçekleştirmek için icracıda olması gereken hazır bulunuşluk seviyesi, içinde buldukları toplumun müzik kültürünün ürünleridir. “ ..... doğaçlamanın içe dönük kurallarını anlayabilmek için, ilgili müziklerin genel icra mantaliteleri yani töresi hakkında bilgi sahibi olmak gerekmektedir

<sup>1</sup> Konik şekilden dolayı “balta saz” olarak da adlandırılan çalgı, cem ritüellerinde cemi yürüten dedelerin bunu kullanması sebebiyle dede sazı olarak tanımlanmaktadır.

(Özdemir, 2016: 1360). Toplulukların dünya algısı ve kadim felsefesi müzik kültürlerine yansıdığından dolayı doğaçlama ürünleri toplulukların kültürlerini analiz etmede önemli bir yere sahiptir. Doğaçlamanın kültürel bir fenomen olduğunu varsayan Hall (1992: 232), müziği kültürün kazanılmış ve öğrenilen yönleri arasındaki farkı keşfetme sürecinin temeli olarak niteler. Doğaçlama bu keşif sürecinde uzmanlık alanı olarak, köklü bilgi ve deneyim gerektirir.

Yukarıda saydığımız maddeler göz önüne alındığında etnomüzikoloji disiplininin önemli bağlamlarından birisi olan göç ve diasporik hareketliliğinin kültürel etkilerini de eklemek gerekir. Saydığımız maddeler, belirli bir kültürün kodlarını işaret etmekle birlikte, göç ve diasporik hareketlerle ortaya çıkan yeni bir kültürel yapı oluşturan kültürlerarasılığı da ifade etmektedir. “Kültürlerarası müzik, iki veya daha fazla kültürden öğelerin entegre edildiği müziktir. Bu müziğin bestecisi genellikle öğelerin türetildiği kültürlerden birine aittir, ancak bu zorunlu değildir” (Kimberlin ve Euba, 1995: 2-5). Kültürlerarası doğaçlama adını, kültürlerarası müzikten bir terim olarak alan Strazzullo (2003: 2), dünya müziğinin diasporasını tanımlamak için etnomüzikolojide kullanılmıştır.

Globalleşen dünyada kültürlerarası yapılanmaların sayısı ve bunun doğal sonucu olarak kültürlerarası müzik uygulamaları artmaktadır. Konu ile ilgili olarak “kelt” müziklerinden, “caz”a, “flamenko”ya birçok müzik kültürü örneklendirilebilir. Caz müzik kültürü ile ilgili olarak Göksoy (1984: 9) enstrümantasyon ve armonisinin ana özelliklerinin Afrika’dan çok Avrupa geleneğinden beslendiğini belirtmiştir. Ayrıca Avrupa ve Afrika müziklerinin ilke ve unsurlarının bir bileşimi olarak tanımladığı caz müziğini Afrikalı olmasa da Amerikalı siyahilerin yarattıkları bir müzik biçimi olarak tanımlar. Flamenko, Endülüs coğrafyasında yaşayan insanlarla oraya sonradan yerleşen toplulukların kültürleşmesi ile ortaya çıkmış müzikal bir kültürü yansıtır, doğal olarak kültürlerarasılığı ve diasporayı işaret eder.

#### **4. Müziğin Kültürel Bağlamlarının Taşınmasında, Aktarılmasında İletişim ve Kültür Endüstrisi**

Kültürün içerisinde yaşayan toplum ve toplulukların iletişimi, kültürün ve özelde de müzik kültürünün önemli reflekslerinden biridir. İletişim, TDK (2011: 1173)’da “Duygu, düşünce veya bilgilerin akla gelebilecek her türlü yolla başkalarına aktarılması, bildirişim” şeklinde tanımlanmaktadır. Müzik kültürünün aktarılması da bireysel ve kitlesel iletişim araçlarının çeşitli şekillerde kullanımıyla gerçekleştirilmektedir. “İnsanlık arkaik kültürel miraslarını, hatta bugün hızla yazıyla ve diğer kayıt teknolojileriyle kayıt altına almaya başladığı tüm kültürel mirasını sözlü, sözlü kültürle bugüne taşımıştır” (Mustan Dönmez 2015: 15). Öncelikle hafıza taşıyıcılığıyla gerçekleşen bu aktarım sürecini sonra yazılı materyallerle ve nihayetinde de kayıt yapan makinelerle gerçekleştirmişler ve gerçekleştirmeye devam etmektedirler. Müzik kültürü için yazının kullanımından sonra en önemli icat olan fonografla, müziklerin kayıt altına alınması, korunması, gelecek kuşaklara taşınması mümkün olmaya başlamıştır. Ayrıca etnomüzikolojik çalışmaların başlangıcı noktasında önemli bir yer tutan ve simge haline gelen fonograf, farklı kültürlerin müziklerinin incelenmesi amacıyla karşılaştırmalı müzikoloji disiplininde uzun süre kullanılmıştır. Fonograflardan sonra kayıt özellikli teknolojik birçok gelişme meydana gelmiştir. Radyo, plaklar, kasetler, CD’ler, TV, dijital ürünler müzik endüstrinin materyalleri olarak kullanılmıştır. “Müziğin üretim, sunum ve kullanım biçimi kültürel ve psikolojik karakterinin yanında ekonomik bir değer taşıması sonucunu da doğurmuştur. Bu gelişmelere paralel olarak dünyada yaşanan teknolojik gelişme ve siyasal değişimlerin de katkısıyla müzik sanatı endüstriyel bir boyut kazanmıştır” (Bektaş, 2007: 17).

Kitlesel iletişim araçlarının kazanç, kar-zarar, ideoloji izlemleri istikametinde müzik kültürünü yönlendirme ve beğeni kültürü oluşturma uğraşları genel olarak müzik kültürünü etkileyen diğer bir faktör olarak karşımıza çıkmaktadır. Beğeni kültürü dediğimiz kavram, aynı zamanda tüketim kültürünün de meydana gelmesini sağlamaktadır. Saydığımız bu iletişim araçları kapitalist sistem tarafından kültür endüstrisi kavramını ortaya çıkarmıştır. Popüler kültürün ve müziğin devamı, popüler müziğin bir alt türü olan “World Music” sektörü “Kültür Endüstrisi” kavramı ile beraber alınmaktadır (Dağdeviren 2021a: 18-19).

“Kapitalist sistemin ortaya çıkardığı küreselleşme ile oluşan yerel kültür ürünlerinin dünya müzik piyasasına pazarlanması olgusu; çeşitli formlardaki kültür ürünlerini tüketen Batı dünyasının, Batı dışı müzik kültürleriyle ilgilenir olması sonucunda, dünya halklarının müziği şeklinde de adlandırılacak olan “World Music” türü ortaya çıkmıştır” (Mustan Dönmez ve Şen, 2015: 1).

Bilim ve teknolojiadaki gelişmelerle kendisini sürekli güncelleyen, kültürel müziklerin daha geniş kitlelere ulaşmasını sağlayan endüstriyel müzik pazarının yanında, sosyal medya aracılığıyla ve çeşitli sosyal platformlarla müzik kültürü ürünleri, icra edildiği andan itibaren dünyanın her köşesinden dinlenilme ve izlenilme imkânına kavuşmuşlardır. Bu yaşanan teknolojik, sosyolojik ve kültürel gelişmeler doğrultusunda da sanatçıların izler kitleleri değişim göstermeye başlamıştır.

### **5. Müziğin Kültürel Bağlamlarının Taşınmasında, Aktarılmasında Müzik Eğitimi**

Müzik eğitiminin insanlar, topluluklar ve toplumlar üzerindeki olumlu/olumsuz etkileri Antik dönemlerden itibaren tartışılmaktadır. Her ne kadar etnomüzikoloji içerisinde doğru müzik ya da yoz müzikler gibi kavramlar yer almasa da Platon (2017: 94), doğru bir müzik eğitimi alan insanın ruhunun da güzelleşeceğinden, bu kişilerin sanattaki ve doğadaki eksikliklerini ve hatalarını dikkatli bir birey olarak daha ilk bakışta sezeceğinden dolayı güzel şeyleri sevip öveceğini ve ruhunu bu güzel şeylerle besleme imkânı bulup kendisini de güzelleştirerek, kusursuz biri olacağını belirtir. Platon gibi Konfüçyüs'ün yaklaşımları da müzik eğitimi aracılığıyla oluşacak müzik kültürünün önemi yönündedir.

İnsanlar arkaik dönemden günümüze hafıza taşıyıcılığıyla, meşk yöntemiyle ve usta-çırak ilişkisiyle müzik mirasını ve müzik kültürü ürünlerini çeşitli etkinliklerle, aktivitelerle kimi zaman da ritüellerle sonraki kuşaklara aktarımını sağlamışlardır. Bu eğitim faaliyetlerinin çoğunluğu eğitimin iki şekli olan informal ve formal eğitimde gerçekleşmiştir. Formal eğitimle okullarda sistematik bir şekilde planlı, programlı ve bir müfredat eşliğinde bu kültürü öğretmek, gelecek kuşaklara taşımaktadırlar. İnfomal eğitim de ise kiliseler, sinagoglar, tekkeler, dergâhlar ve çeşitli inanç mekânlarıyla birlikte, ozanların (aşık, baksı, trabodur, rajastan vb.) çeşitli mekanlardaki icraları, kültür merkezleri, opera salonları, konser salonları ve daha birçok yer, müzik kültürünü etkileyen gizil öğrenmelerin gerçekleştiği performans mekânlarıdır. Ayrıca belirli bir mekâna bağlı kalmadan yapılan toplantılar, eğlence ortamları, sıra geceleri, oturak âlemleri, kış yarısı gelenekleri, cenaze merasimleri, düğünler vb. gibi sosyal ve toplumsal etkinlikler, geçmişten günümüze müzik kültürünün aklarını sağlamaktadır.

### **6. İnanç Müziği Etnolojisi**

Son olarak müzik kültürünün en eski kısmını oluşturan inanç müziği etnolojisinden bahsetmek gerekirse; Birçok toplumda inançsal törenlerin toplumu biçimlendirmedeki ve kültürü bir sonraki kuşaklara aktarmadaki rolü, müziksiz düşünülemez. Bu, eş deyişle inanç müziğinin ve bu müziklere ait biçimsel yapının ve metinlerin de hayati önemde olması anlamına gelmektedir ki bu alan da inanç müziği etnolojisini betimlemektedir (Dağdeviren 2021a: 34). Antik Mısır rahiplerinden Brahman rahiplerinin ritüellerine, Şaman ayinlerinden Mevlevi ayinlerine, Antik Yunan'daki Homerik ilahilerden, Türkiye'deki Enderun ilahilerine, kilise müziklerinden cami musikisine daha sayısız tür, form, ritüel inanç müziklerinin etnomüzikolojik olarak birçok veri barındırdığını gösterir.

İnançların ve dinlerin kültürel açıdan kadimle en bağlantılı, en muhafazakâr ve en zor değişen alan olması; bu alana ilişkin tüm kültürel ve müziksel sembollerin hem geçmişe ve geleneklere yönelik olması hem de o inancın mensubu olan toplulukları ait kolektif belleği en net şekilde yansıtan öge olması yönüyle kültürün en arkaik kısmını oluşturan değerli bilgileri barındırmasından (Mustan Dönmez 2019: 98-99) dolayı inanç müziği etnolojisi, etnomüzikoloji disiplini içerisinde kendisine yer bulmuştur.

Sayı mistisizmine dayanan temelleri olan çeşitli müzik sistemleri de müzik kültürü içerisinde farklı yapılanmalarla karşımıza çıkmaktadır. "Ezgi ve seyir kalıplarını içeren ton ve makamların üzerine yazı yüklenmiş olan duygusal anlamlar; poliritim ya da dinsel ritüelin tempolu ve ritmik vurgulu olması veya müzik metinleri içerisindeki sözcüklere yüklenen metaforik anlamlar, müzik öğelerine yüklenmiş olan ileri düzeydeki kültürel sembolizmin bir uzantısıdır ve bu haliyle müzik en soyut kültür ürünüdür" (Mustan Dönmez 2019: 113). İnanç etnolojisi içerisinde bulunan yer ve gök arasındaki inançsal düşüncelerin bulunduğu "Mezopotamya'da insanlar gezegenlere tapar, Makrokosmos'la (uzay) Mikrokosmos (insan) arasında uyuşuma inanır, bu uyuşumun müzikle yansıdığını ve sayılarla belirlenebileceğini ileri sürerler" (Yener 1983: 13). Antik Yunan öğretilerinde müzik, bütün bir maddî ve manevî âlemin anahtarı olduğu düşünülen sayıların ayrılmaz bir parçasıydı, kozmosun ahengini temsil eden ve onun izdüşümü olan sayılarla (Çağıl 2013: 7) sesleri belirlemek için yapılan çalışmaların ve buluşların ilk örnekleri Pisagorcularda görülmektedir. Bir matematikçi için bütün sayılar kutsal olabilir, ancak



bir müzisyen için bağlama göre bazıları “ilahi”, bazıları “insani” bazıları da “hayvani”dir ifadeleriyle McClain (2014: 28) sayılar üzerine yüklenen metaforik anlamları işaret eder. Müzik kültürlerinin içerisinde birçoğunda kendisine yer bulan sayı mistisizmine örnek olarak Alevi inanç müziğinde kullanılan bazı uygulamalar verilebilir. Bazı yörelerde cem ayini sırasında kullanılan 12 perdeli saz, duvaz-ı imamların 3 defa seslendirilmesi, Kırklar semahı vb. sayı mistisizmini işaret etmektedir. Ayrıca 12 ton sistemi olarak nitelendirilen dizisel sistem de her notanın birer kere çalınmasından sonra değişimin oluşması da sayı mistisizmiyle ilişkilendirilebilir. Sayı mistisizmi antik çağlardan günümüze müzik-astronomi, müzik-geometri, müzik-matematik gibi bilimlerle inter-disipliner bir şekilde çalışılmış durumdadır

İnanç müziği etnolojisi içerisinde değerlendirilen bağlamlardan birisi de sazlara atfedilen kutsiyetlerdir. Şamanlarda inanç ritüelleri içerisinde, ruhlara seslenirken bir araç olarak kullanılan davul kutsal sayılmıştır. Ayrıca davulun kutsal sayılan ağaçlardan yapılması da kutsiyet atfedilmesi açısından önemlidir. Yahudilerde çalgıların kutsiyeti ile ilgili olarak Mezmurda bulunan “Boru sesiyle [Tanrı’yı] yüceltin, telli saz ve lir ile O’nu yüceltin. Tef çalarak, halay çekerek O’nu yüceltin, telli ve nefesli sazlara O’nu yüceltin. Güzel sesli zillerle O’nu yüceltin, çınlayan zillerle O’nu yüceltin” (Mezmun, 150, 3-5 <https://wol.jw.org/tr/wol/b/r22/lp-tk/bi12/19/150#study=disc-over&v=19:150:3-19:150:5>, Erişim Tarihi 07.06.2021) metni, şofar, lir ve zilleri işaret etmektedir. Ürettiği güçlü ve ürpertici seslerin yanında, akorların ve bas seslerin (ayak klavyesi) kilise akustiğiyle birlikte tınlamasıyla ayindeki insanların etkilenmesini sağlamış olan kilise orgu Hıristiyanlık ile özdeşleşmiş; dolayısıyla kutsiyet atfedilmiş bir çalgıdır. İslamiyet’te inanç müziği içerisinde birincil öge insan sesidir ancak bu inanç içerisinde kutsiyet addedilen çalgı Ney sazıdır. Çalgının çalınan değil üflenen bir çalgı olarak anıtırılması kutsiyetinden kaynaklanmaktadır. Alevi Bektaşî kültüründe ise sazın (bağlama) inanç ritüellerinde kullanılmasından dolayı saz, bu inanca sahip kişiler tarafından kendisine kutsiyet atfedilen bir çalgıdır.

## **Sonuç**

Her toplum kendi kültürel kodları içerisinde bulunan öğelerle müzik yapar. Bunlar ister müziği oluşturan ezgi, söz, ritm veya armoni unsuru olsun ister müziğin üretildiği çalgılar olsun. Dolayısıyla müziğin, bir toplumun ya da topluluğun kültürünü yansıttığı için yerel nitelikli olduğunu atlamamak gerekir.-

Araştırma yöntem ve teknikleri konusunda antropolojiden faydalanan etnomüzikoloji, müziksel etkinlikleri eylem, söylem ve metin modellemesi içinde ele alarak, bağlama duyarlı saha çalışmasıyla veri elde eden bir disiplindir (Blacking 1992, Erol, 2018). Etnomüzikoloji, kültürel antropolojinin kavramsal ve kuramsal yaklaşımlarıyla kültürün müzik üzerindeki etkisine dikkat çekerek müziği sosyo-kültürel bağlamında inceler.

Bir bölgenin, toplumun ya da etnisitenin müziğini anlamak, onu üreten, dinleyen, kolektif belleğinde saklayan ve geleceğe aktaran halkın kültürünü, sosyal yaşantısını, toplumsal yapısını, ekonomik yapısını, dilini, inancını, hayatını anlayıp kimliğini ortaya çıkarmaktır. Tam olarak burada önem kazanan etnomüzikoloji, yukarıda saydığımız maddeleri inceleyen bir bilim olarak karşımıza çıkar.

Halkbilim gibi etnomüzikolojinin, müzikal davranışa yönelik kültürlerarası ve disiplinlerarası araştırma yöntemlerine dayanan bir disiplin olduğunu belirten Porter (1993: 88) etnomüzikolojiyi “Ben (Self) ve Öteki’nin müzikal davranışları hakkında eleştirel araştırma, açıklama ve arabuluculuk” olarak tanımlar. Müzik kültürü içerisinde bulunan bu davranışlar etnomüzikoloji çalışmaları açısından önemlidir.

- Ses dalgaları fiziğin bir parçası olmasına rağmen çeşitli frekansların seçimi ile ortaya çıkan ezgiler,
- Hayatın içerisinde bir döngü olarak her zaman onunla birlikte yaşamaya çalıştığımız ritm, müziklerin kültürel olarak ayırt edilmesinde önemli bir fenomendir. Metrik, asimetrik, girift, poliritmik vb. örüntülerle müziğin ana ögesi olan ritmler,
- Müziğin üretim araçlarından birisi olan, ses renkleri ve sahaları ile yerel, bölgesel, ulusal ve uluslararası olarak kültürel bir refleks uyandıran çalgılar,
- Enstrüman icrasındaki üslup, tavır ve tarzlarla oluşan farklı kültürdeki aynı çalgıların çalım teknikleri,



- Kullanılan ağaçlardan metallere vb. ürünlere, icra edilen ortamlara, ritüel müziklerine kadar, çalgıların yapım teknikleri, kullanılan malzemeler ve sazlara atfedilen kutsiyetler,
- Arkaik dönemlerden günümüze formal ve informal olarak hafıza taşıyıcılığından usta çırak ilişkisine, inanç mekanlarından performans mekanlarına, eğitim kurumlarından amatör kurs yerlerine kadar müzik eğitimi,
- Sözlü kültürden yazılı kültüre geçiş ve nihayetinde kayıt ve iletişim teknolojilerinin ilerlemesi ile birlikte müzikal ürünlerin depolanması, yaygınlaştırılması ve gelecek kuşaklara taşınması,
- Arkaik bir gelenek olan ezgi, ritm, çalgı, çalım tekniği vb. bağlamlarda müzik kültürleri üzerine etkisi bulunan sayı mistisizmi,
- Biçemsel yapısı ve metinleriyle toplumların biçimlendirmede ve öğretileri sonraki kuşaklara aktarmada hayati öneme sahip olan inanç müziği etnolojisi.

Yukarıda sıralanan bu maddeler, kültürel kimliği temsil ederek, etnomüzikolojinin kültürel boyutunu anlamada, araştırmada, incelemede, yorumlamada ve sonuç çıkarmada önemli fenomenler olarak karşımıza çıkar. Bu çalışmada etnomüzikoloji disiplini içerisinde hangi konu üzerinde çalışılırsa çalışılsın, müzikal olarak kültürel kimliğin ortaya çıkmasını sağlayan bağlamlar açıklanmıştır. Kültürel olarak müzikal bakış açılarının bazı ilkelerinin, farklılıklarını analiz etmek ve ortak noktadaki yönelimleri ortaya çıkarmak amacıyla etnomüzikolojik araştırmalarda kullanılması önerilir.

#### **Kaynakça**

- Adorno, T. W., (2011), Kültür Endüstrisi, Kültür Yönetimi Çev. Nihat Ülner- Mustafa Tüzel- Elçin Gen, İletişim Yayınları, (6. Baskı), İstanbul.
- Bates, G. C., (2009), 21. Yüzyılda Kültürel Antropoloji, İnsanın Doğadaki Yeri, Çev: Suavi Aydın, İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, (1.Baskı), İstanbul.
- Bektaş, S. (2007) Türkiye’de Müzik Videosu Açısından Müzik Yapım Şirketleri ve Müzik Televizyonu İlişkisi Bir Örnek MMC TV, İstanbul Üniversitesi, SBE Yayınlanmamış Doktora Tezi, İstanbul.
- Blacking, J., (1992), Folklore, Cultural Performances, and Popular Entertainments: A Communications centered Handbook Illustrated Edition, Oxford Universty Press 86-91, New York
- Bohman, P. V., (2015), Dünya Müziği, Çev: Hakan Gür, Kültür Kitaplığı 148, Dost Yayınları, Ankara.
- Bohman, P. V., Myers, H., Pegg, C., y Stokes, M. (2001), Ethnomusicology. III: Post-1945 developments III. Post-1945 developments, En The New Grove Dictionary of Music and Musicians, 2<sup>a</sup> ed London: Macmillan Publishers
- Çağıl, N., (2013), Kutsal Metinler ve Müzik, Atatürk Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi, Sayı: 39, Erzurum.
- Dağdeviren, M. (2021a). İnanç Müziği Etnolojisi Perspektifinde Arguvan Yöresi “İçeri Makamı” Üzerine Yapısal Ve Kültürel Analiz, İnönü Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Doktora Tezi, Malatya.
- Dağdeviren, M. (2021b), Müziğin Bir Boyutu Olan Doğaçlamaya Müzik Kültürünün Etkisi, Uluslararası Müzik Ve Güzel Sanatlar Eğitimi Sempozyumu (Umges) Bildiri, Online. Sivas.
- Doğuduyal, M., (2016), Müzikten Söze, Bağlam Yayınları, Müzik Bilimleri Dizisi 15, (Birinci Baskı), İstanbul.
- Erol, A. (2009), Müzik Üzerine Düşünmek, Bağlam Yayınları, Müzik Bilimleri Dizisi 10, (Birinci Baskı), İstanbul.
- Erol, A. (2018), İslam, Alevilik ve Müzik, Bağlam Yayınları, Birinci Basım, İstanbul.
- Ersoy Çak, Ş. (2019), Etnomüzikoloji disiplininin gelişim süreci ve Türkiye’de yapılan çalışmalar ışığında Martin Stokes’un popüler müzik araştırmalarının incelenmesi, Rast Müzikoloji Dergisi, 7(2), s.2193-2208. Doi: <https://doi.org/10.12975/pp2193-2208>
- Finkelstein, S., (2000), Müzik Neyi Anlatır, Çev: Halim Spatar, Kaynak yayınları, (Üçüncü Baskı), İstanbul.
- Foreman I. (2005). The Culture And Poetics Of Jazz Improvisation, School Of Oriental And African Studies, University of London,
- Göksoy, A. E. (1984), Eleştirel Caz Tarihi, İmge Yayıncılık, İstanbul.

- Hall, E. T. (1992), *Improvisation as an Acquired, Multilevel Process*, *Ethnomusicology*, Vol. 36, No. 2 (Spring – Summer) pp. 223-235
- Işık, S. T. (2016), *Çalgılarda Kültürel Temsil, Rast Müzikoloji Dergisi, Uluslararası Müzikoloji Dergisi*  
Doi:10.12975/rastmd.2016.04.03.00089
- Kaemmer, J. E. (1993), *Music in Human Life: Anthropological Perspectives on Music, İnsan Yaşamında Müzik çev: Yetkin Özer (Yayınlanmamış Ders Notları)*, University of Texas Press. Texas,
- Kaplan, A., (2013), *Kültürel Müzikoloji, Müzik Bilimleri Dizisi 6, Bağlam Yayıncılık, (3. Baskı), İstanbul.*
- Kimberlin ve Euba, (1995), "Introduction" to *Intercultural Music Volume 1* ed. by Cynthia Tse Kimberlin and Akin Euba. 1995:2-5 [https://www.music-research-inst.org/html/main/im\\_definition.htm](https://www.music-research-inst.org/html/main/im_definition.htm)
- Libin, L. 'Organology' in *Grove Music Online*. Oxford Music Online. <http://www.oxfordmusiconline.com/subscriber/article/grove/music/20441> (Erişim Tarihi 10.10.20).
- McClain, G. E., (2014), *Değişmezlik Miti, Rigveda'dan Platona Tanrıların, Matematiğin ve Müziğin Kökeni, Çev: Damla Saydam Çizme, CBN Kitap Cafe Yayıncılık, İstanbul.*
- Merriam, A. P. (1964), *The Anthropology Of Music*, Northwestern University Press.
- Mezmur, <https://wol.jw.org/tr/wol/b/r22/lp-tk/bi12/19/150#study=discover&v=19:150:3-19:150:5>, Erişim Tarihi 07.06.2021
- Mustan Dönmez, B., (2009), "Anadolu Tasavvufunda Ritüel Müziğinin (Cem) Kültüre Gömülü Olma (Embeddedness) Ve Anırtırılma (Adumbration) durumları", *Folklor/Edebiyat Dergisi*, Vol. 58, S.107–115.
- Mustan Dönmez, B., (2015), *Müziğin Kökeni Üzerine, Müziğin Etimolojisi, Ontolojisi, Tanımı, Oluşumu, Bağlıları Ve İşlevleri Üzerine Bir Değerlendirme*, Gece Kitaplığı, Ankara.
- Mustan, Dönmez, B., Şen, M. E. (2015) "Küreselleşme (Globalization) Olgusu Çerçevesinde Dünya Müziği (World Music) Kavramı", *Uluslararası Hakemli Müzik Araştırmaları Dergisi, Uluslararası Hakemli Müzik Araştırmaları Dergisi, Kış Sayısı, No. 5, S. 1-18.*
- Mustan Dönmez, B., (2019), *Etnomüzikolojinin Temel Kavramları, Kavramlar Terimler İsimler, Müzik Bilimleri Dizisi 18, Bağlam Yayınları (1. Baskı), İstanbul.*
- Myers, H. (1992), "Ethnomusicology", "Ethnomusicology": an Introduction. (ed) Helen Myers. New York: W.W. Norton and Company.
- Nettl, Bruno (2005), *The Study of Ethnomusicology: Thirty-one Issues and Concept*, University of Illinois Press: USA.
- Örnek, S. V. (1967), *Etnolojinin Tarihçesi, Başlıca Ekolleri, Görevleri*, Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi Antropoloji Dergisi Sayı:04.
- Özdemir, E. (2016). *Performans Teori, Âşık Fasılları Ve Doğaçlama*, *Rast Müzikoloji Dergisi Uluslararası Müzikoloji Dergisi*, Doi:10.12975/rastmd.2016.04.03.00093
- Özgün Tanır, E. Ş. , (2013). *Etnomüzikolojinin Dönüşümü: Kuramlar ve Konular. Müzik, Dans, Gösterim (pp.33-60)*, İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi Matbaası.
- Özgür, Ü ve Aydoğan, S., (1999), *Müziksel İhtim Okuma, Sözkese Matbaası, (Birinci Baskı) Ankara.*
- Platon, (2017), *Devlet, İş Bankası Yayınları, İstanbul.*
- Porter, J. (1993), *Convergence, Divergence, and dialectic in Folksong Paradigms: Critical Directions for Transatlantic Scholarship*, *Journal of American Folklore* 106, pp. 61-98.
- Seeger, A. (1987). *Why Suya Sing: A Musical Anthropology of an Amazonian People*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Stone, R. M. (2016) *Theory for Ethnomusicology*, Published by Routledge, USA.
- Strazzullo, G. (2003), *An Intercultural Approach to Composition and Improvisation*, School of Contemporary Arts College of Arts, Education and Social Sciences, The University of Western Sydney, Sydney, Australia
- TDK, (2011), *Türkçe Sözlük, Atatürk Türk Kültür Dil ve Tarih Yüksek Kurumu, Türk Dil Kurumu Yayınları, (11. Baskı), Ankara.*

Wells, C., (1972), İnsan Dünyası (Man In His World) Çev: Erzen Onur, Remzi Kitabevi, (Birinci Baskı), İstanbul.

Verhulst, A., (2014), The Violin in South India: Rethinking the Relationship between Organology and Ethnomusicology, postgraduate colloquium of the UCD School of Music in University College Dublin.

Yener, F., (1983), Müzik, Türkiye Turing ve Otomobil Kurumu Beyaz Köşk (Müzik Sarayı) Yayınlan No. 1, İstanbul.

#### **Beyan ve Açıklamalar (Disclosure Statements)**

1. Bu çalışmanın yazarları, araştırma ve yayın etiği ilkelerine uyduklarını kabul etmektedirler (The authors of this article confirm that their work complies with the principles of research and publication ethics).

2. Yazarlar tarafından herhangi bir çıkar çatışması beyan edilmemiştir (No potential conflict of interest was reported by the authors).

3. Bu çalışma, intihal tarama programı kullanılarak intihal taramasından geçirilmiştir (This article was screened for potential plagiarism using a plagiarism screening program).



Article Info/Makale Bilgisi

✓Received/Geliş:08.03.2021 ✓Accepted/Kabul:26.07.2021

DOI:10.30794/pausbed.891841

Araştırma Makalesi/ Research Article

Kan Sönmez, N. (2022). "Otel İşletmelerinde Yöneticilerin Duygusal Zeka Düzeyleri ile Yönetim Tarzları Arasındaki İlişki", *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı 48, Denizli, ss. 241-255.

## OTEL İŞLETMELERİNDE YÖNETİCİLERİN DUYGUSAL ZEKA DÜZEYLERİ İLE YÖNETİM TARZLARI ARASINDAKİ İLİŞKİ

Neslihan KAN SÖNMEZ\*

### Öz

Duygusal zeka, etkili bir yönetim tarzının kritik bir bileşenidir. Duygusal açıdan zeki yöneticiler hem kendi duygularını hem de astlarının duygularını algılama, anlama ve yönetme yeteneğine sahiptir. Bu duygusal zeka yetenekleri ile örgüt üyelerini başarılı bir şekilde analiz edebilen yöneticilerin, örgüt için en etkili yönetim tarzının hangisi olduğunu belirlemeleri mümkündür. Bu bilgiler ışığında araştırmanın amacı otel işletmelerinde yöneticilerin duygusal zeka düzeyleri ile yönetim tarzları arasındaki ilişkiyi ortaya koymaktır. Araştırmada veri toplama tekniği olarak kullanılan anket, örneklem grubunu oluşturan Şanlıurfa, Gaziantep, Diyarbakır, Mardin ve Adana illerinde faaliyet gösteren 23 adet 4-5 yıldızlı otel işletmesinde görev yapan 251 yöneticiye uygulanmıştır. Elde edilen bulgulara göre; otel yöneticilerinin duygusal zeka düzeyleri orta düzeyin üzerindedir ve yöneticiler demokratik-katılımcı yönetim tarzlarını daha çok sergilemektedirler. Bununla birlikte yöneticilerin duygusal zeka ve yönetim tarzları cinsiyet, eğitim durumu ve yöneticilik düzeyine göre anlamlı farklılık göstermektedir. Ayrıca araştırma sonuçları duygusal zekanın artmasıyla birlikte otokratik yönetim tarzının daha çok benimsendiğini ortaya koymaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** *Duygusal zeka, Yönetim tarzı, Otel işletmeleri, Otel yöneticileri.*

## THE RELATIONSHIP BETWEEN HOTEL MANAGERS' EMOTIONAL INTELLIGENCE LEVELS AND THEIR MANAGEMENT STYLES IN HOTEL ENTERPRISES

### Abstract

Emotional intelligence is a critical component of an efficient management style. The managers with emotional intelligence have the ability to perceive, understand and manage both their own and their subordinates' emotions. The managers, who can successfully analyze the members of organizations by these emotional intelligence abilities, can determine what is the most effective management style for organizations. Based on this, the purpose of this research was to identify the relationship between hotel managers' emotional intelligence levels and their management styles in hotel enterprises. The questionnaire, used as the data collection technique in this study, was administered to 251 managers, working in 23 different 4-5 star hotels operating in the provinces of Şanlıurfa, Gaziantep, Diyarbakır, Mardin and Adana, which constituted the sample group. The obtained data suggested that the emotional intelligence levels of the hotel managers were above intermediate level, and they showed more democratic-participative management style. In addition, the emotional intelligence and management styles of the managers differed significantly according to gender, educational background and management level. The results of the study also showed that as the emotional intelligence increased, autocratic management style was adopted more.

**Keywords:** *Emotional intelligence, Management style, Hotel enterprises, Hotel managers.*

\*Dr. Öğr. Üyesi, Harran Üniversitesi, Turizm ve Otel İşletmeciliği Yüksekokulu, Rekreasyon Yönetimi Anabilim Dalı, ŞANLIURFA.  
e-posta: neslihankan@harran.edu.tr, (<https://orcid.org/0000-0001-6198-8129>)

## 1. GİRİŞ VE KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Duygusal zeka kavramı ilk olarak Amerikalı iki psikolog Salovey ve Mayer (1990) tarafından önerilmiştir (Salovey ve Mayer, 1990; Wen vd., 2019). Bununla birlikte, duygusal zeka kavramının temelleri psikolojik araştırma tarihinde daha da eskilere dayanmaktadır (Kirkland, 2011). İlk olarak Simon ve Binet tarafından 1905'te zeka katsayısı (IQ) testi geliştirilmiştir. 1920'de Thorndike sosyal zeka kavramını tanımlamıştır. Ardından Gardner tarafından 1983'te çoklu zeka kuramı ortaya atılmıştır. 1990'da da Salovey ve Mayer tarafından duygusal zeka kavramı önerilmiştir (Kaufman, 2013; Walters, 2018). Duygusal zeka kavramının temelinde Gardner'ın çoklu zeka kuramında tanımladığı kişiler arası zeka ve içsel zeka birleşiminden geldiği kabul edilmektedir. Öz olarak kişiler arası zeka başkalarını anlama yeteneği iken (niyet, motivasyon, ihtiyaç ve arzuları açısından), içsel zeka kendini anlama (arzu, korku, kabiliyet açısından) ve bilgiyi karar vermek için kullanma yeteneğidir (Walters, 2018). Bu iki yetenek Salovey ve Mayer (1990)'in duygusal zeka yetenek modelinde ana hatlarını çizdiği temel yeteneklerin önemli parçalarıdır (Kirkland, 2011). Salovey ve Mayer (1990) duygusal zekayı, bir kişinin kendi duygularını ve başkalarının duygularını tanıma ve anlama, sonrasında elde edilen bilgiyi kişinin davranışlarına ve düşüncelerine rehberlik etmede kullanma yeteneği olarak tanımlamıştır (Salovey ve Mayer, 1990; Gebregergis vd., 2020). Bu tanımlamada duygusal zekanın üç tür yeteneği içerdiği görülmektedir. Bu yetenekleri; duyguları değerlendirme yeteneği, duyguları kullanma yeteneği ve duyguları anlama yeteneği olarak sıralamak mümkündür (Wen vd., 2019). Sonrasında Salovey ve Mayer (1990) tarafından önerilen bu duygusal zeka yetenek modeli revize edilmiş, dördüncü yetenek olarak duyguların yönetimi modele dahil edilmiştir (Mayer vd., 2004). Sunulan bu dört dallı model hiyerarşiktir ve temelden karmaşığa doğru ilerler (Mayer ve Salovey, 1997). Her bir bileşen, giderek karmaşılaşan bir yeteneği temsil eder ve bireyin psikolojik alt sistemine önceki bileşenden daha derin entegrasyon gerektirir. Bu nedenle, duyguların değerlendirilmesi, kişinin bilişsel işlemlerini geliştirmek için duyguların kullanımından daha az karmaşıktır. Duyguların yönetilmesi, duyguları anlamaya kıyasla duygusal bilginin kişinin hedefleri ve planları ile daha fazla bütünleştirilmesini gerektirir (Mayer vd., 2002; Kirkland, 2011). Modeldeki ilk duygusal zeka bileşeni olan duyguların değerlendirilmesi; bireyin kendisinde, diğer insanlarda ve çevresindeki dünyada var olan duygulara doğru bir şekilde katılma yeteneğidir. Duygusal zekanın ikinci bileşeni olan duyguların kullanılması ise; belirli bir duygu yaratabilme ve bu duyguyu düşünme sürecine yardımcı olmak için kullanılabilme yeteneğidir (Mayer vd., 2008). Üçüncü bileşen olan duyguları anlama yeteneği, duyguların belirleyicilerini ve sonuçlarını analiz etme kapasitesini içerir. Duyguları anlama becerisine sahip bir birey, motive edilmiş duygusal tepkileri tanıma ve bu duygusal tepkiler yoluyla iletilen bilgileri yorumlama yeteneğine sahiptir. Duygusal zekanın bu bileşeni aynı zamanda karmaşık, çelişkili ve harmanlanmış duyguları anlama ve duygular arasındaki geçişleri tanıma becerisini de içerir (Mayer vd., 2002; Kirkland, 2011). Son olarak, dördüncü bileşen olan duyguların yönetimi duygusal zeka kavramsallaştırmasının temel taşıdır. Duyguları kabul etme, yararlılığını değerlendirdikten sonra bir duyguyla ilgilenme veya duygudan kopma becerisini içerir. Aynı zamanda, duyguların taşıdığı anlamı göz ardı etmeden veya abartmadan, olumsuz duyguları hafifletme ile kendi içinde ve diğerlerinde hoş duyguları geliştirme yeteneğini de içerir. Duygu yönetimi, bir kişinin entelektüel ve duygusal gelişimine katkı sağlayacak ve etkili çözümlerin üretilmesini artıracak şekilde duyguların kararlara ve davranışa entegre edilmesidir (Caruso ve Salovey, 2004).

Duygusal zeka kavramı önerildiği ilk andan itibaren, kavrama ilişkin başlıca iki tür anlayış vardır; birincisi Salovey ve Mayer (1990)'in üzerinde titizlikle durduğu yukarıdaki duygusal yetenek modelidir. Diğeri ise Goleman (1995) tarafından temsil edilen karma yetenek modelidir (Goleman, 1995; Wen vd., 2019). Karma yeteneğe göre duygusal zeka kişilik ve yeteneğin bir karışımıdır (Zhan, 2012). Algısal ve bilişsel yetenekleri içeren karmaşık bir zeka biçimidir (Darvishmotevalia vd., 2018). Goleman (1995)'in yazdığı "Duygusal zeka: Neden IQ'dan daha önemli olabilir" başlıklı kitabı ile yine Goleman (1998)'in Harvard Business Review'da yayınladığı duygusal zeka makalesi çok büyük ilgi görmüştür. Bu büyük ilgi duygusal zeka kavramını popüler hale getirmiş (Suehs, 2015) özellikle de liderlerin yöneticilik becerileriyle olan bağlantısının benimsenmesine yol açmıştır (Watkin, 2000). Her ne kadar bu çalışmalarıyla Goleman duygusal zeka kavramının farkındalığını yaysa da, onun karma modeli ve diğer karma modellerin (örneğin Bar-On karma modeli), bu yapının akademik çalışması üzerinde olumsuz bir etkiye sahip olduğu düşünülmektedir. Aslında pek çok araştırmacı, duygusal zekayı özellikleri, motivasyon faktörleri, becerileri ve davranış çıktılarını içerecek şekilde tanımlayan bu karma modellerin çok fazla farklı özellik ve kavramı kapsadığını; böylelikle kafa karışıklığına ve yapının kötüye kullanılmasına neden olduğunu

belirtmiştir (Landy, 2005; Kirkland, 2011). Hatta Locke (2005), duygusal zekanın birçok şekilde tanımlandığı için geçersiz bir kavram olduğunu bile iddia etmiştir. Mayer vd., (2008)'nin öne sürdüğü eleştiri de, karma duygusal zeka modelleriyle meydana gelen genişlemenin literatürde bir bölünme yarattığı, yapının faydasını azalttığı ve genel olarak halkı şaşırttığı yönündedir. Bu eleştiriler duygusal yetenek temelli modelin akademik literatürdeki statüsünü yükseltmiştir. Günümüzde Mayer ve Salovey (1997)'in dört bileşenli duygusal zeka modeli ve mevcut ölçüm yöntemi deneysel ve yetenek temelleri nedeniyle akademik topluluk arasında yüksek saygı görmektedir (Brown ve Moshavi, 2005; Kirkland, 2011).

Duygusal zekaya sahip yöneticiler, örgüt üyeleri üzerinde en büyük etkiye sahip olan kişilerdir (Goleman vd., 2009; Hohlbein, 2015) çünkü güvenilir olarak algılanırlar ve davranışsal ve sosyal normların farkındadırlar (Alshammari vd., 2020). Duygusal açıdan zeki yöneticiler, özyönetim için duygusal beceriler kullanma ve astlarının duygularını yönetme eğilimindedir. Başkalarının duygularını yorumlama konusunda yeteneklidir (Mayer vd., 2016). Bu yetenekleri sayesinde başkalarıyla empatik bağlar kurmaları kolaydır (Gardner vd., 2011). Bu yöneticiler, astlarının duygularını tam olarak yorumlayıp duygularının altında yatan nedenleri ayırt edebildiklerinden, gerçek sosyal alışverişleri besleyebilir ve astlarla yakın ilişkiler kurabilir, böylece onlara değerlerini ve vizyonlarını yansıtabilirler (Miao vd., 2018). Sonuç olarak, duygusal zeka, etkili yöneticileri belirlemenin bir yoludur (Batool, 2013). Günümüzde modern işletmeler, örgütsel başarı ve performans üzerinde dikkate değer ölçüde etkileri olması sebebiyle, duygusal zekası yüksek yöneticileri istihdam etmek istemektedirler (Joseph vd., 2015; Özturan, 2018; Alshammari vd., 2020). Yöneticilerin duygusal zekası benimseyecekleri yönetim tarzı üzerinde de etkili bir unsurdur (Mayer vd., 2002; Caruso ve Salovey, 2004; Rosete ve Ciarrochi, 2005; Follesdal ve Hagtvet, 2013). Duygusal açıdan zeki olan yöneticiler örgüt üyelerinin duygularını tam olarak yorumlayıp duygularının altında yatan nedenleri ayırt edebildiklerinden, astların motivasyonu, verimliliği, iş tatmini, örgütsel bağlılığının nasıl artırılacağını, onlardan ne şekilde fayda sağlanacağını iyi bir şekilde analiz edebilmektedirler. Bu nedenle işletmenin refahı için en uygun olan yönetim tarzını benimsemeleri mümkündür. Yapılan araştırmalar duygusal zekanın etkili yönetim tarzının belirlenmesine olan katkısını ortaya koymuştur (Alshammari vd., 2020).

Yönetim tarzı, en basit tanımı ile işletmede çeşitli durumlara yöneticinin yaklaşımı ve astlara karşı sergilediği tutumdur (Hoang, 2008). İlgili literatürde yönetim tarzı sıklıkla liderlik tarzı ile eş anlamlı olarak kullanılmaktadır (Özturan, 2018). Yalnız her lider bir yönetici değildir (Rees ve Porter, 2008). Yönetim tarzlarına ilişkin ilgili literatürde farklı şekillerde sınıflandırmalar mevcuttur. Lewin ve arkadaşları tarafından 1939 yılında yapılan sınıflandırmada otokratik, demokratik-katılımcı ve tam serbesti tanıyan olmak üzere üç farklı liderlik-yönetim tarzı yer almaktadır (Martin ve Edwards, 2016). Benzer şekilde Tannenbaum ve Schmidt 1957 yılında geliştirdikleri modelde, ilk noktada otokratik son noktada demokratik-katılımcı yönetim tarzına yer vermekle birlikte; tam serbesti tanıyan yönetim tarzını da üçüncü yaklaşım olarak sınıflandırmalarına dahil etmişlerdir (Kamugisha, 2017).

Otokratik yönetim tarzında temel olarak yöneticiler, karar verme ve yetki kullanma haklarını kendilerinde korurlar (Chukwusa, 2018). Bu yöneticiler, astları üzerinde kurallar ve nizam uygular, onları sıkı bir denetim altında tutarlar (Marschall, 2012; Gonos ve Gallo, 2013). Otokratik yöneticiler, astlara çok az çalışma özgürlüğü ve seçim hakkı tanıyarak onların görüş ve önerilerini değerlendirmezler (Otieno ve Njoroge, 2019). Astlarının dikte ettikleri şeye göre çalışmasını arzu ederler (Al Khajeh, 2018), ödül-ceza sistemi ile onları yönlendirirler. Bu yönetim tarzında, astlar tamamen yöneticiye bağımlıdır (Marschall, 2012). Hoyle (2012) tek yönlü iletişim kanalları ile karakterize edilen bu yönetim tarzında, otokratik yöneticilerin çoğunlukla geri bildirimle ilgilenmemesi ve astların karar alma süreci üzerinde etkisi ve kontrolü olmaması sebebiyle, otokratik yönetim tarzının, hiyerarşinin tepesinde yöneticinin, en altında astın olduğu bir piramit yapısında gösterilebileceğini belirtmektedir (Chukwusa, 2018).

Otokratik yönetim tarzı son yıllarda büyük ölçüde eleştirilmiştir (Chukwusa, 2018) ve bazı araştırmalarda, bu yönetim tarzının eksikleri arasında astların yaratıcı ve inovatif fikirlerinin yok sayılması, kişisel gelişiminin reddedilmesi, başarı gururu duyamamaları veya kendilerini gerçekleştirmekten tatmin olamamaları gösterilmiştir (Al Khajeh, 2018; Akparep vd., 2019). Bu durumun aynı zamanda astlarda memnuniyetsizlik yarattığı, bağlılık ve sadakati azalttığı, iş birliğini yok ettiği (Akparep vd., 2019), işgören devir hızını ve işe gelmeme oranını yükselttiği belirtilmiştir (Chukwusa, 2018). Otokratik yönetim tarzı işletmeye net bir yön verebilse de, yöneticilerin astlardan gelen girdileri önemsememeleri veya yok saymaları (Obiwuru vd., 2011) bu negatif etkileri yaratabilmektedir.



Tam serbesti tanıyan yönetim tarzı serbest bırakıcı (laissez faire) yönetim tarzı olarak da ifade edilmektedir. Bu yönetim tarzı kaçınma ve eylemsizlik ile karakterizedir (Skogstad vd., 2014). Bu yönetim tarzını benimseyen yöneticiler karar vermekten kaçınırlar, sorumluluklarından feragat ederler, eylemleri geciktirirler ve rolleriyle ilişkili yetkiyi kullanmaktan kaçınırlar (Munirat ve Yusuf, 2017). Aynı zamanda astlarına geri bildirim sağlamada ve onları takdir etmede başarısız olurlar ve işle ilgili sorunlarla ilgilenmedikleri için astlarının ihtiyaçlarını görmezden gelme eğilimindedirler (Robert ve Vandenberghe, 2020). Tam serbesti tanıyan yönetim tarzında astlar herhangi bir katı politika veya prosedüre bağlı kalmadan seçtikleri şekilde görevlerini tamamlamak için serbest bırakılmıştır (Gill, 2014). Karar verme sürecinin sorumluluğu kendilerine devredilmiştir. Yöneticinin, yöneticilik yeteneğine güveni olmadığı (Akpapre vd., 2019) ve astlar üzerinde yeterli kontrole sahip olmadığı durumlarda bu tür yönetim tarzının ortaya çıkabileceği belirtilmektedir.

Bir yöneticinin sorumluluklarını ihmal etmesi hem işletmeye hem de astlara zarar verir. Ampirik olarak tam serbesti tanıyan yönetim tarzının performans, iş tatmini, algılanan lider etkinliği ve liderden memnuniyet azalması; bunun yanı sıra artan stres ve kişilerarası çatışmalar ve daha fazla rol belirsizliği ve rol çatışması ile ilişkili olduğu saptanmıştır (Robert ve Vandenberghe, 2020). Yöneticinin astları uzman ve bilim adamları gibi iyi motive olmuş kişiler olmadıkça bu yönetim tarzını savunmak zordur (Wongyanon vd., 2015).

Demokratik-katılımcı yönetim tarzında yönetici, astlar ve onların sergilediği performans üzerine odaklıdır (Bhargavi ve Yaseen, 2016). Eleştiri ve övgülerini nesnel olarak yapar, yüksek performans sergileyenleri ödüllendirir (Puni vd., 2014). Yönetici kararlar üzerinde nihai söz sahibi olmasına rağmen, astları karar alma sürecine katılmaya teşvik eder (Nwokocha ve Iheriohanma, 2015). Onları görevleri ile ilgili her konuda bilgilendirir ve destek sunar. Sorumluluk verir, yetkilendirir.

Demokratik-katılımcı yönetim tarzında astlar, sürece daha fazla dahil edildikleri için, daha fazla bağlılık hissederek nihai sonuçları daha fazla önemsemeleri sağlanır. Bu yönetim tarzının işletme çalışanları arasında daha yüksek üretkenliğe yol açtığı, yaratıcılığı teşvik ettiği düşünülmektedir. Etkili olmasına rağmen, demokratik-katılımcı yönetim tarzının bazı dezavantajları vardır. Roller açıkça tanımlanmadığında ve zaman sınırlı olduğunda, bu yönetim tarzı başarısızlıklara yol açabilir. Bazı durumlarda, astlar karar verme sürecine kaliteli katkılar sağlamak için gerekli bilgi veya uzmanlığa sahip olmayabilir. Demokratik-katılımcı yönetim tarzı, astların uzmanlık ve bilgilerini isteyerek paylaşması durumunda en iyi sonucu verir. Astların katkıda bulunmasına, bir plan geliştirmesine ve ardından en iyi eylem tarzına oy vermesine izin vermek için fazla zamana sahip olmak da önemlidir (Al Rahbi vd., 2017).

## **2. İLGİLİ ARAŞTIRMALAR**

Turizm literatüründe duygusal zeka ve yönetim tarzı arasındaki ilişki ile ilgili sınırlı sayıda araştırmaya rastlanılmaktadır (Türkmen, 2016; Erol, 2017). Erol (2017) TR81 Düzey 2 bölgesini kapsayan araştırmasında 389 otel yöneticisinin etik liderlik davranışı ile duygusal zeka düzeyi arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Araştırma bulgularına göre; otel yöneticilerinin etik liderlik davranışı ile duygusal zekanın alt boyutları (kişisel beceriler, kişilerarası beceriler, uyumluluk, stresle başa çıkma ve genel ruh durumu) arasında pozitif ve negatif yönlü anlamlı ilişkiler olduğu tespit edilmiştir. Türkmen (2016), Türkiye’de aktif olarak faaliyet gösteren, çalışma kartına sahip 209 turist rehberi üzerinde yürüttüğü araştırmasında duygusal zeka ve rehberlerin liderlik tarzları arasında pozitif yönlü güçlü bir ilişki olduğu sonucuna ulaşmıştır.

Bununla birlikte bu konuda farklı alanlarda çalışmalar bulunmaktadır. Alshammari vd., (2020)’nin Suudi Arabistan Krallığı’ndaki 152 Suudi hemşirelik yöneticisi üzerinde yaptıkları araştırma bulguları; genel duygusal zekanın otantik liderlik ile güçlü ve pozitif bir ilişki içerisinde olduğunu, dört duygusal zeka boyutundan duyguları kullanmanın otantik liderlik üzerinde en güçlü etkiye sahip boyut olduğunu, bunu sırasıyla kişinin kendi duygularını değerlendirme, başkalarının duygularını değerlendirme boyutlarının izlediğini ortaya koymuştur. Özturan (2018) tarafından İstanbul’da bilişim sektöründe faaliyet gösteren işletmelerde ilk, orta ve üst kademedeki görev yapan 362 yöneticiye yönelik yürütülen araştırmada, yöneticilerin duygusal zeka düzeylerinin, yönetim tarzları üzerinde boyutlar bağlamında anlamlı istatistiksel etkilere sahip olduğu belirlenmiştir. İstanbul ilinde yer alan sivil havacılık sektöründeki 142 yönetici üzerinde yürüttüğü araştırmada Şimşek (2019) duygusal zekanın tüm alt boyutlarının yöneticilerin dönüşümcü ve etkileşimci liderliği üzerinde güçlü ve pozitif bir etkisi olduğu sonucuna ulaşmıştır.

Özdemir (2016)'in savunma sanayi sektöründe 183 beyaz yaka çalışanına yaptığı analiz sonucunda, duygusal zeka boyutları ile yöneticilerin liderlik uygulamaları arasında pozitif yönlü bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Araz (2019) tarafından Ankara'da büyük ölçekli bir işletmede görev yapan 251 yönetici örneğinde ele alınan araştırmada, duygusal zeka ve yöneticilerin sergilediği koçluk tarzı liderlik uygulamaları arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki belirlenmiştir. Türkiye'de çeşitli sektörlerde orta ve üst kademedeki çalışan 398 yöneticinin yer aldığı araştırmasında Güneş (2016) duygusal zekanın yöneticilerin dönüşümcü liderliği üzerinde pozitif etkisi olduğu sonucuna ulaşmıştır. Gardner ve Stough (2002) tarafından 110 üst düzey yönetici örneğinde yürütülen araştırma sonucunda, duygusal zeka ile dönüşümcü yönetim tarzı arasında pozitif yönlü; duygusal zeka ile tam serbesti tanıyan yönetim tarzı arasında negatif yönlü bir ilişki olduğu; duygusal zeka ve etkileşimsel yönetim tarzı arasında ise ilişki olmadığı tespit edilmiştir. Güney Kore'de faaliyet gösteren bir kamu kuruluşunda 55 ekipte görev yapan 859 çalışan üzerinde yürüttükleri araştırmalarında Hur vd., (2011), dönüşümcü liderliğin, duygusal zeka ve yönetici etkinliği arasındaki ilişkilere aracılık ettiğini tespit etmişlerdir. İlgili literatürdeki mevcut bu bulgularla çelişen, beklenin tersine sonuçlar elde edilen araştırmalar da mevcuttur. Örneğin Hindistan'ın Allahabad şehrinde bulunan yedi kamu sektörü bankasında görev yapan 138 yönetici ve 243 ast örneğinde ele aldıkları çalışmalarında Chatterjee ve Kulaklı (2018), duygusal zeka perspektifinin yönetim tarzı ile herhangi bir ilişkisi olmadığını belirlemişlerdir. Follesdal ve Hagtvet (2013) tarafından yürütülen iki aşamalı araştırmada ilk olarak 104 Norveçli yöneticinin duygusal zeka düzeyi ölçülmüş, sonrasında 104 Norveçli yöneticinin dönüşümcü liderliği 459 astı tarafından derecelendirilmiştir. Elde edilen bulgulara göre ne genel duygusal zeka düzeyinin ne de dört alt dalının dönüşümcü liderlik uygulamaları üzerinde etkisi yoktur.

Öte yandan, turizm literatüründe, duygusal zeka ile diğer faktörler arasındaki ilişkileri inceleyen birçok çalışma bulunmaktadır. Sü Eröz (2011)'ün Manavgat ve Belek Bölgesi'nde faaliyet gösteren 58 adet beş yıldızlı otel işletmesinde görev yapan 173 yönetici üzerinde yürüttüğü araştırmada duygusal zeka ve iletişim yetenekleri arasında pozitif bir ilişki olduğu belirlenmiştir. Sy vd., (2006), aynı restoran zincirine ait 9 farklı franchise noktasından 187 yemek servisi çalışanı örneğinde ele aldıkları araştırmada; yöneticilerin ve çalışanların duygusal zekalarının, çalışanların iş tatmini ve iş performansı ile ilişkilerini incelemişlerdir. Elde edilen verilere göre; çalışanların duygusal zekası ile performansı ve iş tatmini arasında pozitif yönlü bir ilişki mevcuttur. Çapkulaç (2013) tarafından beş yıldızlı otel ve birinci sınıf tatil köylerinde çalışan 178 yöneticiye uygulanan araştırmada da benzer şekilde; duygusal zekanın iş performansı ve iş tatmini üzerindeki etkisi incelenmiştir. Araştırma sonucunda duygusal zekanın empati, duygusal farkındalık, duyguların yönlendirilmesi, sosyal beceriler alt boyutları ve iş performansı arasında güçlü bir ilişki olduğu; duygusal zekanın hiçbir alt boyutunun iş tatmini üzerinde etkisi olmadığı saptanmıştır. Gültekin (2016) Türkiye'nin çeşitli bölgelerinde aktif olarak rehberlik hizmeti veren 300 profesyonel turist rehberi örneğinde ele aldığı araştırmasında turist rehberlerinin duygusal zeka seviyeleri ile problem çözme becerileri arasında negatif yönde ve orta düzeyde bir ilişki olduğu sonucuna ulaşmıştır. Erkol Bayram (2019) tarafından 388 profesyonel turist rehberi örneğinde ele alınan araştırmada rehberlerinin duygusal zeka düzeyi ile motivasyon ve performans arasında pozitif yönlü bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Aysin (2018)'de 381 profesyonel turist rehberine yönelik yürüttüğü araştırmasında duygusal zeka ile rehberlik stilleri ilişkisini incelemiştir. Elde edilen bulgular; duygusal zeka alt boyutlarından sosyal yeterlilik ile rehberlik stilleri alt boyutlarından gelişmiş iletişimsel yeteneğe sahip, sorumluluklarının farkında ve müşteri öncelikli boyutları arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki olduğunu ortaya koymuştur. Araştırmacılarından bazıları da duygusal zekayı çalışanlar perspektifinden ele almıştır. Örneğin Özücü ve İzci (2015) tarafından Balıkesir'de faaliyet gösteren otellerdeki 103 çalışan üzerinde yürütülen araştırmada otel çalışanlarının duygusal zekalarının örgütsel vatandaşlık davranışı üzerinde pozitif etkileri olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ayana ve Pelit (2016)'in araştırmasında Afyonkarahisar il merkezindeki 331 otel çalışanı örneğinde uygulama yapılarak duygusal zeka ile örgütsel sinizm düzeyleri arasında ters yönlü bir ilişkinin olduğu ortaya konulmuştur. Keskin vd., (2020)'nin Kapadokya bölgesindeki 373 turizm çalışanını ele alarak yapmış oldukları çalışmada, duygusal zekanın kariyer uyumunu pozitif yönde etkilediği tespit edilmiştir. Çavuş vd., (2015)'nin konaklama işletmeleri, yiyecek-içecek işletmeleri ve seyahat acentelerinde duygusal zeka ve çatışma çözme stilleri ilişkisini inceledikleri araştırma bulgularına göre; duygusal zekaya ait bağımsız değişkenlerin çatışma çözme stillerine bağlı değişkene olan etkileri pozitif yönlüdür. Benzer şekilde Esvet (2015)'de otel işletmelerinde yaptığı araştırmada duygusal zeka ve çatışma yönetimi arasındaki ilişkiyi incelemiş olup; araştırma sonucunda duygusal zeka alt boyutu iyimserlik ile çatışma yönetimi alt boyutları uyuma, hükmetme, uzlaşma arasında pozitif yönlü; duygusal zekanın alt boyutları duyguların

değerlendirilmesi ve duyguların kullanımı ile çatışma yönetimi alt boyutu tümleştirme arasında pozitif yönlü bir ilişki tespit edilmiştir. Demir (2011)'de konaklama işletmelerinde örgütsel çatışma yönetiminde duygusal zekânın olumlu katkısı olduğunu belirlemişlerdir. Yine Demir (2009) Muğla Bölgesinde beş yıldızlı otellerde 563 işgören üzerinde yaptığı araştırmada da duygusal zekanın çalışma yaşamı kalitesini arttırdığını, dolayısıyla işten ayrılma eğilimini ve örgütsel sapmayı azalttığını ortaya koymuştur. Turhan ve Çetinsöz (2019) ise çalışmasında turizm eğitimi alan öğrencilerin duygusal zekası ile motivasyonları arasında pozitif yönde ilişki olduğunu tespit etmiştir.

Yukarıdaki literatür bilgileri çerçevesinde, turizm sektörüne yönelik yapılan araştırmalarda duygusal zekanın motivasyon, performans, iş tatmini, kariyer uyumu, çalışma yaşam kalitesi, örgütsel vatandaşlık davranışı, işten ayrılma eğilimi, çatışma yönetimi, örgütsel sinizm, örgütsel sapma, iletişim becerileri, problem çözme becerileri, rehberlik stilleri gibi örgütsel davranış alanlarında bir etkiye sahip olduğu görülmektedir (Sy vd., 2006; Demir, 2009; Demir, 2011; Su Eröz, 2011; Çapkulaç, 2013; Esvet, 2015; Örucü ve İzci, 2015; Ayana ve Pelit, 2016; Gültekin, 2016; Aysin, 2018; Erkol Bayram, 2019; Keskin vd., 2020). Bunun yanı sıra turizm sektörüne yönelik duygusal zeka ile yönetim tarzı arasındaki ilişki konusunda literatür oldukça zayıftır. Oysaki turizm işletmelerinin emek yoğun nitelikte olması, üretim ve tüketimin eş zamanlı olarak gerçekleşmesi, yüksek talep esnekliği göstermesi nedeniyle hizmet sürecinde hataya yer olmaması yöneticilerin en etkili yönetim tarzını uygulamalarını gerektirmektedir. Yöneticilerin uyguladığı yönetim tarzı, astları ile pozitif ilişkiler kurabilmesini, astların duygu ve düşüncelerini en iyi şekilde anlayarak etkili kararlar verebilmesini gerektirmektedir. Böylelikle sürdürülebilir bir rekabet avantajı elde edebilecek olan yöneticiler için duygusal zeka turizm işletmelerindeki diğer çalışanlarda olduğu gibi çok önemlidir (Kim vd., 2012). Bu bağlamda, literatürdeki mevcut boşluğu ele almak ve teori ile uygulama arasında daha bilinçli bir bağlantı sağlayabilmek adına, bu araştırmada otel işletmelerinde yöneticilerin duygusal zeka düzeyleri ve yönetim tarzlarını belirleyerek duygusal zeka düzeyleri ile yönetim tarzları arasındaki ilişkiyi tespit etmek amaçlanmıştır. Ayrıca araştırmada yöneticilerin duygusal zeka düzeyleri ve yönetim tarzları bireysel özelliklerine göre karşılaştırılmıştır.

### **3. YÖNTEM**

Bu araştırmada verilerin toplanması için anket kullanılmıştır. Düzenlenen anket Şubat, Mart, Nisan, Mayıs, Haziran 2019 tarihinde uygulanmıştır. Anket üç temel bölümden oluşmaktadır. Anketin birinci bölümünde yöneticilerin bireysel özelliklerini belirlemeye yönelik değişkenlere (cinsiyet, yaş, medeni durum, eğitim düzeyi, görev yapılan işletmedeki yöneticilik düzeyi, yöneticilik kıdemi, görev yapılan işletmedeki yöneticilik kıdemi) yer verilirken, ikinci bölümde, Schutte vd., (2001) tarafından geliştirilen daha sonra Austin vd., (2004) tarafından modifiye edilen ve Tatar vd., (2011) tarafından Türkçe geçerlik güvenirliği yapılan duygusal zeka ölçeği yer almaktadır. Duygusal zeka ölçeği temel olarak üç boyut (duyguların değerlendirilmesi, duyguların kullanılması, iyimserlik) ve toplam 41 maddeden oluşmaktadır. Ölçekteki her bir madde beşli Likert derecelendirmesi ile "1=Hiç Katılmıyorum", "2=Az Katılıyorum", "3=Orta Düzeyde Katılıyorum", "4=Çok Katılıyorum", "5=Tamamen Katılıyorum" şeklinde puanlandırılmıştır. Anketin üçüncü ve son bölümünde ise Terzi ve Kurt (2005) tarafından geliştirilen yönetim tarzı ölçeği yer almaktadır. Ölçek üç boyut (demokratik-katılımcı yönetim tarzı, otokratik yönetim tarzı, tam serbesti tanıyan yönetim tarzı) ve toplam 29 maddeden oluşmaktadır. Ölçek maddeleri beşli Likert tipi derecelendirmeye tabi tutulmuş ve "1=Hiçbir Zaman", "2=Nadiren", "3=Ara Sıra", "4=Çoğunlukla", "5=Her Zaman" şeklinde puanlandırılmıştır. Ölçeklerdeki olumsuz maddeler ters kodlanmıştır.

Araştırmanın evrenini, Kültür ve Turizm Bakanlığı'nca (2019) ilan olunan Turizm İşletmesi Belgeli Tesisler'e ilişkin veriler doğrultusunda; Şanlıurfa, Gaziantep, Diyarbakır, Mardin ve Adana ilinde faaliyet gösteren 67 adet 4-5 yıldızlı otel işletmesinde görev yapan alt, orta ve üst kademe yöneticiler oluşturmaktadır. Bu kapsamda; Şanlıurfa ilindeki 4 adet 4-5 yıldız, Gaziantep ilindeki 18 adet 4-5 yıldız, Diyarbakır ilindeki 16 adet 4-5 yıldız, Mardin ilindeki 6 adet 4-5 yıldız, Adana ilindeki 23 adet 4 veya 5 yıldız otel işletmesinde görev yapan alt, orta ve üst kademe yöneticiler araştırmanın evrenidir. Araştırmada örneklem alınma yoluna gidilmiştir. Buna göre küme örnekleme yöntemi ile 23 adet otel işletmesi küme olarak ele alınmıştır.

Örneklem büyüklüğü için  $n = s^2 Z_{\alpha}^2 / d^2$  formülü (Özdamar, 2001) kullanılmış olup formüllerdeki parametreler için 30 kişilik pilot uygulama gerçekleştirilmiştir. Buna göre anlamlılık düzeyi  $\alpha = 0,05$  için  $Z_{0,05} = 1,96$ , standart sapma  $s = 0,8$  ve örneklem hatası  $d = 0,1$  olarak alınmış minimum örneklem büyüklüğü 246 olarak hesaplanmıştır. Bu sayı doğrultusunda 275 adet anket uygulanmış ve değerlendirmeye değer 251'i kullanılmıştır.

Bu araştırmada yöneticilerin bireysel özellikleri frekans ve yüzde dağılımları ile verilmiş olup ölçek ve alt boyutları ortalama ve standart sapma istatistikleri alınarak değerlendirilmiştir. Diğer taraftan yöneticilerin duygusal zeka ve yönetim tarzlarının bireysel özelliklerine göre karşılaştırılması bağımsız örneklem için t testi ve tek yönlü varyans analizi ile yapılmıştır. Varyans analizi sonucunda grupların ikili karşılaştırmasında ise çoklu karşılaştırma testlerinden Tukey testi uygulanmıştır. Bununla birlikte duygusal zeka ve yönetim tarzları arasında ilişkiler Pearson korelasyon analizi ile belirlenmiştir. Ayrıca araştırmada duygusal zeka ve yönetim tarzları ölçeklerinin yapı geçerliğine yönelik faktör analizi uygulanmış olup, güvenilirlik analizine ilişkin iç tutarlık katsayıları (Cronbach's Alpha) hesaplanmıştır. Elde edilen verilerin analizinde SPSS for Windows programı kullanılmıştır.

#### 4. BULGULAR

Araştırmaya katılan otel işletmelerinin toplam 251 yöneticisinin bireysel özelliklerine göre dağılımı Tablo 1'de verilmiştir. Buna göre örneklem grubunu oluşturan yöneticilerin %33,9'u kadın, %66,1'i erkek olup, %50,6'sı evli, %49,4'ü bekar. Katılımcıların %43,4'ü 21-30 yaş aralığında, %42,3'ü 31- 40 yaş aralığında ve %14,3'ü de 41 yaş ve üzerindedir. Bununla birlikte %19,1'i lise ve altında, %41,4'ü ön lisans ve %39,5'i lisans ve lisansüstü düzeyinde eğitime sahipken, %48,3'ü departman şefi, %39'u departman müdürü ve %12,7'si ise genel müdür ve genel müdür yardımcısıdır. Katılımcıların %17,9'u 3 yıl ve daha az, %45,4'ü 4-6 yıl, %28,7'si 7-9 yıl ve %8'i de 10 yıl ve üzerinde sektördeki yöneticilik kıdemlerine sahip iken, işletmedeki yöneticilik kıdemleri ise %41,8'inin 3 yıl ve daha az, %43'ünün 4-6 yıl ve %15,2'sinin de 7 yıl ve üzerindedir.

**Tablo 1: Katılımcıların bireysel özelliklerine göre dağılımı**

Değişkenler	Gruplar	f	%
Cinsiyet	Kadın	85	33,9
	Erkek	166	66,1
Medeni Durum	Evli	127	50,6
	Bekar	124	49,4
Yaş	21-30	109	43,4
	31-40	106	42,3
	41 ve üzeri	36	14,3
Eğitim Düzeyi	Lise ve altı	48	19,1
	Önlisans	104	41,4
	Lisans ve lisansüstü	99	39,5
Yöneticilik Düzeyi	Departman Şefi	121	48,3
	Departman Müdürü	98	39,0
	Genel Müdür ve Yardımcısı	32	12,7
Sektördeki Yöneticilik Kıdemi	3 yıl ve daha altı	45	17,9
	4-6	114	45,4
	7-9	72	28,7
	10 yıl ve üzeri	20	8,0
İşletmedeki Kıdemi	3 yıl ve daha altı	105	41,8
	4-6	108	43,0
	7 yıl ve üzeri	38	15,2
<b>Toplam</b>		<b>251</b>	<b>100,0</b>

Araştırmada duygusal zeka ve yönetim tarzları ölçeklerinin yapı geçerliğine yönelik uygulanan faktör analizi sonuçları ve güvenilirliklerine ilişkin iç tutarlık katsayıları (Cronbach's Alpha) ile bazı betimsel istatistikler Tablo 2'de sunulmuştur. KMO değerleri ve Bartlett's testlerine ilişkin bulgular, örneklem büyüklüğünün yeterli olduğunu ve faktör analizinin uygulanabileceğini göstermektedir (KMO > 0,70; Bartlett's Testi;  $P < 0,001$ ). Ayrıca, duygusal zeka ölçeği toplam varyansın %66,524'ünü açıklayan 3 faktör (iyimserlik, duyguların kullanılması, duyguların

değerlendirilmesi) altında, yönetim tarzı ölçeği de toplam varyansın %61,535'ini açıklayan 3 faktör (otokratik, tam serbesti tanıyan, demokratik) altında toplanmıştır. Cronbach's Alpha katsayıları ise duygusal zeka ölçeği için 0,789 ve yönetim tarzı ölçeği için 0,815 olarak hesaplanmıştır. Ölçek ve alt boyutlarına yönelik ortalama değerleri incelendiğinde, otel yöneticilerinin genel duygusal zeka düzeylerinin orta değer olan 3'ün üzerinde ( $\bar{x}=3,27$ ) olduğu ve en yüksek ortalamaya sahip alt boyutun "iyimserlik" boyutu ( $\bar{x}=3,65$ ), en düşük ortalamaya sahip alt boyutun ise "duyguların değerlendirilmesi" ( $\bar{x}=2,98$ ) olduğu görülmektedir. Yöneticiler için genel yönetim tarzı ortalaması  $\bar{x}=3,12$  olarak hesaplanmış olup, en yüksek ortalamaya sahip alt boyutun "demokratik-katılımcı" ( $\bar{x}=3,97$ ), en düşük ortalamaya sahip alt boyutun ise "otokratik" ( $\bar{x}=2,41$ ) olduğu belirlenmiştir.

**Tablo 2: Ölçeklere ilişkin faktör ve güvenirlik analizi sonuçları ile bazı betimsel istatistikler**

Ölçekler ve altboyutları	Madde sayısı	Özdeğerler	Açıklanan Varyans %	Cronbach's Alpha	$\bar{x}$	SS
<b>İyimserlik</b>	18	7,567	32,345	0,777	3,65	0,55
Duyguların Kullanılması	13	5,561	23,770	0,768	3,19	0,40
Duyguların Değerlendirilmesi	10	2,435	10,408	0,753	2,98	0,67
<b>Genel Duygusal Zeka</b>	41	-	66,524	0,789	3,27	0,38
Otokratik	10	6,879	26,112	0,808	2,41	0,80
Tam Serbesti Tanıyan	10	5,786	21,963	0,789	2,98	1,15
Demokratik-katılımcı	9	3,546	13,460	0,769	3,97	0,47
<b>Genel Yönetim Tarzı</b>	29	-	61,535	0,815	3,12	0,50

*Duygusal Zeka Ölçeği İçin: Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) = 0,789; Bartlett's Testi:  $\chi^2= 5735,4$ ;  $P<0,001$*

*Yönetim Tarzı Ölçeği İçin: Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) = 0,832; Bartlett's Testi:  $\chi^2= 4416,1$ ;  $P<0,001$*

Otel yöneticilerinin duygusal zeka ve yönetim tarzlarının bireysel özelliklerine göre karşılaştırılmasına yönelik uygulanan t testi ve varyans analizi sonuçları Tablo 3'te verilmiştir. Analiz sonuçlarına göre, yöneticilerin duygusal zeka ve yönetim tarzları medeni durum, yaş, sektördeki ve işletmedeki kıdemlerine göre anlamlı farklılık göstermemektedir ( $P>0,05$ ). Buna karşılık yöneticilerin duygusal zeka ve yönetim tarzları bazı alt değişkenler dışında cinsiyet, eğitim durumu ve yöneticilik düzeyine göre anlamlı farklılık göstermiş ( $p<0,05$ ) olup bulgular Tablo 3'te sunulmuştur. Yöneticilerin duygusal zeka ve tüm alt boyutlarına ilişkin ortalamalar arasında cinsiyete göre anlamlı farklılıklar saptanmış ( $p<0,05$ ) olup, kadınların duygusal zeka ve alt boyutlarına ilişkin ortalamaları erkeklerden belirgin bir şekilde yüksek bulunmuştur. Demokratik yönetim tarzı cinsiyete göre anlamlı bir farklılık göstermemekle ( $P>0,05$ ) birlikte, otokratik ve tam serbesti yönetim tarzları cinsiyete göre anlamlı farklılık göstermiştir ( $p<0,05$ ). Ortalama değerleri incelendiğinde, erkek yöneticilerin kadınlara göre daha yüksek düzeyde otokratik yönetim tarzına sahip oldukları, bunun yanı sıra kadın yöneticilerin erkeklere göre daha yüksek düzeyde tam serbesti yönetim tarzına sahip oldukları gözlenmiştir.

Ankete katılan yöneticilerin duygusal zeka düzeyleri duyguları kullanma alt boyutu dışında eğitim durumuna göre anlamlı farklılıklar göstermiş ( $p<0,05$ ) olup, lisans ve lisansüstü eğitime sahip yöneticilerin duyguları değerlendirme, iyimserlik alt boyutları ile genel duygusal zeka düzeylerinin diğer gruplara göre daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Yöneticilerin otokratik yönetim tarzı dışında yönetim tarzları eğitim durumuna göre anlamlı farklılık göstermiş ( $p<0,05$ ) olup, lisans ve lisansüstü eğitime sahip yöneticilerin daha az demokratik ve tam serbesti yönetim tarzı gösterdikleri tespit edilmiştir.

Yöneticilerin duyguları değerlendirme ve iyimserlik alt boyutlarında duygusal zeka düzeyleri yöneticilik düzeyine göre anlamlı farklılıklar göstermiştir ( $P<0,05$ ) ve genel müdür ve genel müdür yardımcılarının duyguları daha yüksek düzeyde değerlendirdikleri buna karşılık iyimserlik düzeylerinin diğer yöneticilere göre daha düşük olduğu saptanmıştır. Yöneticilerin otokratik ve tam serbesti yönetim tarzları yöneticilik düzeyine göre anlamlı farklılıklar göstermiş ( $P<0,05$ ) olup, genel müdür ve genel müdür yardımcılarının diğer yöneticilere göre daha fazla otokratik yönetim tarzı gösterdikleri, departman şeflerinin ise diğer yöneticilere göre daha fazla tam serbesti yönetim tarzı gösterdikleri belirlenmiştir.



Tablo 3: Katılımcıların duygusal zeka ve yönetim tarzlarının bireysel özelliklerine göre karşılaştırılması

Değişkenler	Gruplar	Duyguları Değerlendirme	Duyguları Kullanma	İyimserlik	Duygusal Zeka	Demokratik	Otokratik	Tam Serbesti	Yönetim Tarzı
		$\bar{X} \pm SS$	$\bar{X} \pm SS$	$\bar{X} \pm SS$	$\bar{X} \pm SS$	$\bar{X} \pm SS$	$\bar{X} \pm SS$	$\bar{X} \pm SS$	$\bar{X} \pm SS$
Cinsiyet	Kadın	3,18±0,74	3,28±0,40	3,88±0,53	3,45±0,43	3,99±0,40	2,24±0,78	3,02±1,10	2,98±0,52
	Erkek	2,89±0,62	3,15±0,40	3,54±0,53	3,19±0,33	3,96±0,51	2,50±0,80	2,82±1,23	3,19±0,49
	P	0,001*	0,016*	0,001*	0,000*	0,580	0,013*	0,017*	0,002*
Eğitim Düzeyi	Lise ve altı	2,77±0,53 <sup>b</sup>	3,17±0,40	3,47±0,41 <sup>b</sup>	3,14±0,30 <sup>b</sup>	4,01±0,57 <sup>a</sup>	2,31±0,83	3,12±1,16 <sup>b</sup>	3,15±0,55 <sup>b</sup>
	Ön lisans	2,83±0,64 <sup>b</sup>	3,17±0,40	3,69±0,42 <sup>a</sup>	3,23±0,31 <sup>b</sup>	4,06±0,37 <sup>a</sup>	2,47±0,86	3,31±1,10 <sup>a</sup>	3,28±0,48 <sup>a</sup>
	Lisans üstü	3,27±0,67 <sup>a</sup>	3,24±0,42	3,70±0,70 <sup>a</sup>	3,41±0,46 <sup>a</sup>	3,86±0,50 <sup>b</sup>	2,40±0,73	2,59±1,11 <sup>c</sup>	2,95±0,46 <sup>c</sup>
	P	0,000*	0,336	0,038*	0,000*	0,008*	0,551	0,000*	0,000*
Yöneticilik Düzeyi	Dep. Şefi	2,89±0,63 <sup>b</sup>	3,19±0,40	3,63±0,48 <sup>a</sup>	3,23±0,33	3,97±0,46	2,20±0,73 <sup>c</sup>	3,18±1,20 <sup>a</sup>	3,12±0,51
	Dep. Müd.	3,03±0,66 <sup>b</sup>	3,22±0,43	3,75±0,56 <sup>a</sup>	3,34±0,44	4,00±0,49	2,58±0,81 <sup>b</sup>	2,77±1,14 <sup>c</sup>	3,11±0,53
	G.Müd. ve Y.	3,24±0,79 <sup>a</sup>	3,14±0,36	3,45±0,70 <sup>b</sup>	3,28±0,43	3,88±0,47	2,70±0,86 <sup>a</sup>	2,92±0,97 <sup>b</sup>	3,17±0,45
	P	0,019*	0,586	0,023*	0,156	0,465	0,000*	0,029*	0,871

\* $P < 0,05$  <sup>a,b,c</sup> Üç gruplu değişkenler için farklı harfleri içeren gruplar arasında anlamlı farklılık vardır.

Duygusal zeka ile yönetim tarzları arasındaki ilişkiye yönelik uygulanan Pearson korelasyon analizi sonuçları Tablo 4'te sunulmuştur. Buna göre Duygusal zekanın duyguların değerlendirilmesi alt boyutu ile otokratik ve tam serbesti tanıyan yönetim tarzı arasında anlamlı ilişkiler bulunmazken ( $P > 0,05$ ), diğer değişkenler arasında anlamlı ilişkiler ( $P < 0,05$ ) tespit edilmiştir. Korelasyon katsayıları incelendiğinde genel duygusal zeka, duyguların kullanılması ve iyimserlik alt boyutları ile otokratik yönetim tarzı arasında anlamlı pozitif ilişkiler tespit edilmiştir. Buna karşılık, genel duygusal zeka, duyguların kullanılması ve iyimserlik alt boyutları ile tam serbesti ve demokratik yönetim tarzları arasında anlamlı negatif ilişkiler tespit edilmiştir.

Tablo 4: Duygusal zeka ile yönetim tarzları arasındaki ilişkiye yönelik korelasyon analizi sonuçları

Değişkenler	Otokratik	Tam Serbesti Tanıyan	Demokratik-Katılımcı	Genel Yönetim Tarzı
Duyguların Değerlendirilmesi	0,020	-0,032	-0,683**	-0,529**
Duyguların Kullanılması	0,331**	-0,214*	-0,486**	-0,381**
İyimserlik	0,523**	-0,275**	-0,364**	-0,261*
Genel Duygusal Zeka	0,392**	-0,241*	-0,752**	-0,579**

\* $P < 0,05$  \*\* $P < 0,01$

## 5. TARTIŞMA VE SONUÇ

Otel işletmelerinde yöneticilerin duygusal zeka düzeyleri ile yönetim tarzları arasındaki ilişkiyi ortaya koymayı amaçlayan bu çalışmaya, alt, orta ve üst kademe olmak üzere toplam 251 yönetici katılmıştır. Bu çalışmada 4-5 yıldızlı otel yöneticilerinin genel duygusal zeka düzeylerinin orta değer üzerinde olduğu ve en olumlu olan boyutun iyimserlik, diğer boyutlara göre en olumsuz olan boyutun ise duyguların değerlendirilmesi olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Benzer şekilde Ayana ve Pelit (2016)'ın yapmış oldukları çalışmada 5 yıldızlı otel çalışanlarının duygusal zeka düzeylerinin orta düzeyin üzerinde olduğu belirlenmiştir. Erkol Bayram (2019) tarafından profesyonel turist rehberlerine yönelik yapılan çalışmada da rehberlerin duygusal zeka düzeylerinin



orta seviyede olduğu, iyimserlik boyutunun ise en olumlu boyut olduğu tespit edilmiştir. Otel yöneticilerinin duygusal zeka düzeylerinde en olumlu boyut olarak iyimserliğin belirlenmesi, yöneticilerin olumlu bir ruh hali içerisinde olduğunu, bireysel ve örgütsel yaşamdan tatmin olduğunu, kendini ve başkalarını olduğu gibi kabul edebildiğini ve yaşam aktivitelerinin tadını çıkarabildiğini (Gül ve Güney, 2019) göstermektedir. Bununla birlikte araştırmada otel yöneticilerinin en az duyguların değerlendirilmesi yeteneğine sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Elde edilen bu sonucu; yöneticilerin genellikle aldatıcı veya dürüst olmayan duygusal ifadeleri belirleyebilme, doğru ve yanlış duygusal ifadeleri ayırt edebilme, bağlam ve kültüre bağlı olarak duyguların nasıl gösterildiğini anlayabilme, istendiğinde duyguları doğru bir şekilde ifade edebilme, diğer insanlardaki duyguları sesli ipuçları, yüz ifadeleri, dili ve davranışları aracılığıyla algılayabilme, kendi fiziksel durumları, hisleri ve düşüncelerindeki duyguları tanımlayabilme konularında sıkıntılar yaşadığı (Mayer vd., 2016) şeklinde yorumlamak mümkündür.

Araştırmada yöneticiler için genel yönetim tarzının orta düzeyde olduğu ve en olumsuz görüş bildirilen boyutun otokratik yönetim tarzı, en olumlu görüş bildirilen boyutun ise demokratik-katılımcı yönetim tarzı olduğu saptanmıştır. Otel işletmelerinde en fazla demokratik-katılımcı yönetim tarzının benimsenmesi, otel yöneticilerinin kararlar üzerinde nihai söz sahibi olmalarına rağmen, genellikle astları karar alma sürecine katılmaya teşvik ettiğini (Nwokocha ve Iheriohanma, 2015), üst düzey astlara inisiyatiflerini kullanma ve katkıda bulunma fırsatı verdiğini göstermektedir (Akpaprep vd., 2019). Bununla birlikte otel yöneticilerinin demokratik-katılımcı tarzı benimseyerek, astlar ve onların sergilediği performans üzerine odaklandığı (Bhargavi ve Yaseen, 2016), eleştiri ve övgülerini nesnel olarak yaptığı, yüksek performans sergileyenleri ödüllendirdiği (Puni vd., 2014) belirtilebilir. Ayrıca astların kendilerini daha özgür hissettikleri bu yönetim tarzı ile (Bhargavi ve Yaseen, 2016) otel yöneticilerinin işletme çalışanları arasında daha yüksek üretkenliği ve yaratıcılığı teşvik ettiğini (Sadıa ve Aman, 2018; Akpaprep vd., 2019) ifade etmek mümkündür.

Bu araştırmada bununla birlikte yöneticilerin duygusal zeka ve yönetim tarzlarının medeni durum, yaş, sektördeki ve işletmedeki kıdemlerine göre anlamlı farklılık göstermediği belirlenmiştir. Buna karşılık yöneticilerin duygusal zeka ve yönetim tarzlarının bazı alt değişkenler dışında cinsiyet, eğitim durumu ve yöneticilik düzeyine göre anlamlı farklılıklar gösterdiği tespit edilmiştir. Bu çerçevede kadın yöneticilerin duygusal zeka düzeylerinin erkek yöneticilere göre; lisans ve lisansüstü eğitime sahip yöneticilerin duygusal zeka düzeylerinin daha düşük eğitime sahip yöneticilere göre daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Elde edilen bu sonuç; lisans ve lisansüstü eğitim almış cinsiyeti kadın olan yöneticilerin hayata daha pozitif bir bakış açısıyla bakabilen, daha iyimser kişiler olduklarını (Gül ve Güney, 2019) göstermektedir. Ayrıca bu yöneticilerin belirli bir duygu yaratabilme ve bu duyguyu düşünme sürecine yardımcı olmak için kullanılabilmede daha yetenekli olduklarını (Mayer vd., 2008), duyguların belirleyicilerini ve sonuçlarını analiz etme kapasitelerinin yüksek olduğunu, aynı zamanda karmaşık, çelişkili ve harmanlanmış duyguları anlama ve duygular arasındaki geçişleri tanıma becerilerinin de yüksek olduğunu (Mayer vd., 2002; Kirkland, 2011) ifade etmek mümkündür. Araştırmada genel müdür ve genel müdür yardımcılarını gibi üst kademe yöneticilerin alt ve orta kademe yöneticilere göre duygusal zeka açısından duyguları daha iyi değerlendirdikleri tespit edilirken, tam tersi bir durumda iyimserlik düzeylerinin ise diğer yöneticilere göre daha düşük olduğu belirlenmiştir. Pozitif örgütsel davranış iyimserliği mutluluk, başarı, azim, performans gibi arzu edilen lider ve yönetici özellikleri ile yakın ilgili olarak ele almakla birlikte (Luthans, 2002), araştırma sonucuna göre üst kademe yöneticilerin iyimserliği alt ve orta kademe yöneticilere göre düşüktür. Bu sonuç üst kademe yöneticilerin iyimserliğin gerçekçi olmayan hedefler belirlemeye neden olabileceği (Özen Kutunis ve Yıldız, 2014) kaygısını taşıdığı şeklinde yorumlanabilir. Bu kaygı nedeniyle üst kademe yöneticilerin örgütlerde çok olumlu bir güç olan iyimserliğin (Luthans, 2002) yüksek motivasyon, iş tatmini, performans, iş yaşam dengesi ve çalışanları elde tutma, stres yönetimi gibi olumlu sonuçlarından (Luthans ve Youssef, 2004) daha az faydalanması muhtemeldir. İlgili literatürde bireysel özelliklerin belirleyici rolüne ilişkin elde edilen diğer sonuçlar incelendiğinde Min (2011)'in yapmış olduğu araştırmada turist rehberlerinde duygusal zeka düzeyinin cinsiyet ve tecrübeye göre farklılaştığını, yaş değişkenine göre anlamlı bir farklılık olmadığını kanıtlar nitelikte bulgulara ulaşılmıştır. Türkmen (2016) ise duygusal zeka yeteneklerinin turist rehberlerinin yaşı ve rehberlik tecrübesine göre değişmediğini; erkek rehberlerin kadın rehberlere oranla daha yüksek duygusal zeka düzeyleri olduğunu tespit etmiştir. Bunların dışında Aysin (2018), duygusal zeka boyutlarının kadın ve erkek turist rehberlerine göre anlamlı bir fark göstermediğini, Şahin ve Güzel (2017)'de deneyimli turist rehberlerinin daha az tecrübeli rehberlere oranla daha yüksek duygusal zeka düzeyine sahip olduğunu belirlemişlerdir. Farklı bir uygulama alanı

olarak Alshammari vd., (2020)'nin hemşirelik yöneticileri üzerinde yaptıkları araştırma bulgularına göre; duygusal zeka ile yaş ve deneyim, anlamlı ve pozitif yönde ilişkiliyken, cinsiyet, yaş ve mevcut pozisyonundaki deneyim otoriter liderlik açısından anlamlıdır.

Ayrıca araştırma sonucunda genel duygusal zeka, duyguların kullanılması ve iyimserlik alt boyutları ile otokratik yönetim tarzı arasında pozitif, tam serbesti ve demokratik yönetim tarzları arasında ise negatif ilişkiler saptanmıştır. Bu sonuç, duygusal zekanın artmasıyla birlikte otokratik yönetim tarzının daha çok benimsendiği, buna karşılık tam serbesti ve demokratik yönetim tarzlarının daha az benimsendiğini göstermektedir. Duygusal zeka etkili bir yönetim tarzının ön koşuludur (Walter vd., 2011; Caruso vd., 2014). Gerçekten de, son araştırmalar duygusal zekanın yöneticilerin etkili yönetim tarzlarını uygulamalarına izin verdiğini göstermiştir (Alshammari vd., 2020). Yapılan bu araştırma duygusal olarak zeki yöneticilerin genellikle etkili bir yönetim tarzı olarak otokratik yönetim tarzını tercih ettiklerini göstermektedir. Duygusal zekası yüksek otel yöneticilerinin otokratik yönetim tarzını sergileyerek, karar verme ve yetki kullanma haklarını kendilerinde koruduklarını (Chukwusa, 2018), astları üzerinde kurallar ve nizam uyguladıklarını, onları sıkı bir denetim altında tuttuklarını, taviz vermediklerini (Marschall, 2012; Gonos ve Gallo, 2013), astlarının dikte ettikleri şeye göre çalışmasını arzu ettiklerini (Al Khajeh, 2018), ödül-ceza sistemi ile onları yönlendirdiklerini (Mawoli vd., 2013) ifade etmek mümkündür. Otokratik yönetim tarzı son yıllarda büyük ölçüde eleştirilmekle birlikte (Chukwusa, 2018) bazı durumlarda otokratik bir yönetim tarzı uygun görülmektedir. Örneğin homojen iş gücünün dahil olduğu ve yöneticinin bilgili, adil olduğu ve astları anladığı durumlarda otokratik yönetim tarzının faydalı olabileceği öne sürülmektedir (Armstrong, 2012). Ayrıca hangi görevleri yerine getireceğini veya hangi prosedürleri izleyeceğini bilmeyen yeni, eğitimsiz astlar olduğunda kullanılabilir. Bunların dışında astların başka herhangi bir yönetim tarzına yanıt vermediği, günlük bazda yüksek hacimli üretim ihtiyaçları olduğu durumlarda otokratik yönetim tarzının uygulanabileceği belirtilmektedir (Chukwusa, 2018). Bununla birlikte işletme bir krizle karşılaştığında veya acil müdahale gerektiren bir sorun ortaya çıktığında otokratik yönetim tarzını uygulamak faydalıdır (Bhargavi ve Yaseen, 2016). Otel yöneticilerinin duygusal zekasının artmasıyla birlikte bu yönetim tarzını daha fazla sergilenmesi bulgusu söz konusu bu durumlarla açıklanabilir.

#### **KAYNAKÇA**

- Akparep, J. Y., Jengre, E. ve Mogre, A. A. (2019). "The Influence of Leadership Style on Organizational Performance at TumaKavi Development Dssociation, Tamale, Northern Region of Ghana", *Open Journal of Leadership*, 8, 1-22.
- Al Khajeh, E. H. (2018). "Impact of Leadership Styles on Organizational Performance", *Journal of Human Resources Management Research*, 1-10.
- Al Rahbi, D., Khalid, K. ve Khan, M. (2017). "The Effects of Leadership Styles on Team Motivation", *Academy of Strategic Management Journal*, 16/2, 113-128.
- Alshammari, F., Pasay-an, E., Gonzales, F. ve Torres, S. (2020). "Emotional Intelligence and Authentic Leadership among Saudi Nursing Leaders in the Kingdom of Saudi Arabia", *Journal of Professional Nursing*, 4/3, 1-7.
- Araz, C. (2019). *Duygusal Zekanın Koçluk Tarzı Liderlik Üzerindeki Etkisi*. Yüksek Lisans Tezi, Hacettepe Üniversitesi, Ankara.
- Armstrong, M. (2012). *Armstrong's Handbook of Management and Leadership: Developing Effective People Skills for Better Leadership and Management*, London: Kogan Page.
- Austin, E. J., Saklofske, D., Huang, S. H. S. ve McKenney, D. (2004). "Measurement of Trait Emotional Intelligence: Testing and Cross-Validating a Modified Version of Schutte et al.'s (1998) Measure", *Personality and Individual Differences*, 36/3, 555-562.
- Ayana, Ç. ve Pelit, E. (2016). "Duygusal Zekanın Örgütsel Sinizme Etkisi: Otel İşletmeleri İşgörenleri Üzerinde Bir Araştırma", *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 8/2, 45-76.
- Aysin, N. (2018). *Turist Rehberlerinin Duygusal Zeka ile Rehberlik Stilleri İlişkisi*. Yüksek Lisans Tezi, Ege Üniversitesi, İzmir.
- Batool, B. F. (2013). "Emotional Intelligence and Effective Leadership", *Journal of Business Studies Quarterly*, 4/3, 84-94.

- Bhargavi, S. ve Yaseen, A. (2016). "Leadership Styles and Organizational Performance", *Strategic Management Quarterly*, 4, 87-117.
- Brown, F. W. ve Moshavi, D. (2005). "Transformational Leadership and Emotional Intelligence: A Potential Pathway for an Increased Understanding of Interpersonal Influence", *Journal of Organizational Behavior*, 26, 867-871.
- Caruso, D. R. ve Salovey, P. (2004). *The Emotionally Intelligent Manager: How to Develop and Use the Four Key Emotional Skills of Leadership*, San Francisco, CA: Jossey.
- Chatterjee, A. ve Kulakli, A. (2015). "An Empirical Investigation of the Relationship between Emotional Intelligence, Transactional and Transformational Leadership Styles in Banking Sector", *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 210, 291-300.
- Chukwusa, J. (2018). Autocratic Leadership Style: Obstacle to Success in Academic Libraries. (28.12.2020) <https://digitalcommons.unl.edu/libphilprac/2019>.
- Çapkulaç, O. (2013). *Yöneticilerin Duygusal Zeka Düzeylerinin İş Tatmini ve İş Performans Algısı Üzerine Etkisi*. Yüksek Lisans Tezi, Akdeniz Üniversitesi, Antalya.
- Çavuş, M. F., Yakut, E. ve Kara, E. (2015). "Relationship between Emotional Intelligence and Conflict Resolving Styles: A Study in Tourism Sector (Osmaniye sample)", *Research Journal of Business and Management*, 2/1, 1-17.
- Darvishmotevali, M., Altinay, L. ve Vita, G. D. (2018). "Emotional Intelligence and Creative Performance: Looking through the Lens of Environmental Uncertainty and Cultural Intelligence", *International Journal of Hospitality Management*, 73, 44-54.
- Demir, M. (2009). *Konaklama İşletmelerinde Duygusal Zeka, Örgütsel Sapma, Çalışma Yaşamı Kalitesi ve İşten Ayrılma Eğilimi Arasındaki İlişkinin Analizi*. Doktora Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir.
- Demir, M. (2011). "Örgütsel Çatışma Yönetiminde Duygusal Zekanın Etkisi: Konaklama İşletmelerinde İşgörenlerin Algılamaları Üzerine Bir Araştırma", *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 11/2, 199-211.
- Erkol Bayram, G. (2019). "Turist Rehberlerinde Duygusal Zeka, Motivasyon, Performans İlişkisi", *Turizm Akademik Dergisi*, 6/2, 43-59.
- Erol, S. (2017). *Duygusal Zekanın Etik Liderlik Davranışı Üzerindeki Etkisi: Turizm İşletmeleri Yöneticileri Üzerine Bir Uygulama*. Yüksek Lisans Tezi, Karabük Üniversitesi, Karabük.
- Esvet, M. (2015). *Duygusal Zeka ve Çatışma Yönetimi Arasındaki İlişkinin İncelenmesi ve Bir Araştırma*. Yüksek Lisans Tezi, Pamukkale Üniversitesi, Denizli.
- Follesdal, H. ve Hagtvet, K. (2013). "Does Emotional Intelligence as Ability Predict Transformational Leadership? A Multilevel Approach", *The Leadership Quarterly*, 24/5, 747-762.
- Gardner, W. L., Cogliser, C. C., Davis, K. M. ve Dickens, M. P. (2011). "Authentic Leadership: A Review of the Literature and Research Agenda", *The Leadership Quarterly*, 22/6, 1120-1145.
- Gardner, W. L. ve Stough, C. K. K. (2002). "Examining the Relationship between Leadership and Emotional Intelligence in Senior Level Managers", *Leadership and Organization Development Journal*, 23/2, 68-78.
- Gebregergis, W. T., Huang, F. ve Hong, J. (2020). "The Impact of Emotional Intelligence on Depression among International Students Studying in China: The Mediating Effect of Acculturative Stress", *International Journal of Intercultural Relations*, 79, 82-93.
- Gill, E. (2014). What is Laissez-Faire Leadership? How Autonomy Can Drive Success. (20.11.2020) <https://online.stu.edu/articles/education/what-is-laissezfaire-leadership>.
- Goleman, D. (1995). *Emotional Intelligence: Why It Can Matter More Than IQ*, London, England: Bloomsbury.
- Goleman, D., Boyatzis, R. ve McKee, A. (2002). *Primal Leadership: Realizing the Power of Emotional Intelligence*, Boston: Harvard Business School Press.
- Gonos, J. ve Gallo, P. (2013). "Model for Leadership Style Evaluation", *Management*, 18/2, 157-168.
- Gül, E. ve Güney, A. (2019). "Duygusal Zeka ve İletişim Becerileri Arasındaki İlişki" *Finans Ekonomi ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 4/2, 141-158.

- Gültekin, S. (2016). *Profesyonel Turist Rehberlerinin Duygusal Zekâ Düzeyi ile Problem Çözme Becerileri Arasındaki İlişkinin Günlük Turlarda Karşılaştıkları Yönetsel Sorunlar Bazında İncelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi, Akdeniz Üniversitesi, Antalya.
- Güneş, E. (2016). *Duygusal Zeka ve Liderlik Üzerine Bir Araştırma*. Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir.
- Güzel, Ö. ve Şahin, İ. (2017). "Turist Rehberliğinde Duygusal Zeka", *Turist Rehberliği Araştırmaları: Öngörüler ve Uygulamalar*, (Editör: Ö. Güzel ve V. Altıntaş), Ankara: Detay Yayıncılık.
- Hoang, H. (2008). *Culture and Management: A Study of Vietnamese Cultural Influences on Management Style*. Minneapolis: Capella University,
- Hohlbein, P. J. (2015). *The Power of Play in Developing Emotional Intelligence Impacting Leadership Success: A Study of the Leadership Team in a Midwest Private, Liberal Arts University*. Doctoral Thesis, Pepperdine University Graduate School of Education and Psychology, Los Angeles.
- Hur, S. Y. H., Van Den Berg, P. T. ve Wilderom, C. P. M. (2011). "Transformational Leadership as a Mediator between Emotional Intelligence and Team Outcomes", *The Leadership Quarterly*, 22/4, 591-603.
- Joseph, D. L., Jin, J., Newman, D. A. ve O'Boyle, E. H. (2015). "Why Does Self-Reported Emotional Intelligence Predict Job Performance? A Meta-Analytic Investigation of Mixed Emotional Intelligence", *Journal of Applied Psychology*, 100/2, 298-342.
- Kamugisha, E. R. T. (2017). *The Basics of Business Management - Vol I: Leadership, Financial Management and Economics*. (05.01.2021). <https://bookboon.com/en/the-basics-of-business-management-vol-i-ebook>.
- Kaufman, S. B. (2013). *Ungifted: Intelligence Redefined*, New York, NY: Basic Books.
- Keskin, E., Yayla, Ö. ve Aktaş, F. (2020). "Duygusal Zeka, Kariyer Uyumu ve Yaşam Doymu Arasındaki İlişkiler: Turizm Sektörü Çalışanları Üzerine Bir Araştırma", *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 12/3, 2985-2995.
- Kim, T., Jung-Eun Yoo, J., Lee, G. ve Kim, J. (2012). "Emotional Intelligence and Emotional Labor Acting Strategies among Frontline Hotel Employees", *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 24/7, 1029-1046.
- Kirkland, K. L. (2011). *The Effect of Emotional Intelligence on Emotional Competence and Transformational Leadership*. Doctoral Thesis, The City University of New York Graduate Faculty in Psychology, New York.
- Landy, F. J. (2005). "Some Historical and Scientific Issues Related to Research on Emotional Intelligence", *Journal of Organizational Behavior*, 26/4, 411-424.
- Locke, E. A. (2005). "Why Emotional Intelligence is an Invalid Concept", *Journal of Organizational Behavior*, 26, 425-431.
- Luthans, F. (2002). "Positive Organizational Behaviour: Developing and Managing Psychological Strengths", *Academy Management Executive*, 16/1, 57-72.
- Luthans, F. ve Youssef, C. M. (2004). "Human, Social and Now Positive Psychological Capital Management: Investing in People for Competitive Advantage", *Organizational Dynamics*, 33/2, 143-160.
- Marshall, O. I. (2012). *Employee Attitude to Management Style*. Master's Thesis, Seinajoki University of Applied Sciences Business Administration International, Finland.
- Martin, H. ve Edwards, K. (2016). "The Interaction between Leadership Styles and Management Level and their Impact on Project Success", *Integrated Solutions for Infrastructure Development*, 1-6.
- Mayer, J. D., Caruso, D. R. ve Salovey, P. (2016). "The Ability Model of Emotional Intelligence: Principles and Updates", *Emotion Review*, 8/4, 290-300.
- Mayer, J. D. ve Salovey, P. (1997). *What is Emotional Intelligence? Emotional Development and Emotional Intelligence: Educational Implications*, New York, NY: Basic Books.
- Mayer, J. D., Salovey, P. ve Caruso, D. R. (2002). *Mayer-Salovey-Caruso Emotional Intelligence Test*, Toronto: MHS Publishers.
- Mayer, J. D., Salovey, P. ve Caruso, D. R. (2004). "Emotional Intelligence: Theory, Findings, and Implications", *Psychological Inquiry*, 15, 197-215.

- Mayer, J. D., Salovey, P. ve Caruso, D. R. (2008). "Emotional Intelligence: New Ability or Eclectic Traits?", *American Psychologist*, 63, 503-517.
- Mawoli, M. A., Mohammed, T. H. ve Sarkin-Daji, B. D. (2013). "Leadership Styles, Job Performance, Public Health Institutions, Federal Medical Centre, Private Health Institutions", *Lapai Journal of Management Science*, 4/1, 28-38.
- Miao, C., Humphrey, R. ve Qian, S. (2018). "Emotional Intelligence and Authentic Leadership: A Meta-Analysis", *Leadership and Organization Development Journal*, 39/5, 679-690.
- Munirat, Y. H. ve Yusuf, I. (2017). "Effects of Leadership on Employee Performance in Nigerian Universities", *Global Journal of Management And Business Research*, 17/7, 1-8.
- Nwokocha, I. ve Iheriohanma, E. B. J. (2015). "Nexus between Leadership Styles, Employee Retention and Performance in Organizations", *European Scientific Journal*, 11, 186-209.
- Obiwuru, T. C., Okwu, A. T., Akpa, V. O. ve Nwankwere, I. A. (2011). "Effects of Leadership Style on Organization Performance: A Survey of Selected Small Scale Enterprises in Ikosi-Ketu Council Development Area of Lagos State, Nigeria", *Australian Journal of Business and Management Research*, 1, 100-111.
- Otieno, B. N. ve Njoroge, J. G. (2019). "Effects of Leadership Styles on Employee Performance: Case of Technical University of Kenya", *International Journal of Education and Research*, 7/6, 115-132.
- Örücü, E. ve İzci, Ç. (2015). "Otel Çalışanları Açısından Duygusal Zekanın Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Üzerindeki Etkisi", *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 45, 31-47.
- Özdemir, K. (2016). *Liderlik Uygulamaları ile Duygusal Zeka Boyutları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi, Isparta.
- Özen Kutanis, R. ve Yıldız, E. (2014). "Pozitif Psikoloji ile Pozitif Örgütsel Davranış İlişkisi ve Pozitif Örgütsel Davranış Boyutları Üzerine Bir Değerleme", *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 5/11, 135-154.
- Özturan, M. (2018). *Yöneticilerin Duygusal Zeka Düzeylerinin, Yönetim Tarzları ve Örgütsel Yabancılaşma Duyguları Üzerindeki Etkisinin İncelenmesi*. Doktora Tezi, İstanbul Ticaret Üniversitesi, İstanbul.
- Puni, A., Ofei, S. B. ve Okoe, A. (2014). "The Effect of Leadership Styles on Firm Performance in Ghana", *International Journal of Marketing Studies*, 6, 177-185.
- Rees, D. W. ve Porter, C. (2008). *Skills of Management*, London: Cengage.
- Robert, V. ve Vandenberghe, C. (2020). "Laissez-Faire Leadership and Affective Commitment: The Roles of Leader-Member Exchange and Subordinate Relational Self-Concept", *Journal of Business and Psychology*, 1-19.
- Rosete, D. ve Ciarrochi, J. (2015). "Emotional Intelligence and Its Relationship to Workplace Performance Outcomes of Leadership Effectiveness", *Leadership and Organization Development Journal*, 26/5, 388-399.
- Sadia, A. ve Aman, A. (2018). "Transformational Leadership and Organizational Performance; The Mediating Role of Organizational Innovation", *Seisense Journal of Management*, 1, 59-75.
- Salovey, P. ve Mayer, J. D. (1990). Emotional Intelligence. *Imagination, Cognition, and Personality*, 9 (2): 189-194.
- Schutte, N. S., Malouff, J. M., Hall, L. E., Haggerty, D. J., Cooper, J. T. ve Golden, C. J. (1998). "Development and Validation of a Measure of Emotional Intelligence", *Personality and Individual Differences*, 25/2, 167-177.
- Şimşek, S. (2019). *Yöneticilerin Liderlik Tarzları ile Duygusal Zeka İlişkisinin İncelenmesi Üzerine Sivil Havacılık Sektöründe Bir Araştırma*. Yüksek Lisans Tezi, Beykent Üniversitesi, İstanbul.
- Skogstad, A., Aasland, M. S., Nielsen, M. B., Hetland, J., Matthiesen, S. B. ve Einarsen, S. (2014). "The Relative Effects of Constructive, Laissez-Faire, and Tyrannical Leadership on Subordinate Job Satisfaction: Results from Two Prospective and Representative Studies", *Zeitschrift für Psychologie*, 222, 221-232.
- Su Eröz, S. (2011). *Duygusal Zeka ve İletişim Arasındaki İlişki: Bir Uygulama*. Doktora Tezi, Uludağ Üniversitesi, Bursa.
- Suehs, D. (2015). *Emotional Intelligence and Employee Engagement: A Quantitative Study to Explore the Relationship between the Emotional Intelligence of Frontline Managers and Supervisors*. Doctoral Thesis, St. John Fisher College, Ralph C. Wilson, Jr. School of Education, Executive Leadership Program, NewYork.



- Sy, T., Tram, S. ve O'Hara, L. A. (2006). "Relation of Employee and Manager Emotional Intelligence to Job Satisfaction and Performance", *Journal of Vocational Behavior*, 68, 461-473.
- Tatar, A., Tok, S. ve Saltukoğlu, G. (2011). "Gözden Geçirilmiş Schutte Duygusal Zeka Ölçeğinin Türkçe'ye Uyarlanması ve Psikometrik Özelliklerinin İncelenmesi", *Klinik Psikofarmakoloji Bülteni*, 21/4, 325-338.
- Terzi, A. R. ve Kurt, T. (2005). "İlköğretim Okulu Müdürlerinin Yöneticilik Davranışlarının Öğretmenlerin Örgütsel Bağlılığına Etkisi", *Milli Eğitim Dergisi*, 33/166, 98-112.
- Turhan, M. ve Çetinsöz, B. C. (2019). "Duygusal Zeka ve Motivasyon Arasındaki İlişki: Turizm Programı Öğrencileri Üzerine bir Araştırma", *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 18/69, 268-287.
- Türkmen, M. T. (2016). *Turist Rehberlerinin Duygusal Zeka Yetenekleri ile Liderlik Davranışları Arasındaki İlişkinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma*. Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi, Balıkesir.
- Walter, F., Cole, M. S. ve Humphrey, R. H. (2011). "Emotional Intelligence: Sine Qua Non of Leadership or Folderol?", *Academy of Management Perspectives*, 25/1, 45-59.
- Walters, S. (2018). *Emotional Intelligence and Leader Development: Measuring Trait Emotional Intelligence Scores of Mid-Career Commissioned U.S. Army Officers*. Doctoral Thesis, Western Kentucky University The Faculty of the Educational Leadership, Bowling Green, Kentucky.
- Watkin, C. (2000). "Developing Emotional Intelligence", *International Journal of Selection and Assessment*, 8, 89-92.
- Wen, J., Huang, S. ve Hou, P. (2019). "Emotional Intelligence, Emotional Labor, Perceived Organizational Support, and Job Satisfaction: A Moderated Mediation Model", *International Journal of Hospitality Management*, 81, 120-130.
- Wongyanon, S., Wijaya Mardiyono, A. F. ve Soeaidy, M. S. (2015). "Analysis of the Influence of Leadership Styles of Chief Executives to Organizational Performance of Local Organization in Thailand (A Case Study of Transformational, Transactional and Laissez-Faire Styles of Leadership in Pattaya City, Laemchabang City Municipality and Chonburi Provincial Organization)", *International Journal of Applied Sociology*, 5/2, 76-83.
- Zhan, X. J. (2012). "The Influence Mechanism of Service Employees' Emotional Intelligence on Customer Loyalty: An Empirical Study", *Journal of Jiangxi University of Finance and Economics*, 83/5, 33-40.

#### **Beyan ve Açıklamalar (Disclosure Statements)**

1. Bu çalışmanın yazarları, araştırma ve yayın etiği ilkelerine uyduklarını kabul etmektedirler (The authors of this article confirm that their work complies with the principles of research and publication ethics).
2. Yazarlar tarafından herhangi bir çıkar çatışması beyan edilmemiştir (No potential conflict of interest was reported by the authors).
3. Bu çalışma, intihal tarama programı kullanılarak intihal taramasından geçirilmiştir (This article was screened for potential plagiarism using a plagiarism screening program).







Article Info/Makale Bilgisi

✓Received/Geliş:31.05.2021 ✓Accepted/Kabul:20.08.2021

DOI:10.30794/pausbed.945860

Araştırma Makalesi/ Research Article

Ünal, Ö.. (2022). "Hasta Hekim İletişiminin Hasta Memnuniyetine Etkisinde Hastaların Kurumsal İtibar Algısının Aracı Rolü ", *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı 48, Denizli, ss. 257-265.

## HASTA HEKİM İLETİŞİMİNİN HASTA MEMNUNİYETİNE ETKİSİNDE HASTALARIN KURUMSAL İTİBAR ALGISININ ARACI ROLÜ

Özgün ÜNAL\*

### Öz

Bu çalışmanın amacı hasta-hekim iletişiminin hasta memnuniyetine etkisini ve bu etki de hastaların algıladıkları kurumsal itibar algısının aracı rolünü belirlemektir. Araştırmanın örneklemini 579 kişiden oluşmaktadır. Veriler dört bölümden oluşan anket formuyla toplanmıştır. Verilerin analizinde tanımlayıcı istatistiksel yöntemler ve yapısal eşitlik modellemesinden yararlanılmıştır. Araştırma bulgularına göre hem hasta-hekim iletişimi ( $\beta= 0,114$ ) hem de kurumsal itibar algısının alt boyutları olan güvenilir olma ( $\beta= 0,205$ ), hizmet kalitesi ve sosyal sorumluluk ( $\beta= 0,182$ ), müşteri odaklı olma ( $\beta= 0,257$ ) ve iyi kurum olma ( $\beta= 0,176$ ) hasta memnuniyetini etkilemektedir. Hasta-hekim iletişimin hasta memnuniyetine etkisinde güvenilir olma ( $\beta= 0,131$ ), hizmet kalitesi ve sosyal sorumluluk ( $\beta= 0,115$ ), müşteri odaklı olma ( $\beta= 0,170$ ) ve iyi kurum olma ( $\beta= 0,126$ ) boyutlarının aracı rolü bulunmaktadır. Çalışma sonuçları hasta memnuniyetinde hem hasta-hekim iletişiminin hem de hastanın algıladığı kurumsal itibarın önemli faktörler olduğunu, her iki değişkenin bir arada hasta memnuniyetini güçlendirdiğini göstermektedir.

**Anahtar Kelimeler:** *Hasta-hekim İletişimi, Hasta Memnuniyeti, Kurumsal İtibar.*

### THE MEDIATOR ROLE OF PATIENTS' PERCEPTION OF CORPORATE REPUTATION IN THE EFFECT OF PATIENT-PHYSICIAN COMMUNICATION ON PATIENT SATISFACTION

#### Abstract

This study aims to determine the effect of patient-physician communication on patient satisfaction and the mediating role of patients' corporate reputation perception in this effect. The sample of the study consists of 579 people. Data were collected with a questionnaire consisting of four parts. Descriptive statistical methods and structural equation modelling were used in the analysis of the data. According to the research findings, both patient-physician communication ( $\beta= 0.114$ ) and the sub-dimensions of corporate reputation reliability ( $\beta= 0.205$ ), service quality and social responsibility ( $\beta= 0.182$ ), customer orientation ( $\beta= 0.257$ ) and being a good organization ( $\beta= 0.176$ ) affects patient satisfaction. Reliability ( $\beta= 0.131$ ), service quality and social responsibility ( $\beta= 0.115$ ), customer orientation ( $\beta= 0.170$ ), and being a good organization ( $\beta= 0.126$ ) dimensions have a mediating role in the effect of patient-physician communication on patient satisfaction. The study results showed that both patient-physician communication and the corporate reputation perceived by the patient are important factors in patient satisfaction, and both variables together strengthen patient satisfaction.

**Keywords:** *Patient-Physician Communication, Patient Satisfaction, Corporate Reputation.*

\*Arş. Gör. Dr., Sakarya Üniversitesi, İşletme Fakültesi, Sağlık Yönetimi Bölümü, SAKARYA.  
e-posta:ozgununal@sakarya.edu.tr, (<https://orcid.org/0000-0002-1245-2456>)

## 1. GİRİŞ

Tüm alanlarda olduğu gibi sağlık sektöründe de rekabet gün geçtikçe artmaktadır (Amarat vd., 2021; Karaca ve Durna, 2019). Sağlık sektöründe yoğunlaşan rekabet hastaların hastane tercihini etkileyen faktörlerin belirlenmesini önemli hale getirmektedir. Hastaların hastaneyi tercih nedenleri arasında hasta memnuniyet düzeyi önemli bir yere sahiptir (Erdugan vd., 2017). Bu durum hasta memnuniyetine sağlık işletmeleri arasındaki rekabette en az diğer faktörler kadar (fiziki yapı, araç-gereç, insan gücü, sermaye vb.) belirleyici bir rol kazandırmaktadır (Bişkin, 2018). Ayrıca hasta memnuniyeti sadece hastanenin tercih edilirliliğini arttırmamakta aynı zamanda sunulan hizmetin geliştirilmesi gereken yönlerini sağlık yöneticilerine göstermesi bakımından da önemli bir rol oynamaktadır (Abdel Maqsood et al., 2012).

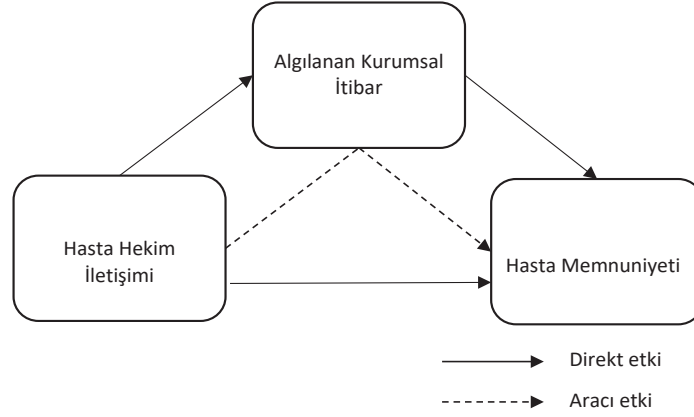
Memnuniyet bir kimsenin bir hizmete ilişkin deneyimlerinin o hizmetten beklentilerini karşılaması sonucu duyduğu histir (Simorangkir et. al., 2021). Hasta memnuniyeti ise sağlık hizmeti sunan kuruluşun hasta beklentilerini karşılaması veya bu beklentilerin çok daha fazlasını sunması ile elde edilebilmektedir (Çatı vd., 2018). Günümüzde tüm sektörlerde olduğu gibi sağlık sektöründe de hizmet kalitesinin en önemli ölçütlerden birisi hizmet alan hastaların memnuniyet düzeyidir (Erdugan ve Yörübulut, 2017). Hasta memnuniyetinin belirlenmesi, hizmet kalitesinin geliştirilmesi, hasta beklentileri ile uyumlu ve daha yüksek niteliğe sahip hizmet verilmesi bakımından önem arz etmektedir (Gökkaya vd., 2018). Bu nedenle hasta memnuniyeti kavramı sağlık yöneticileri için üzerinde durulması gereken hayati bir konu olarak değerlendirilmektedir. Bunun bir sonucu olarak alan yazında hasta memnuniyetini etkileyen faktörlerin belirlenmesi için sayısız çalışma yapılmış ve onlarca faktör ortaya koyulmuştur. Özer ve Çakıl (2007) hasta memnuniyetini etkileyen bu faktörleri üç ana boyut altında toplamaktadır. Bunlar hastaya ilişkin faktörler (hastanın yaş, ekonomik durum, geçmiş deneyimleri vb.), hizmet sunanlara ilişkin faktörler (sağlık personelinin kişilik özellikleri, nezaketi, hasta ile ilişkisi ve iletişimi vb.) ve kurumsal faktörlerdir (kurumun fiziksel imkânları, politikaları, kaliteli hizmet sunması vb.). Hastaya ilişkin faktörler hastanın kendisi ile alakalı olup, kurumun bu faktörlere müdahale şansı pek bulunmamaktadır. Buna karşılık hizmet sunanlara ilişkin faktörler ve kurumsal faktörler kurumun müdahalede bulunabileceği ve hasta memnuniyetini arttıracak şekilde düzenlemeler yapabileceği faktörlerdir. Bu nedenle sağlık yöneticilerinin hasta memnuniyetini arttırmak için bu faktörlere odaklanması kurum açısından faydalı olacaktır.

Hastaların memnuniyetini etkileyebilecek kurumsal faktörlerden birisi de hastaların kurumsal itibar algısıdır (Wu, 2011). Kurumsal itibar, kurumun sosyal paydaşlarının gözünde nasıl algılandığını ifade eden değerler bütünüdür (Bahar, 2019). Bir başka ifade ile kamuoyunun kurumla ilgili olumlu ya da olumsuz izlenimlerini (Amarat et. al., 2021) ve duygusal tepkilerini (Çınaroğlu ve Şahin, 2013) ifade etmektedir. Kandampully ve Hu (2007) kurumsal itibarın iki ana bileşenden oluştuğunu belirtmişlerdir. Bunlardan ilki, kolayca ölçülebilen ve değerlendirilebilen somut bileşen; ikincisi ise kişinin kurumla ilgili deneyimleri sonucu oluşan tutum ve inançları gibi duygusal bileşendir.

Kurumsal itibar kurumların elle tutulup gözle görülemeyen önemli bir kaynağıdır (Şakar, 2011) ve kurumların başarıya ulaşmasında önemli bir rol üstlenmektedir (Ünal, 2015). Bu nedenle olumlu bir kurumsal itibar kurumlara saygınlık, rekabet üstünlüğü, paydaşlarla daha olumlu ilişkiler, paydaşlar tarafından daha fazla tolere edilebilirlik ve kurumun hizmetleri için değer yaratmak gibi faydalar sunmaktadır (Karaköse, 2012). Olumlu itibarın kuruma sağladığı bu avantajların hasta memnuniyetini artırıcı etkisinin olduğu da yadsınmamalıdır (Abd-El-Salam et. al., 2013).

Hasta memnuniyetini artırma konusunda kurumun düzenleme yapabileceği faktörlerden biri de hizmet sunan personele ilişkin özelliklerdir. Sağlık hizmeti sunumunda hasta ve sağlık personeli sıklıkla yüz yüze gelmektedir. Bu nedenle sağlık personeli hastaların kuruma ilişkin itibar algısını doğrudan etkilemektedirler (Deniz vd., 2017). Hasta-hekim iletişimi en basit tanımıyla hasta ve hekim arasında kurulan, merkezinde hastanın yer alacağı sağlık hizmeti ile ilgili bilgi alışverişi olan iletişimdir (Ünal, 2016). Hastaların sağlık hizmeti alırken en sık karşılaştıkları sağlık çalışanları hekimler aynı zamanda sağlık hizmetlerinin ana aktörleridir. Etkili bir iletişim hastaların aldıkları hizmetten memnuniyetlerini arttıracaktır (Chen vd., 2007; Harmon et. al., 2006). Bu bilgiler ışığında sağlık yöneticilerinin hasta memnuniyetini geliştirmek için hizmet sunan personele ilişkin özelliklere, bilhassa hasta-hekim iletişimine önem vermesinin sağlık kuruluşları için hayati öneme haiz olduğunu söylemek mümkündür.

Alan yazında yer alan ve yukarıda değinilen bilgiler ışığında hem hastaların kurumsal itibar algısının hem de hasta-hekim iletişiminin hasta memnuniyetinin önemli öncülleri olduğu açıktır. Buna karşılık alan yazında hastaların kurumsal itibar algısının ve hasta-hekim iletişiminin hasta memnuniyetine birlikte etkisini ele alan, kurumsal itibar algısının hasta-hekim iletişiminin hasta memnuniyetine etkisinde nasıl bir rolü olduğunu belirleyen bir çalışmaya rastlanılmamıştır. Bu bağlamda bu çalışmanın amacı hasta-hekim iletişiminin hasta memnuniyetine etkisini belirlemek ve bu etkide hastaların algıladıkları kurumsal itibar algısının aracı rolünü ortaya koymaktır. Bu amaçla araştırma modeli aşağıdaki şekilde kurulmuştur (Şekil 1).



**Şekil 1: Araştırma Modeli**

## 2. YÖNTEM

### 2.1. Araştırmanın Evren ve Örneklemi

Araştırmanın evrenini Sakarya ilinde ikamet eden ve Sakarya ilindeki bir özel hastaneden en az iki kere hizmet almış olan 18 yaş üstü bireyler oluşturmaktadır. Araştırma katılımcılarının özel hastaneden hizmet alan bireylerden olmasının temel nedeni kullanılan kurumsal itibar ölçeğindeki ifadelerin daha çok özel hastanelere uygun olduğunun düşünülmesidir. Ayrıca araştırmaya konu edilen özel hastanenin Sakarya'daki en büyük iki özel hastaneden biri olması, ilgili hastanenin katılımcılarının hedef evren olarak belirlenmesinin önemli bir nedenidir. Araştırma evreni net olarak belirlenemediğinden il merkezinin genel nüfusu üzerinden bir örneklem belirlenmiştir. Buna göre Sakarya İlinin araştırmanın yapıldığı tarihteki nüfus sayısı 1.000.043'tür. Bu evreni temsil edebilecek minimum örneklem büyüklüğü ise 348'tür (Coşkun vd., 2015). Bu doğrultuda araştırmada minimum 384 katılımcıya ulaşılması hedeflenmiştir. Buna karşılık uygulanan online anket formuna 579 kişi katılım göstermiştir. Örneklem büyüdükçe evreni temsil kabiliyeti artacağından çalışmanın örneklemini 579 katılımcı olarak kabul edilmiştir.

### 2.2. Veri Toplama Aracı

Veri toplama aracı olarak anket formu kullanılmış olup kullanılan anket formu dört bölümden oluşmaktadır.

*Sosyo Demografik Bilgiler Formu:* Katılımcıların sosyo-demografik özelliklerini belirlemeye yönelik dört sorudan oluşmaktadır.

*Müşteri Odaklı Kurumsal İtibar Algısı Ölçeği:* Walsh ve Beatty (2007) tarafından geliştirilen ve İnce ve Tosun (2015) tarafından Türkçe geçerlilik ve güvenilirlik çalışması yapılan ölçek 24 sorudan 'Müşteri Odaklı Kurumsal İtibar Ölçeği' oluşmaktadır. Ölçek 5'li Likert şeklinde dizayn edilmiş olup 1 Kesinlikle Katılmıyorum ile 5 Kesinlikle Katılıyorum arasında puanlanmaktadır.

*Hasta Memnuniyeti Ölçeği:* Hasta memnuniyetini ölçmek amacıyla Chang ve arkadaşları (2013) tarafından geliştirilen ölçek dört maddeden oluşmaktadır ölçek kullanılmıştır. Ölçeğin Türkçe uyarlaması Akbolat ve arkadaşları (2019) tarafından yapılmıştır. Ölçek 5'li Likert şeklinde dizayn edilmiş olup 1 Kesinlikle Katılmıyorum ile 5 Kesinlikle Katılıyorum arasında puanlanmaktadır.

*Hasta-Hekim Etkileşimlerinde Algılanan Etkinlik Ölçeği:* Hasta- hekim iletişimi Maly ve arkadaşları (1998) tarafından geliştirilen 10 maddelik ölçeğin Türkçe uyarlaması Ünal ve arkadaşları (2018) tarafından yapılmıştır. Ölçek 5'li Likert yapıda olup; 1 Hiçbir zaman- 5 Her zaman arasında ölçeklendirilmiştir.

### 2.3. Veri Analiz Yöntemi

Elde edilen verilerin analizinde tanımlayıcı istatistiksel yöntemler ve yapısal eşitlik modeli kullanılmıştır. Verilerin analizinde SPSS ve Smart PLS programlarından yararlanılmıştır. Veriler %95 güven aralığında ( $p=0,05$ ) analiz edilmiştir.

### 2.4. Araştırmanın Etik Onayı

Araştırmada veri toplamadan önce Sakarya Üniversitesi Etik Kurulundan 07.05.2021 tarih ve 29105 sayılı araştırmanın etik ilkelere uygun olduğuna dair onay alınmıştır.

## 3. BULGULAR

Katılımcıların 428'i kadın 151'i erkektir. Katılımcıların yaş ortalamaları 37,30(+10,682) olup 368'i bekar 210'u evlidir. Katılımcıların eğitim durumuna bakıldığında ise 143'ü lise ve altı eğitim düzeyi, 101'i ön lisans, 266'sı lisans, 69'u ise lisansüstü eğitim seviyesine sahiptir. Katılımcıların sosyo-demografik özellikleri incelendiğinde yaş ortalamasının orta yaş civarında olması, eğitim seviyelerinin genel olarak yüksek olması araştırmanın örnekleminin genel olarak sağlık hizmetleri ile ilgili bilgi sahibi olabilecek, aldıkları hizmeti ve çevrelerindeki olayları değerlendirebilecek düzeyde kişilerden oluştuğuna işaret etmektedir.

Araştırmada kullanılan ölçeklerin Türkçe geçerlilik çalışmaları daha önce yapıldığından bu araştırmada tekrar geçerlilik analizi yapılmamış olup, yalnızca güvenilirlik analizleri yapılmıştır. Yapılan güvenilirlik analizi sonuçları Tablo 1 'de görülmektedir. Ayrıntısı tabloda görüldüğü üzere ölçeklerin güvenilirlik değerleri 0,879 ile 0,947 arasında değişmekte olup, bu değerler ölçeklerin güvenilirlik seviyelerinin yüksek olduğunu göstermektedir (Uzunsakal & Yıldız, 2018: 19).

Araştırma modelinin geçerliliğini ortaya koymak amacıyla birleşik güvenilirlik değerleri ve ortalama açıklana varyans (AVE) değerleri kullanılmıştır. Tablo 1'de görüldüğü üzere her bir değişkenin ortalama açıklana varyans ( $AVE \geq 0,50$ ) değeri 0,648 – 0,903 aralığında, birleşik güvenilirlik değerleri ( $CR \geq 0,70$ ) ise 0,917 – 0,962 aralığında bulunmuştur. Buna ek olarak, her bir ifadeye ilişkin faktör yüklerinin 0,712 ile 0,952 arasında değer almıştır (Ek-1). Bu bulgular araştırmada kullanılan ölçeklerin güvenilirliğini ve modelinin yapı geçerliliğini doğrulamaktadır.

**Tablo 1: Ölçeklerin Güvenilirlik Analizi Sonuçları ve Katılımcıların Ortalamaları**

	Cronbach's Alpha	Birleşik Güvenilirlik (CR)	Ortalama Açıklana Varyans (AVE)
Hasta Hekim İletişimi	0,933	0,947	0,749
Hasta Memnuniyeti	0,947	0,962	0,863
Güvenilir Olma	0,879	0,917	0,734
Hizmet Kalitesi ve Sosyal Sorumluluk	0,909	0,928	0,648
Müşteri Odaklı Olma	0,893	0,949	0,903
İyi Kurum Olma	0,889	0,923	0,751
İyi Yönetilme ve Güçlü Olma	0,933	0,946	0,714

Araştırma değişkenlerinin ayrışma geçerliliğini ortaya koyan bulgular Tablo 2'de yer almaktadır. Bu kapsamda araştırma değişkenlerin AVE değerlerinin kareköklerinin değişkenin diğer değişkenlerle olan ilişki katsayılarından

büyük olması gerekmektedir (Cengiz ve Özkara, 2016). Tabloda yer alan bulgulara göre her bir değişkenin AVE değerinin karekökü, modeldeki diğer değişkenlerin ilgili değişken ile olan ilişki katsayısından daha büyüktür. Bu sonuçlar araştırmacının ayırma geçerliliğini ortaya koymaktadır.

**Tablo 2: Ayırma Geçerliliği Değerleri**

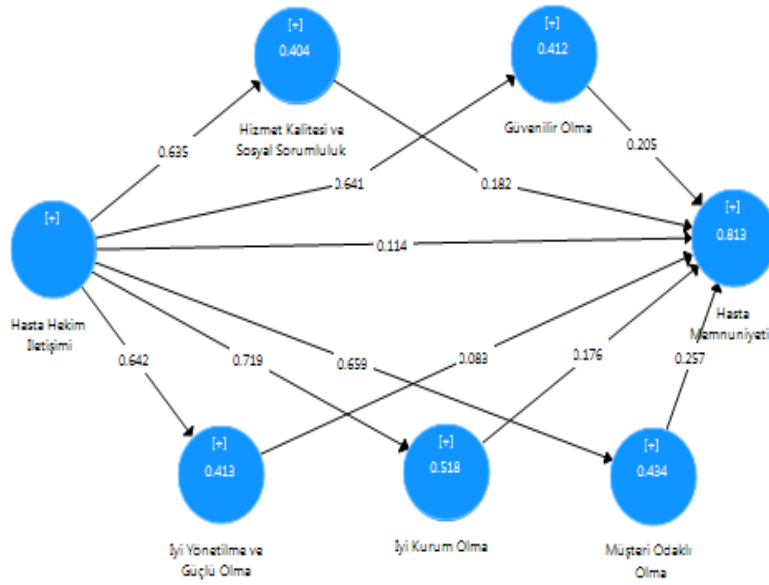
	1	2	3	4	5	6	7
<b>1. Hasta Hekim İletişimi</b>	<b>0,865*</b>						
<b>2. Hasta Memnuniyeti</b>	0,710	<b>0,929*</b>					
<b>3. Güvenilir Olma</b>	0,641	0,827	<b>0,857*</b>				
<b>4. Hizmet Kalitesi ve Sosyal Sorumluluk</b>	0,823	0,635	0,795	<b>0,805*</b>			
<b>5. Müşteri Odaklı Olma</b>	0,698	0,659	0,787	0,641	<b>0,950*</b>		
<b>6. İyi Kurum Olma</b>	0,838	0,719	0,845	0,784	0,795	<b>0,867*</b>	
<b>7. İyi Yönetilme ve Güçlü Olma</b>	0,801	0,642	0,804	0,802	0,664	0,828	<b>0,845*</b>

Şekil 2’de araştırma modelinin çıktısı, Tablo 3’de ise modelin t ve p değerleri yer almaktadır. Şekilde görülen değerler ise değişkenlerin direkt etkilerini belirtmektedir. Şekilde görüldüğü üzere hasta-hekim iletişim hasta memnuniyetini ( $\beta = 0,114$ ) ve kurumsal itibar algısının güvenilir olma ( $\beta = 0,641$ ), hizmet kalitesi ve sosyal sorumluluk ( $\beta = 0,635$ ), müşteri odaklı olma ( $\beta = 0,659$ ), iyi kurum olma ( $\beta = 0,719$ ) ve iyi yönetilme ve güçlü olma ( $\beta = 0,642$ ) boyutlarını pozitif yönlü ve anlamlı etkilemektedir. Şekil 2 ve Tablo 3’de yer alan diğer sonuçlar ise kurumsal itibar algısı boyutlarından güvenilir olma ( $\beta = 0,205$ ), hizmet kalitesi ve sosyal sorumluluk ( $\beta = 0,182$ ), müşteri odaklı olma ( $\beta = 0,257$ ) ve iyi kurum olma ( $\beta = 0,176$ ) boyutlarının hasta memnuniyetini pozitif yönlü ve anlamlı etkilediğini ( $p < 0,05$ ), buna karşılık iyi yönetilme ve güçlü olma boyutunun hasta memnuniyetine anlamlı etkisi olmadığını ortaya koymaktadır ( $p > 0,05$ ).

**Tablo 3: Araştırma Modelinin T ve p Değerleri**

	T	p
<b>Hasta Hekim İletişimi-&gt; Güvenilir Olma</b>	21,455	0,000
<b>Hasta Hekim İletişimi-&gt; Hasta Memnuniyeti</b>	3,669	0,000
<b>Hasta Hekim İletişimi-&gt; Hizmet Kalitesi ve Sosyal Sorumluluk</b>	21,659	0,000
<b>Hasta Hekim İletişimi-&gt; Müşteri Odaklı Olma</b>	19,855	0,000
<b>Hasta Hekim İletişimi-&gt; İyi Kurum Olma</b>	28,232	0,000
<b>Hasta Hekim İletişimi-&gt; İyi Yönetilme ve Güçlü Olma</b>	21,899	0,000
<b>Güvenilir Olma-&gt; Hasta Memnuniyeti</b>	4,103	0,000
<b>Hizmet Kalitesi ve Sosyal Sorumluluk-&gt; Hasta Memnuniyeti</b>	4,103	0,000
<b>Müşteri Odaklı Olma-&gt; Hasta Memnuniyeti</b>	6,577	0,000
<b>İyi Kurum Olma-&gt; Hasta Memnuniyeti</b>	3,296	0,001
<b>İyi Yönetilme ve Güçlü Olma-&gt; Hasta Memnuniyeti</b>	1,547	0,122





Şekil 2: Model Çıktısı

Tablo 4’de yapısal eşitlik modeli sonucunda elde edilen aracı etkiler ve modelin T ve p değerleri yer almaktadır. Tablodaki “p” değerleri incelendiğinde araştırma kapsamında kurulan beş aracı değişken modelinden yalnızca iyi yönetilme ve güçlü olma boyutunun aracı etkisinin istatistiksel olarak anlamsız olduğu, diğer modellerin ise anlamlı olduğu görülmektedir. Tabloya göre hasta-hekim iletişiminin hasta memnuniyetine etkisinde güvenilir olma ( $\beta = 0,131$ ), hizmet kalitesi ve sosyal sorumluluk ( $\beta = 0,115$ ), müşteri odaklı olma ( $\beta = 0,170$ ) ve iyi kurum olma ( $\beta = 0,126$ ) boyutlarının aracı rolü bulunmaktadır. Araştırma sonucunda elde edilen bulgular hasta-hekim iletişiminin hasta memnuniyetine etkisinin kurumsal itibar aracılığıyla oldukça yükseldiği görülmektedir ( $\beta = 0,656$ ).

Tablo 4: Aracı Etkiler

	$\beta$	T	p
HHİ -> GO-> HM	0,131	4,030	0,000
HHİ -> HK -> HM	0,115	4,069	0,000
HHİ -> MO-> HM	0,170	6,140	0,000
HHİ -> -İK-> HM	0,126	3,248	0,001
HHİ -> İY-> HM	0,053	1,531	0,126

HHİ: Hasta Hekim İletişimi; HM: Hasta Memnuniyeti; GO: Güvenilir Olma; HK: Hizmet Kalitesi ve Sosyal Sorumluluk; MO: Müşteri Odaklı Olma; İK: İyi Kurum Olma; İY: İyi Yönetilme ve Güçlü Olma

#### 4. TARTIŞMA ve SONUÇ

Bu çalışma hasta-hekim iletişiminin hasta memnuniyetine etkisini ve bu etkide kurumsal itibar algısının aracı rolünü belirlemek amacıyla gerçekleştirilmiştir. Çalışma sonuçlarına göre hasta-hekim iletişimi hasta memnuniyetini etkilemektedir. Hastaların kendileri ile konuşan, kendilerini ifade etmelerine izin veren, beklentilerini soran bir hekimden hizmet almalarının memnuniyetlerini artırması son derece olağan bir sonuçtur. Nitekim bu sonuç alan yazında birçok çalışma tarafından desteklenmektedir (Burgener, 2020; Biglu et. al., 2017; McFarland et. al., 2017). Gerek mevcut çalışmanın sonuçları gerek önceki çalışmalar, hasta-hekim iletişiminin hasta memnuniyetinin oluşmasında önemli bir faktör olduğunu ortaya koymaktadır.

Çalışmanın bir diğer sonucuna göre hastaların kurumsal itibar algıları hasta memnuniyetini etkilemektedir. Buna göre kurumsal itibarın boyutlarından güvenilir olma, hizmet kalitesi ve sosyal sorumluluk, müşteri odaklı olma ve iyi kurum olma boyutları hastaların hastaneden duydukları memnuniyeti arttırmaktadır. Çalışma sonuçları irdelendiğinde hastaların güvenilir olduğunu düşündükleri bir kurumdan hizmet almaktan memnuniyet duyacakları söylenebilir. Nitekim Kim ve arkadaşları (2008) hastane güvenilirliği ile hasta memnuniyeti arasında bir ilişki tespit

etmiştir. Çalışmadan elde edilen bir diğer sonuç kurumsal itibar algısının boyutlarından olan algılanan hizmet kalitesi ile hastaneden memnuniyet arasında ilişki olduğunu ve algılanan hizmet kalitesinin hasta memnuniyetini etkilediğini göstermektedir. Swain ve Singh (2021) mevcut çalışmaya benzer olarak algılanan hizmet kalitesinin hasta memnuniyetini etkilediğini ifade etmektedirler. Bir diğer çalışmada da algılanan hizmet kalitesinin hasta memnuniyetinin önemli bir öncülü olduğu vurgulanmaktadır (Eren, 2020). Bu sonuçlar dikkate alındığında hizmet kalitesi ile hasta memnuniyeti arasında olan ilişkinin son derece olağan olduğunu söylemek mümkündür. Zira hastaların istek ve beklentilerinin karşılanması olarak ifade edilen hasta memnuniyetinin (Tengilimoğlu, 2016) hastanın algıladığı yüksek hizmet kalitesi ile sağlanabileceği aşikârdır. Alan yazında yer alan bu bilgi ile kurumun müşteri odaklı olmasının da hasta memnuniyetini etkilediği sonucunu açıklamak mümkündür. Çalışmadan elde edilen bir diğer sonuç ise iyi yönetilme ve güçlü olma boyutunun hasta memnuniyeti üzerinde herhangi bir etkisi olmadığı sonucudur. Bu sonuç hastaların hizmet aldığı hastanenin yönetimi ile ilgili fikir sahibi olmasının güç olması ile açıklanabilir. Zira kurumsal itibar algısının diğer boyutları hastaların deneyimleri sonucunda algılayabilecekleri boyutlarken bu boyutun algılanmasının diğer boyutlar kadar kolay olmadığı söylenebilir. Buna karşılık gerek alan yazındaki diğer çalışmalar gerekse mevcut çalışmanın sonuçları hastaların kurumsal itibar algılarının genel olarak hasta memnuniyetini etkilediğini ortaya koymaktadır.

Çalışmanın bir diğer sonucuna göre hasta-hekim iletişiminin hasta memnuniyetine etkisinde kurumsal itibarın boyutlarından güvenilir olma, hizmet kalitesi ve sosyal sorumluluk, müşteri odaklı olma ve iyi kurum olma boyutlarının aracı rolü vardır ve bu etkiyi güçlendirmektedir. Buna göre hasta-hekim iletişiminin pozitif olmasına ek olarak hastaların hizmet almış oldukları hastaneye ilişkin pozitif algıları hasta memnuniyetini oldukça güçlendirmektedir. Bu nedenle sağlık kurumlarında hizmet sunan personelin hastalarla iletişimlerine ek olarak kurumun hastaların zihnindeki itibarlarını da güçlendirmeleri hastaların hastaneden memnuniyetlerini daha da arttıracaktır. Bununla birlikte hasta memnuniyetinin de hasta bağlılığında önemli bir faktör olduğu bilinmektedir (Ramli, 2017; Fatima et. al., 2018). Ayrıca Wu (2011) çalışmasında kurumsal itibarın hasta bağlılığını etkilediğini, bu etkide hasta memnuniyetinin anahtar rolü olduğunu vurgulamaktadır. Ünal ve arkadaşları (2018) ise hasta-hekim iletişiminin hasta bağlılığında önemli bir faktör olduğunu ortaya koymaktadır. Alan yazındaki bu sonuçlar hasta memnuniyetinin, hasta-hekim iletişiminin ve hastaların kurumsal itibar algılarının hasta bağlılığında önemli bir faktör olduğunu göstermektedir. Bu bağlamda sağlık kurumları yöneticilerinin hasta memnuniyetini sağlamalarının önemi ortadadır. Hasta memnuniyetini sağlamada hastanın hizmet sunan personel ile iletişiminden etkileneceği ve hastaların hakkında olumlu itibara sahip oldukları kuruma daha olumlu yaklaşacağı görülmektedir. Bu doğrultuda sağlık yöneticilerinin hasta memnuniyetini sağlamak için hizmet sunucu hasta iletişimini arttırmaya yönelik adımlar atmaları; hastaların kurumla ilgili fikirlerini olumlu kılmak için güvenilir, yüksek hizmet kalitesine sahip, müşteri odaklı ve iyi bir kurum olduğuna dair imajını güçlendirmeleri önerilmektedir.

#### **KAYNAKÇA**

- Abdel Maqsood, A. S., Oweis, A. I., & Hansa, F. S. (2012). "Differences between patients' expectations and satisfaction with nursing care in a private hospital in Jordan." *International Journal of Nursing Practice*, 18, 140–146. <https://doi.org/10.1111/j.1440-172X.2012.02008.x>
- Abd-El-Salam, E. M., Shawky, A. Y., & El-Nahas, T. (2013). "The Impact of Corporate Image and Reputation on Service Quality, Customer Satisfaction and Customer Loyalty: Testing The Mediating Role", *Case Analysis in an International Service Company, The Business & Management Review*, 3(2), 177.
- Akbolat, M., Ünal, Ö., & Amarat, M. (2019). "Hastane Fiziksel Ortamına İlişkin Deneyimlerin Hasta Memnuniyetine Etkisi." 4. Uluslararası Sağlık Bilimleri ve Yönetimi Kongresi, 20-23 Haziran, İstanbul, Türkiye.
- Amarat, M., Baş, T., Akbolat M. & Ünal Ö. (2021). "How does the perception of corporate reputation of patients shape?" *International Journal of Healthcare Management*, 14(2), 375-382, DOI: 10.1080/20479700.2019.1647946
- Bahar, B. (2019). "Kurumsal itibar ve kuramsal temelleri." *Journal of Yaşar University*, 14(55), 226-236.
- Biglu, M. H., Nateq, F., Ghojzadeh, M., & Asgharzadeh, A. (2017). "Communication skills of physicians and patients' satisfaction." *Materia socio-medica*, 29(3), 192-195.
- Bişkin, F. (2018). "Sağlık İşletmelerinde Algılanan Hizmet Kalitesinin Hasta Memnuniyeti Üzerine Etkisi: Konya İlinde Bir Uygulama." *International Review of Economics and Management*, 6(1), 50-72.

- Burgener, A. M. (2020). "Enhancing communication to improve patient safety and to increase patient satisfaction." *The health care manager*, 39(3), 128-132.
- Cengiz, H. ve Özkara, B. Y. (2016). "Materyalizm, Öz-Benzeşim ve Bireyselleşimin Kişiselleştirilmiş Reklama Yönelik Tutumlar ve Kişiselleştirilmiş Reklamlar Sosyal Ağlarda Paylaşma Niyeti Üzerindeki Etkileri". *Uluslararası İşletme ve Yönetim Dergisi*, 4 (1), 24-47.
- Chang, C. W., Tseng, T. H., & Woodside, A. G. (2013). "Configural algorithms of patient satisfaction, participation in diagnostics, and treatment decisions' influences on hospital loyalty." *Journal of Services Marketing. Journal of Services Marketing*, 27(2), 91-103.
- Chen, W. T., Starks, H., Shiu, C. S., Fredriksen-Goldsen, K., Simoni, J., Zhang, F., ... & Zhao, H. (2007). "Chinese HIV-positive patients and their healthcare providers: contrasting Confucian versus Western notions of secrecy and support." *ANS. Advances in nursing science*, 30(4), 329.
- Coşkun, R., Altunışık, R., Bayraktaroğlu, S., & Yıldırım, E. (2015). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri* (8. Baskı). Sakarya Kitabevi, Sakarya.
- Çatı, K., Karagöz, Y., Yalman, F., & ÖCEL, Y. (2018). "Sağlık Okuryazarlığının Hasta Memnuniyeti Üzerine Etkisi." *International Journal of Economic & Social Research*, 14(1), 67-88.
- Çınaroğlu, S., & Şahin, B. (2013). "Özel ve Kamu Hastanelerinin Algılanan Kurumsal İtibar Ve İmaj Açısından Karşılaştırılması." *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 9(18), 283-298.
- Deniz, S., Çimen, M., Cizmeci, E., Erkoç, B., & Yüksel, O. (2017). "Özel Hastane Çalışanlarının Kurumsal İtibar Algısının Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma." *Hacettepe Sağlık İdaresi Dergisi*, 20(1), 37-48.
- Erdugan, F., & Yörübulut, S. (2017). "Kırıkkale Üniversitesi Hastanesi İçin Yatan Hasta Memnuniyeti: Bir Ölçek Geliştirme Çalışması." *Kırıkkale Üniversitesi Tıp Fakültesi Dergisi*, 19(3), 139-148.
- Erdugan, F., Yörübulut, S., Şahin, E., & Öncel, S. Y. (2017). "Kırıkkale Üniversitesi Tıp Fakültesi Hastanesinde Hasta Ve Çalışan Memnuniyeti." *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9(18), 165-177.
- Eren, B.A., (2020). "Algılanan Hizmet Kalitesi ve Kurumsal İtibarın Hasta Tatmini Üzerindeki Etkisi: Ankara Hastanelerine İlişkin Karşılaştırmalı Bir Araştırma." *IJEASS* 2(2),106-125.
- Fatima, T., Malik, S. A., & Shabbir, A. (2018). "Hospital healthcare service quality, patient satisfaction and loyalty." *International Journal of Quality & Reliability Management*, 35(6), 1195-1214.
- Gökkaya, D., İzgüden, D., & Erdem, R. (2018). "Şehir Hastanesinde Hasta Memnuniyeti Araştırması: Isparta İli Örneği." *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 9(20), 136-148.
- Harmon, G., Lefante, J., & Krousel-Wood, M. (2006). "Overcoming barriers: the role of providers in improving patient adherence to antihypertensive medications." *Current opinion in cardiology*, 21(4), 310-315.
- Ince, A. R., & Tosun, N. (2015). "İç Müşteri Odaklı Kurumsal İtibar Bileşenlerinin Belirlenmesi Ve İş gören Performansına Etkisinin Değerlendirilmesi Üzerine Bir Araştırma." *Kafkas University. Faculty of Economics and Administrative Sciences. Journal*, 6(11), 37-52.
- Kandampully, J., & Hu, H. (2007). "Do Hoteliers need to manage image to retain loyal customers?" *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 19(6), 435-443.
- Karaca, A., & Durna, Z. (2019). "Patient satisfaction with the quality of nursing care." *Nursing open*, 6(2), 535-545.
- Karaköse, T. (2012). *Kurumların DNA'sı İtibar ve Yönetimi*. Nobel Yayınevi. Ankara.
- Kim, Y.K., Cho, C.H., Ahn, S.K., Goh, I.H., & Kim, H.J. (2008). "A study on medical services quality and its influence upon value of care and patient satisfaction – Focusing upon outpatients in a large-sized hospital." *Total Qual. Manag. Bus. Excel.*, 19(11), 1155-1171.
- Maly, R. C., Frank, J. C., Marshall, G. N., DiMatteo, M. R., & Reuben, D. B. (1998). "Perceived efficacy in patient-physician interactions (PEPPI): validation of an instrument in older persons." *Journal of the American Geriatrics Society*, 46(7), 889-894.
- McFarland, D. C., Johnson Shen, M., & Holcombe, R. F. (2017). "Predictors of satisfaction with doctor and nurse communication: A national study." *Health communication*, 32(10), 1217-1224.

- Özer, A., & ÇAKIL, E. (2007). "Sağlık hizmetlerinde hasta memnuniyetini etkileyen faktörler." *Tıp Araştırmaları Dergisi*, 5(3), 140-143.
- Ramli, A. H. (2019). "Patient satisfaction, hospital image and patient loyalty in West Sulawesi Province." *Business and Entrepreneurial Review*, 17(1), 1-14.
- Simorangkir, R. M., Thomson, T., & Hadi, A. J. (2021). "Relationship on Nursing Performance of Patient Satisfaction in Installation of Hospital in General Hospital Deli Serdang Region." *Journal of Asian Multicultural Research for Medical and Health Science Study*, 2(2), 33-44.
- Swain, S., & Singh, R. K. (2021). "Measuring the impact of perceived service quality on insured and uninsured patients' satisfaction. Measuring Business Excellence." *Measuring Business Excellence*. DOI 10.1108/MBE-06-2020-0095
- Şakar, A.N.(2011). *Kurumsal İtibar ve Paradigmalar*. İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş.
- Tengilimoğlu, D. (2016), *Sağlık Hizmetleri Pazarlaması*, 4. Baskı, Siyasal Kitabevi, Ankara.
- Uzunsakal, E. ,& Yıldız, D. (2018). "Alan araştırmalarında güvenilirlik testlerinin karşılaştırılması ve tarımsal veriler üzerine bir uygulama." *Uygulamalı Sosyal Bilimler Dergisi*, 2(1), 14-28.
- Ünal, Ö., Akbolat, M., & Amarat, M. (2018). "The influence of patient-physician communication on physician loyalty and hospital loyalty of the patient." *Pakistan journal of medical sciences*, 34(4), 999-1003.
- Ünalı, N. (2015). "Sağlık hizmeti sunan kurumlarda itibarın önemi." *Sağlık ve Hemşirelik Yönetimi Dergisi*, 2(2), 100-111.
- Walsh, G. & Beatty, S.E. (2007) "Customer-Based Corporate Reputation of A Service Firm: Scale Development and Validation", *Journal of he Acad. Mark. Sci.* 35, 127–143.
- Wu, C. C. (2011). "The impact of hospital brand image on service quality, patient satisfaction and loyalty." *African Journal of Business Management*, 5(12), 4873-4882.

#### **Beyan ve Açıklamalar (Disclosure Statements)**

1. Bu çalışmanın yazarları, araştırma ve yayın etiği ilkelerine uyduklarını kabul etmektedirler (The authors of this article confirm that their work complies with the principles of research and publication ethics).
2. Yazarlar tarafından herhangi bir çıkar çatışması beyan edilmemiştir (No potential conflict of interest was reported by the authors).
3. Bu çalışma, intihal tarama programı kullanılarak intihal taramasından geçirilmiştir (This article was screened for potential plagiarism using a plagiarism screening program).





Article Info/Makale Bilgisi

✓Received/Geliş:28.06.2021 ✓Accepted/Kabul:31.08.2021

DOI:10.30794/pausbed.958607

Araştırma Makalesi/ Research Article

Kut Belenli, P. (2022). "Moral Insanity in Robert Browning's "Soliloquy of The Spanish Cloister", *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı 48, Denizli, ss. 267-279.

## MORAL INSANITY IN ROBERT BROWNING'S "SOLILOQUY OF THE SPANISH CLOISTER"

Pelin KUT BELENLİ\*

### Abstract

Robert Browning's dramatic work "Soliloquy of the Spanish Cloister" (1842/1971) is an example of the psychological school of poetry in the context of Victorian poetry since the persona is portrayed as someone who feels an irrational and intense hatred towards a peer of his. The emotional state of the persona can be explained with moral insanity, a type of insanity defined by a Victorian psychologist, James Cowles Prichard. In this article, Prichard's definition of and explanations for moral insanity as a type of insanity are used as reference points in the literary analysis of Browning's "Soliloquy of the Spanish Cloister." The poet's use of the dramatic monologue, a major form in the poetry of psychology, is also scrutinised in this article regarding the advantages it offers for the effective psychological portraiture of the fictional character. As the literary analysis in this article shows, since the soliloquist is depicted as an individual with an emotional weakness, defect, or disorder, namely excessive hatred or rage, he resembles the patients of moral insanity. Furthermore, this study shows that there are no defects in the intellectual capacity of the speaker, which makes his case closer to the cases of moral insanity.

**Key Words:** *Robert Browning, "Soliloquy of the Spanish Cloister", Moral Insanity, Victorian Psychology, Dramatic Monologue.*

## ROBERT BROWNING'İN "SOLILOQUY OF THE SPANISH CLOISTER" ADLI ESERİNDE AHLAKİ DELİLİK

### Öz

Robert Browning'in "Soliloquy of the Spanish Cloister" (1842/1971) adlı dramatik eserinde şiir kişisi, bir dengine karşı yersiz ve yoğun bir nefret duygusu hisseden bir şahıs olarak tasvir edildiği için bu şiir Viktorya Dönemi şiiri bağlamında bir psikolojik şiir ekolü örneğidir. Şiir kişinin duygu durumu, Viktorya Dönemi psikologlarından James Cowles Prichard tarafından bir delilik türü olarak tanımlanan ahlaki delilikle açıklanabilir. Bu makalede, Prichard'ın bir delilik türü olarak ahlaki delilik için yaptığı tanım ve açıklamalar, Browning'in "Soliloquy of the Spanish Cloister" eserinin edebi analizinde referans noktaları olarak kullanılmıştır. Şairin psikolojik şiirin temel formlarından biri olan dramatik monoloğu kullanması da bu makalede kurgusal karakterin etkili psikolojik portresi için bu tekniğin sunduğu avantajlar açısından incelenmektedir. Bu makaledeki edebi analizin gösterdiği üzere, şiirde kendi kendine konuşan kişi, aşırı nefret veya öfke olarak adlandırabileceğimiz bir duygusal zayıflık, kusur veya bozukluk yaşayan bir birey olarak tasvir edildiği için ahlaki delilik hastalarına benzemektedir. Ayrıca, bu çalışma, şiir kişinin entelektüel kapasitesinde bir kusur olmadığını ve kişinin durumunun ahlaki delilik vakalarına daha yakın olduğunu göstermektedir.

**Anahtar Kelimeler:** *Robert Browning, "Soliloquy of the Spanish Cloister", Ahlaki Delilik, Viktorya Dönemi'nde Psikoloji, Dramatik Monolog.*

\*Asst. Prof. Dr., Department of English Language and Literature, Faculty of Arts and Sciences, Kütahya Dumlupınar University, KÜTAHYA. e-mail: pelin.belenli@dpu.edu.tr, (<https://orcid.org/0000-0003-1046-9139>)



## 1. INTRODUCTION

A considerable number of Robert Browning's literary works and his poetic career are marked by a deep interest in human psychology. As Browning frequently expressed in his prefaces, letters, and literary works through the words of his personae, his main interest as a poet "lay" in the portrayal of the "soul" of his fictional characters. To Browning's contemporaries, the technique of the dramatic monologue was the poetry of psychology (Faas, 1988: 20). Renowned for his distinct use of the technique of the dramatic monologue in his poetry, Robert Browning employs various nuances that can be created with this poetic technique for the purpose of depicting people with certain psychological disturbances or personality traits, such as people suffering from moral insanity. These nuances can be observed especially in language, including the punctuation, word choice, exclamations, voice, and speech. The portrayal of character and personality is achieved through these. The dramatic speakers of Browning's monologues are—figuratively speaking—on stage, displaying their thought processes and emotions through their speech—language—, hence revealing their personalities and mental or emotional states. The poet shapes the speech of the speakers in his dramatic monologues in such an intricate manner on the page that each monologue becomes a colourful portrait of an imaginary person with an emotional or mental disturbance. Browning designs the layout of the poems—how the lines, couplets, and stanzas appear on paper—in accordance with the purpose of unveiling the mind of the speaker, chooses the punctuation marks carefully so as to signify the changes in the emotions of the character, and adds exclamatory words to the monologues of his speakers to represent the specific emotion that affects the character. In an age when the mental science flourished and had close relations with literature, Robert Browning's dramatic monologues provided vast contributions to the new Victorian school of "psychological poetry"<sup>1</sup> (Faas, 1988: 31).

Moreover, the mental science of the nineteenth century and Victorian literature had mutual influence on one another. They both inspired and nourished each other. While some Victorian doctors or scientists studied certain literary works and fictional characters and used them as examples in their scientific works, Victorian authors, including poets, were inspired by the cases of people with psychological defects written down by the doctors of the time (Faas, 1988; Shuttleworth, 1996).

With the rise of the mental science, specific types of insanity were classified and defined by many prominent Victorian doctors or mental scientists. They analysed patients and their cases, made observations, and subsequently noted down their evaluations. Further research enabled them to name and define new types of mental diseases. One of these doctors, James Cowles Prichard, M.D, defined insanity and its types after years of observation and evaluation of patients and by referring to French and German veteran physicians and psychiatrists, such as Philippe Pinel, "the French Pioneer of psychiatry", Jean-Etienne Esquirol, "Pinel's student" (Wetzell, 2000: 19), and Heinroth.

Among many other psychologically-concerned dramatic monologues by the poet, Robert Browning's dramatic work "Soliloquy of the Spanish Cloister" (1842/1971) is an example of the psychological school of poetry (Forman, 1869; Faas, 1988: 3) in the context of Victorian poetry since the persona is portrayed as someone who feels an irrational and intense hatred towards a peer of his, which can be explained with his "moral insanity", a type of insanity defined by a Victorian psychologist, James Cowles Prichard.

Prichard defines types of insanity and exemplifies each type with several cases in *A Treatise on Insanity and Other Disorders Affecting the Mind* (1835/1837). Prichard's work was very influential on future mental studies because of his references to highly regarded European psychiatrists and because Prichard himself was an outstanding scientist. In this article, Prichard's definition of and explanations for "moral insanity" as a type of insanity will be used as reference points in the literary analysis of Browning's "Soliloquy of the Spanish Cloister."

---

<sup>1</sup> The term "Psychological School of Poetry" was used by Forman in 1869 to refer to monologues in which "some particular point of interest in the history of a human soul is taken up. The soul, whether historical or fictitious, generally speaks for itself all that is spoken—the artist invariably refraining from any appearance as a spokesman." Faas borrows this term in his *Retreat into the Mind: Victorian Poetry and the Rise of Psychiatry* and uses it to define the type of poetry in which "the prime mode is a new kind of monologue fusing lyrical with dramatic and epic elements" (1988: 3). He also maintains that this poetry is "under the leadership of Robert Browning" (1988: 3).

## 2. INSANITY AND MORAL INSANITY IN VICTORIAN PSYCHOLOGY

With the developing professionalisation of medical practice in the early nineteenth century, attitudes to mental disorder changed, and this gave way to new categorisations of insanity (Shuttleworth, 1996: 42, 49). James Cowles Prichard's category of moral insanity "was founded on an intransigent model of psychological continuity: decisive changes in behaviour patterns could offer evidence of lunacy, even though the behaviour itself was judged socially acceptable" (Shuttleworth, 1996: 49). To efficiently define insanity and its various types, Prichard stated the following in *A Treatise on Insanity and Other Disorders Affecting the Mind* (1835/1837):

It has been said, with perfect accuracy, that insanity is a disorder of the system by which the sound and healthy exercise of the mental faculties is impeded or disturbed. The definitions adopted by several modern writers have nearly this meaning, though expressed in various terms. Yet this statement cannot be considered as a sufficient definition of insanity, for while it probably comprises every form of that disorder, it includes also many morbid affections. (13-14)

Suggesting the need to expand the definition of insanity so as to include many different morbid affections as subcategories of insanity, Prichard undertakes the professional mission to make his own categorisations and definitions of types of insanity. To enrich and illustrate his statements, he relates several cases as examples to each type. He also shares his close observations of his patients anonymously and refers to several other contemporary British and European doctors.

The "principle forms or varieties of insanity," as classified by Prichard (1835/1837) are "moral insanity," which is a kind of "emotional insanity," "monomania," that is "partial insanity," "mania," or "raving madness," and "incoherence," in other words "dementia" (16-17). Prichard classified these types of insanity in accordance with their emotional and intellectual nature. Among these types, only "moral insanity" was an emotional type, that is an insanity regarding the emotions, the rest were termed "intellectual insanity" (16), related to the intellect. As Prichard cited in his work, moral insanity was originally initiated by the French doctor Pinel as a type of insanity which he called *manie sans délire* (1835/1837: 57), that is "mania without delirium," a concept which "can be looked upon as the beginning of the scientific study of personality disorders" (Sass and Felthous: 2007: 10). Moreover, today it is generally believed that Prichard's "moral insanity" (1835) was the forerunner of the contemporary concept of psychopathic (sociopathic) personality (Whitlock, 1982: 57).

Prichard further defines the concept of "moral insanity" as a type of "madness consisting in a morbid perversion of the natural feelings, affections, inclinations, temper, habits, moral dispositions, and natural impulses, without any remarkable disorder or defect of the intellect or knowing and reasoning faculties, and particularly without any insane illusion or hallucination" (1835/1837: 16), and there are numerous varieties moral insanity (24). It is observed in disorders of "passion, feeling, or affection" or "moral disposition" (Prichard, 1835/1837: 18). Prichard states that this type of madness has two most frequent forms: the first form is related to "morbid violence of passions and emotions", and the second one is related to "depression" or "simple melancholy" (18-19). In the former one, the cases are characterised by "preternatural excitement of the temper and spirits" (24), and "[i]ndividuals thus affected are always in high spirits, active and boisterous, full of projects and enterprises," and "the disordered condition of the mind displays itself in want of self-government, in continual excitement, an unusual expression of strong feelings, in thoughtless and extravagant conduct" (25). However, the second form is characterised by "dejection without illusion of the understanding" (19).

In most cases of moral insanity, the individual "follows the bent of his inclinations; he is continually engaging in new pursuits, and soon relinquishing them without any other inducement than mere caprice and fickleness" (Prichard, 1835/1837: 21). Eventually, the full corruption of his affections, the antipathy, and maybe even enmity, externalised towards his close companions, arouse greater alarm (21). Such individuals chase their "wild projects and speculations" and always have a plausible reason to put forward for their behaviour (21). Furthermore, people who suffer from this disorder are extremely good at supporting an argument upon a matter within their sphere of knowledge, and they are renowned for the vast ingenuity they show in stating reasons for the bizarreness of their conduct (21). Therefore, their manipulative skills are evident. However, since they "think and act under the influence of strongly influenced feelings", their liability to error both in "judgement and conduct"

are apparent (21). Still, it should be noted that Prichard does not limit his definition of moral insanity with “preternatural excitement of the temper and spirits” (24). He emphasises that there are many other “disordered states of the mind” which can be evaluated under the general term moral insanity (24). Yet, they are not going to be included here since they will be irrelevant in the analysis of Browning’s poem.

Moral insanity was regarded as a type of “partial insanity” both in the popular and scientific literature of the time (Shuttleworth, 1996: 51). Patients of moral insanity were believed by Prichard and the other doctors he followed not to have any disfunctions or malfunctions in the intellect. Their insanity rather resided in their emotions, inclinations, and temper. Some of Browning’s characters in *Dramatic Lyrics* (1842) and *Dramatic Romances and Lyrics* (1845), such as the murderous and pitiless female speaker of “The Laboratory,” Porphyria’s silent, yet insidious lover, the arrogant and punishing duke in “My Last Duchess,” and the furious and hateful monk in “Soliloquy of the Spanish Cloister” all show common characteristics with patients of the first type of moral insanity defined by Prichard. The personality traits and attitudes of the dramatic speaker of the “Soliloquy of the Spanish Cloister” can be observed and understood in the light of the explanations for moral insanity by Prichard. In the poem, the speaker’s morbid hatred and rage are further embellished with his temper, which make his case similar to the first form of moral insanity, the one that is related to excitement and violence caused by a certain morbid emotion. The above-given definitions and explanations by Prichard are used in the literary analysis of Browning’s “Soliloquy of the Spanish Cloister” in this article.

### **3. ROBERT BROWNING, PSYCHOLOGY, AND THE TECHNIQUE OF THE DRAMATIC MONOLOGUE**

Although Browning does not have an explicit statement about his poetry’s “psychological” qualities, most of its content, themes, and subject matter—such as human emotions, psychological states, and mental disturbances—are related to the topics covered by psychology as a discipline. Many critics and Browning scholars categorise him as a “psychological poet” or a “great psychologist,” either by referring to specific components and elements in his poetry which are somehow related to the human psyche or by simply stating that his work is “psychological”. To illustrate, as Jeffrey argues, for his artistic achievement in “true inner realism”, Browning deserves the title of a great “psychologist of literature” (1956: 348). A Browning scholar, Stefan Hawlin, refers to the psychological subjects frequently used in Browning’s poetry drawing attention to the fact that the poet grew up in the aftermath of Romanticism and developed a poetry rather novel in form and style, on subjects including murder, hatred, decadence, heroism, and romance (2002: 1). Browning’s poems are also about basic human feelings, such as “disappointments, misunderstandings, jealousies, and desertions” (Hawlin, 2002: 29). These are all subject matter regarding human instincts and emotions which were and are also frequently handled subjects of Victorian mental science (and of today’s psychology).

Furthermore, Browning had a collection of books on various subjects, but he was especially interested in books on art, history, and murder cases (Neville-Sington, 2004: 58). The poet’s interest in murder tales, cases of abnormal psychology, and reprehensible people or behaviour is evident in their recurrent use, especially in his dramatic works, which further illustrates his inclusion of psychological matters into his poetry. In this regard, “Browning’s poetics of the dramatic monologue even rests on the impossibility of truthfulness and his best monologues are probably those whose speakers are ‘reprehensible’” (Perquin, 2001: 9). The poet’s library has been his primary source of inspiration for the colourful gallery of characters in his dramatic monologues. Artists, historical figures, and murderers in the books in his library almost come to life in his dramatic monologues as uneasy artists, egotistical historical figures, and even-tempered or self-righteous murderers in the form of dramatic speakers. “Bishop Blougram’s Apology,” a poem published in *Men and Women* (1855/1981a), summarises the poetics of Browning’s dramatic monologues with these lines: “Our interest’s on the dangerous edge of things. / The honest thief, the tender murderer, / The superstitious atheist, demirep / That loves and saves her soul in new French books” (Browning, 1855/1981a: ll. 395-398)<sup>2</sup>. Accordingly, Browning achieved a significant place in Victorian poetry because of his mastery in “psychological portraiture” (Luebering, 2010: 168).

A significant point of interest in understanding the connections of Browning’s poetry with psychology is his frequent use of the technique of the dramatic monologue. The question “Why did the poet favour this poetic

<sup>2</sup> In this study, the poems have been quoted with line numbers instead of page numbers. Accordingly, “l” footnote references indicate “line”, and “ll” stands for “lines.”

technique?" is at least partially answered with the commonly accepted definitions of this literary term. As defined in the *Oxford Dictionary of Literary Terms* (1990/2015), the term "dramatic monologue"<sup>3</sup> is:

[a] kind of poem in which a single fictional or historical character other than the poet speaks to a silent 'audience' of one or more persons. Such poems reveal not the poet's thoughts but the mind of the impersonated character, whose personality is revealed unwittingly; this distinguishes a dramatic monologue from a lyric, while the implied presence of an auditor distinguishes it from a soliloquy. (Baldick: 1990/2015: 106)

The emphasis in this definition should be put on the words "mind" and "personality" if one is to associate this term with psychology. It is evident that, in a dramatic monologue, the poet can create a character whose mind and personality he can delve into as fits the purpose of the poem. Moreover, with the technique of the dramatic monologue, it is possible for the poet to "invent [a] dramatic situation" (Neville-Sington, 2004: 18) and to choose a critical moment in a specific character's life in which this person, as a dramatic speaker, reveals "his character, the whole course of his existence, and sometimes the spirit of an entire period in the world's history" (Phelps, 1915: 79) by speaking individually with the permission of the poet.

Since—as the title of "Soliloquy of the Spanish Cloister" suggests—the poem chosen for analysis in this article is a "soliloquy," the definition of the term "soliloquy" and its relation to the dramatic monologue should also be given here. In the *Oxford Dictionary of Literary Terms*, the term "soliloquy" is defined as:

[a] dramatic speech uttered by one character speaking aloud while alone on the stage (or while under the impression of being alone). The soliloquist thus reveals his or her inner thoughts and feelings to the audience, either in supposed self-communion or in a consciously direct address. Soliloquies often appear in plays from the age of Shakespeare, notably in his *Hamlet* and *Macbeth*. A poem supposedly uttered by a solitary speaker, like Robert Browning's 'Soliloquy of the Spanish Cloister' (1842), may also be called a soliloquy. Soliloquy is a form of monologue, but a monologue is not a soliloquy if (as in the dramatic monologue) the speaker is not alone. (Baldick, 1990/2015: 336)

As understood from the above-cited definitions of the dramatic monologue and soliloquy, a poem written in the form of a soliloquy can also be referred to as a dramatic monologue. Therefore, "Soliloquy of the Spanish Cloister" is handled both as a soliloquy and as a dramatic monologue in this article.

Language is the primary medium through which the dramatic speaker's personality traits are unveiled in Browning's dramatic monologues. Hassett associates Browning's love of "highly textured utterance" with "his belief that man's use of language has much to do with the conditions of his soul" (1982: 24). In Browning's dramatic monologues, the dramatic occasion is narrated merely from the subjective perspective of the monologist, and therefore, it is an unreliable account of the situation or event told in the poem. However, by this means, the "imaginary speaker" who directs his/her speech to an "imaginary audience" unintentionally reveals his/her psychological state to this "silent interlocutor" (Cuddon, 1977/1999: 237-239). Through the medium of the dramatic monologue, Browning occasionally makes a murderer narrate his "chilling tale of murder" (Neville-Sington, 2004: 18), as in the case of "Porphyria's Lover", or a jealous and angry woman plan the death of the man she loves and hates by ordering a particular poison from a pharmacist, as in the case of "The Laboratory", or makes a hater tell about his abhorrence of a specific person in detail, as in the case of "Soliloquy of the Spanish Cloister". While permitting these speakers to tell these dark and eccentric stories which disclose their temperament and character, the poet also implies and points out the speakers' emotional weaknesses, deficiencies, perversions, or disorders.

Moreover, Browning's love of human voices is evident in his use of "syntax, pace, juncture, and sound to capture the effusiveness of unguarded utterance or the restraint of manipulated and manipulating speech" (Hassett, 1982: 24). Indeed, Browning's monologists' distinctive use of language—especially the choice of words, intonation, style of expression, use of syntax, punctuation, exclamatory words, broken and unfinished sentences

<sup>3</sup> For a more comprehensive and detailed definition of the term, see Cuddon, J. A. (1999). *The Penguin Dictionary of Literary Terms & Literary Theory*, 4<sup>th</sup> ed., (Revised by C. E. Preston), Penguin, London. (Original work published 1977)

or words-uncovers the speaker's emotions, sensations, and even abnormal thoughts and judgements. For instance, the excitement felt by the speaker is reflected in the pace of the poem, while the anger is emphasised by the use of exclamatory words and punctuation marks, which is most apparent in "Soliloquy of the Spanish Cloister" (1842). Thus, the problematic, deficient, or perverted sides of the speaker's emotional state are unveiled through an expressive speech in many of Browning's dramatic monologues.

Since the technique of the dramatic monologue is an appropriate form of writing for the representation of inner action in poetry, Browning used it as his medium of expression by employing its features which make it the best possible option among alternatives to "paint the soul" (Browning, 1855/1981b: I. 193). It is also necessary to emphasise that it is essential how Browning employed the characteristics of the technique of the dramatic monologue in the portrayal of the mind and personality of his fictional characters. Following the early part of his poetic career, which is marked by poetry based on the depiction of solipsistic and contemplative characters, Browning prefers representing figures with dangerous and harmful potentials due to emotional defects or disorders. Accordingly, in many of the shorter dramatic works that he published, especially in *Dramatic Lyrics* (1942/1971), Browning concentrates on one specific aspect of the speaker's psychological state and temperament, portrays the persona preferably at a certain moment in their life, and represents one particular dramatic situation in which they find themselves. Browning's dramatic speakers usually wish to persuade either themselves or a listener—who is silent and whose presence is merely implied in their speech—that their manner, deed, action is/was rightful. Manipulation is an evident ability of many of his personae which they employ in order to persuade their silent listener or implied audience. Browning draws psychological portraits of people with "moral insanity" in many of his shorter dramatic monologues, such as "Porphyria's Lover", "My Last Duchess", "The Laboratory", and "Soliloquy of the Spanish Cloister", making a further step in his development as a poet of the psychological school of poetry, after the long, confessional works of his early poetry, such as *Pauline* (1833), *Paracelsus* (1835), and *Sordello* (1840). Intense jealousy, the feelings of inferiority or superiority in extreme states, or the feelings of hatred and abhorrence, all of which are highly likely to result in aggressive, homicidal, violent, and criminal tendencies or behaviour, are the predominant disorders, defects, or perversions of both Browning's monologists and the sufferers of moral insanity. Browning's evident interest in the mysterious, dark, and evil qualities of the abstract realm of the human personality is reflected in two major different ways in his dramatic monologues. In the first one, the monologists are made to speak of their disturbed emotional states, mental states, or deeds by the poet. In the second one, their disturbed emotional states, mental states, or reactions/behaviours are unravelled through the monologists' silence, pauses, exclamations, and the nuances in their diction telling about the monologists' body language, reactions, intentions, and thought processes. Furthermore, imitation of natural speech is common in most dramatic monologues (Cuddon, 1977/1999: 237). In "Soliloquy of the Spanish Cloister", Browning employs this natural speech to reveal the speaker's emotional state, marked by his excessive hatred for Brother Lawrence.

As Neville-Sington also underlines, Browning "spoke through his characters—many of them obscure figures from the past—but always with sharp psychological insight" (Neville-Sington, 2004: 18). Therefore, these dramatic monologues also demonstrate the poet's interest in depicting humankind's inner world. The unravelling of the psychological state of a persona is the central characteristic of Browning's monologues that differentiates them from the dramatic monologues written by others. In an article entitled "Authority and the Rebellious Heart," the emotional, sensational, and impulsive characteristics of Browning's monologists are highlighted to a certain extent:

They possess a phenomenal capacity for passionate emotion, combined with a childlike [92/93] reliance on instinct. These qualities put them in conflict with conventionalised modes of social conduct. Whether it be Fra Lippo, or Rabbi Ben Ezra, or David in 'Saul,' or the Grammarian, or Childe Roland, Browning's heroes are always the children of their intuitions. (Johnson, 1952/2000: para. 4)

Indeed, in Browning's dramatic monologues, what is in the foreground is rather the dramatic speakers' perception of the world and their own self, and their sensations and change, both of which come from the way they perceive a particular event, person, or object. Thus, their misplaced and excessive reliance on passions, emotions, and instincts while making their decisions; adopting deviant, aggressive, or violent behaviours; and



giving extreme reactions to people, situations, or events make their state fall under the category of a specific type of insanity as accepted or defined by the Victorian medical doctors: “moral insanity.”

Due to the variety in technique in Browning’s dramatic monologues, different scholars have made several definitions of this technique as a literary term, and all have taken into consideration the works written by Browning as examples of the dramatic monologue. Honan provides a comprehensive list of these scholars, ranging from Bliss Perry to Edward Dowden, from Arthur Symons to Claud Howard, who used these brief definitions for the term dramatic monologue: “soliloquy,” “soliloquys of the spirit,” “pseudodialogs,” “a dialogue of which we hear only the chief speaker’s part,” “a dramatic scene in the history of a soul,” “monodrama,” “a drama of the interior,” “subjective drama,” and “introspective and retrospective drama” (Qtd. in Honan, 1961: 109-110). All these terms have been used interchangeably to define Browning’s dramatic monologues. They are important for this study in that they affirm the variety of technique in the poet’s monologues and point to the psychological qualities of this poetic technique.

#### **4. ABOUT “SOLILOQUY OF THE SPANISH CLOISTER”**

First published in *Dramatic Lyrics* (1842), “Soliloquy of the Spanish Cloister” is among Browning’s dramatic monologues and an actual example of a soliloquy in verse. Contrary to many Browning monologues, in this work there is not a real historical specificity, there are no clues as to when the speaker might have lived, and the Spanish cloister is an anonymous monastery (Sharma, 2010: 51). The monologist—not based on a real-life figure—is an imaginary Spanish monk who pours out his deep hatred for and abhorrence of a fellow monk, Brother Lawrence. The feelings of hatred and abhorrence are the traits that mark the monologist’s psychological state, and Browning highlights them in this monologue.

The dramatic speaker and Brother Lawrence live in a monastery or convent in Spain and have a shared social space, together with other fellow monks in the convent. As it can be deduced from his statements and exclamations in the poem, it is the monologist who is discontent with this shared area due to his antisocial and “sociopathic” (Whitlock, 1982: 57) feelings towards Brother Lawrence, to express in contemporary psychological discourse. There is no hint in the poem regarding the presence of an interlocutor that is meant to listen to the monologue. In other words, the speaker’s utterances show that he is merely talking to himself, and the absence of an auditor is why this poem was entitled as a soliloquy by its poet. Although the monologist curses and directs his insulting words towards Brother Lawrence as in: “Hell dry you up with its flames!” (Browning, 1842/1971: l. 8), it is evident in the following utterances of the monologist that Brother Lawrence does not hear him speak. However, occasionally, there are slight nuances in his speech that sound like direct addresses to a listener. Firstly, throughout the poem, the speaker endeavours to discredit Brother Lawrence while he also asserts that he is doing what is right, unlike Brother Lawrence. This attempt to carry on a hypothetical conversation through reasoning and manipulation creates the feeling that there might be an implied listener in the poem, although apparently, the monk is merely talking to himself. Secondly, the speaker’s narration of his observations and experiences also makes it sound as if there is a listener in the poem. In this regard, the poem carries the characteristics of a dramatic monologue.

For Robert Browning, all life was a conflict between dichotomies, such as good and evil, instinct and intellect, and the masculine and the feminine, and the poet was to try and resolve the artistic dilemma caused by the awareness of these binaries: moral and aesthetic (Guimarães, 2010: 3). Indeed, his dramatic monologues present Browning’s gallery of portraits, which show that moral, emotional, or mental deficiencies or weaknesses may be experienced by any person, regardless of their gender or social status. This idea goes in accordance with the Victorian awareness that insanity may lurk any time, in any bosom (Shuttleworth, 1996: 15). From this perspective, it is interesting that Browning draws a character from the clergy in “Soliloquy of the Spanish Cloister” and depicts him with an emotional disorder.

#### **5. THE ANALYSIS OF “SOLILOQUY OF THE SPANISH CLOISTER”**

One substantial similarity between the portrayal of Browning’s monologist in “Soliloquy of the Spanish Cloister” and the definition of moral insanity made by Prichard is the well-functioning of the intellectual capacity



of the monologist in contrast to the malfunctioning of his emotional capacity. Since there is no problem with the intellect or knowing and reasoning faculties of the monologist—as in the cases of the patients of moral insanity—he does not utter nonsensical words or sentences. On the contrary, he can make up full and logical sentences and develop and maintain a perfectly sensible and meaningful speech or monologue. For instance, when he spots Brother Lawrence in the monastery, he reacts by himself as follows: “G-r-r-r—there go, my heart’s abhorrence! / Water your damned flower-pots, do! / If hate killed men, Brother Lawrence, / God’s blood, would not mine kill you!” (Browning, 1842/1971: ll. 1-4). This diction is evidently marked by vocatives, exclamations, rhetorical questions, and his speech can be defined as natural. However, there is no hint which suggests that these words put together in this order make no sense. On the contrary, the diction is so passionate that it fully conveys the feeling of the monologist. Another feature which shows that there is no defect in his intellect is that he is even sarcastic in his style. Sarcasm is a sign of good intelligent capacity (Huang, Gino, and Galinsky, 2015). The speaker’s tone is sarcastic almost throughout the poem. Furthermore, he has comprehensive skills and sense to understand, figure out, predict, calculate, or even speculate on the thoughts and feelings of other people. To illustrate, while he watches Brother Lawrence (Browning, 1842/1971: 17-24), the speaker sees that “[Brother Lawrence’s] lily snaps” (l. 24), and the speaker enjoys this with the exclamation “He-he!” (l. 24) because he perceives or assumes that Lawrence is upset. He inclines to act or react to other people according to his questionable assumptions about what or how they think or feel. Besides, he has somewhat effective persuasive and rhetorical skills with which he inclines to manipulate people’s judgement and sympathy: He watches Brother Lawrence’s table manners at the meal and makes a comparison of this monk and himself: “When he finishes refection / Knife and fork he never lays / Cross-wise, to my recollection, / As I do, in Jesu’s praise” (ll. 33-36). These lines show the speaker’s self-fashioning (in Stephen Greenblatt’s term) as he displays a conscious effort to show himself as a man with proper table manners and as a respectful religious man who pays his tribute to Jesus at the meal, while degrading Brother Lawrence. With a canny and quick-witted character, this monologist—or patients of moral insanity—diverges from the sufferers of the other types of insanity defined by Prichard, such as raving madness and dementia.

The sufferers of moral insanity show “bouts of extreme violence but with no signs of psychosis” (Whitlock, 1982: 57). Accordingly, one marked similarity between Browning’s monologist and the patients of moral insanity is that both have disorders or defects in their emotions, affections, tempers, impulses, passions, habits, or inclinations. Moreover, these complications mostly make the subject highly prone to violence. In other words, although the sufferer of moral insanity has attacks of excessive savagery or brutality, s/he does not fall into a state of “raving madness”, which means full mania, “which affects all the intellectual faculties” since in this type of insanity the mind is in a perpetual state of “confusion and disturbance” (Prichard, 1835/1837: 61). Hatred, anger, aggression, obsession, inferiority complex, ego complex, and “morbid jealousy” (a term coined by the nineteenth-century French and German psychiatrists), known as “delusional jealousy” or “Othello syndrome” in modern psychology (Kingham and Gordon, 2004: 207), are among the emotional problems that are commonly encountered in the cases of Browning’s dramatic speakers. Signs for such psychological problems in the mood of the monologists are frequently evident in Browning’s dramatic monologues. Accordingly, the monologist of “Soliloquy of the Spanish Cloister” is depicted with a disturbed emotional state that demonstrates one specific emotional reaction against a particular circumstance. The focus in this dramatic monologue is on the fact that the speaker is under the influence and control of a particular feeling or impulse, namely hatred, which is possibly accompanied by the feelings of jealousy and anger; and that emotional state is either the reason for or the result of the circumstances in which the speaker is. The dominant feeling or the impulse that shapes the speaker’s mood is about a person and the social relation/interaction with that person, namely Brother Lawrence. Similar to painting, in which the artist captures a moment, in these dramatic monologues, what is being painted with words is a particular occasion or a moment that a character goes through. With this insight, Browning concentrates on a single issue concerning a peculiar character in this work.

As a clergy member, the monologist in the poem—who is a monk—is ironically an embodiment of dishonesty, degeneration, hypocrisy, and sinfulness. As Patterson argues, “the narrator’s rage is founded purely on a carnal emotion such as hatred” (2000). The monk’s speech strikingly discloses his violent and irrational hatred for an adversary, who actually is a man innocently minding his daily routine in the cloister. Moreover, it is evident in

some parts of his speech that it is the monologist who is “immoral,” as he owns a “French novel” (Browning, 1842/1971: ll. 57-64), symbolic of his interest in obscenity and immorality, and, as he mentions pledging his soul to Satan merely to make sure that Brother Lawrence goes to hell when he dies (ll. 65-72). As Orr further explains, “[t]he speaker has no ground of complaint against Brother Lawrence, except that his life is innocent: that he is orderly and clean, that he loves his garden, is free from debasing superstitions, and keeps his passions, if he has any, in check” (1892: 120). However, the monk thinks that Brother Lawrence is just a spiteful person who could die of his envy. Projecting his own jealousy onto Brother Lawrence, the monk reflects his disturbed state of mind as he fancies trapping him somewhere (Orr, 1892: 120).

The speaker’s intense abhorrence of Brother Lawrence causes him to lose his temper and curse, swear, insult, and even “damn” (Browning, 1842/1971: l.2; l.51) Brother Lawrence in several instances throughout his speech. He accuses Brother Lawrence of “gluttony and lechery,” but his examples show that it is actually himself who is “guilty of these sins” (Sharma, 2010: 53). The monk morbidly detests Brother Lawrence, who merely waters his pots and innocently drinks his orange juice, as the speaker recounts his tale of hatred, anger, and rage by trying to justify his feelings in a manipulative manner. This pure hatred results from the disturbance of the monk, who is filled with feelings of jealousy and anger. His aggression seems like a problem of anger management and self-control. It is like a disorder in his temper, just as stated by Prichard in his definitions of moral insanity. The discrepancy between his identity as a clergyman and his manners draws a fascinating psychodramatic portrait. Thus, Browning’s speaker displays symptoms of moral insanity that is driven by a morbid perversion of his feelings.

As Lane emphasises, “Browning amplifies (as would Freud) that we hate more easily than we love, and that extreme experiences corrode the social tie by destroying its central tenets” (Lane, 2004: 137). The poem creates a dramatic atmosphere with intricate details that enrich the portrayal of the speaker’s mental reality. The noticeable outpour of the monologist lasts until the end of the poem, where he eventually thinks of pledging his soul to Satan, quite ironically for a clergy member. Moreover, the language of rage is used in this poem (Patterson, 2000). When skillfully employed, the language of rage can be an accurate sign of profound emotion; and in this regard, rage signifies both violent anger and extreme intensity. Therefore, “many different emotions can reveal themselves in the guise of rage” (Patterson, 2000). Patterson (2000) further clarifies what he means by the language of rage with references to the use of punctuation in the poem, such as the use of the exclamation mark and question mark. Moreover, in his speech, the monk uses nonverbal sounds, such as “Gr-r-r” (Browning, 1842/1971: ll. 1, 72), “Oh” (ll. 6, 41), “He-he!” (l. 24), “Whew!” (l. 17) and colloquial expressions such as “you swine!” (l. 72) and “Swine’s Snout” (l. 16). These exclamatory expressions and syllables reflect the speaker’s excited feelings. There is no crucial turning point in the attitude of the monologist. In other words, there is consistency in the speaker’s dominant emotion throughout the poem. However, this consistency does not mean that his feelings towards Brother Lawrence are non-violent and proper, considering the norms of society. Although the speaker does not report any cases of murder that he has committed, his utterances disclose that he imagines his personified “hate” kill Brother Lawrence. The speaker is plotting mischief. Prichard explains that in certain instances of this type of insanity, “[t]he individual, as if actually possessed by the demon of evil, is continually indulging enmity and plotting mischief, and even murder, against some unfortunate object of his malice” (Prichard, 1835/1837: 27). In the poem, the unfortunate object of the speaker’s malice is Brother Lawrence, and the speaker’s enmity for the object forces him to plot against the object, fantasise about the object’s death, or strongly wish for his death: “If hate killed men, Brother Lawrence, / God’s blood, would not mine kill you!” (Browning, 1842/1971: ll. 3-4). The speaker is even plotting Brother Lawrence’s damnation—with a sinister tone, as if “possessed by the demon of evil” in Prichard’s terms—because he wants to make sure that he goes to hell when he dies:

There’s a great text in Galatians,  
Once you trip on it, entails  
Twenty-nine district damnations,  
One sure, if another fails;

If I trip him just a-dying,  
Sure of heaven as sure can be,  
Spin him round and send him flying  
Off to hell, a Manichee? (ll. 49-56)

This dramatic occasion illustrates the influence of the excited feelings of the monk on his conduct. They perplex the monologist's knowing and reasoning faculties which thus become defective. This depiction of the dramatic speaker in the poem echoes Prichard's comments on the liability of the morally insane patients to error in conduct (1835/1837: 21). The monk, similarly, acts under the command of his emotional faculties that turn him into a corrupt clergy member. His intense excitement over the possibility of succeeding in damning Brother Lawrence is evident in the above-cited stanza. His excessive hatred and inappropriate language prove unbecoming behaviour for a Christian and a supposedly religious man. Moreover, the discrepancy between his position as a man of religion and his interest in damnation is also apparent.

Brother Lawrence's presence within the same space with the monk and his mere sight are unbearable for the speaker due to the strong detestation he feels. Therefore, he continues to despise, degrade, and make fun of Lawrence by using a sarcastic tone:

At the meal we sit together:

*Salve tibi!* I must hear

Wise talk of the kind of weather,

Sort of season, time of year:

*Not a plenteous cork-crop: scarcely*

*Dare we hope oak-galls, I doubt:*

*What's the Latin name for "parsley"?*

What's the Greek name for Swine's Snout? (emphasis original) (Browning, 1842/1971: ll. 9-16)

The speaker's overflowing feeling of abhorrence while listening to the monk talking about the weather, season, crops, and Latin at the meal is salient in the above-cited lines. His emotion takes control of him so much that he mockingly imitates Brother Lawrence's question: "*What's the Latin name for 'parsley'?*" The italics, the tone, and the diction convey that the monologist hardly contains himself to tell Brother Lawrence what he feels and thinks, yet he is conscious that he must contain himself in public. As a reply to Lawrence's question, he wants to ask him the Greek name for "Swine's Snout" (l. 16) sarcastically, an insulting idiom directed at Lawrence. However, as the poem's title clarifies, the monologist's angry and sarcastic question, "What's the Greek name for Swine's Snout?" (l. 16) is just a part of his soliloquy, and Brother Lawrence does not hear it. In this poem, Browning employs italics to demonstrate every word which the speaker mocks, "mock" meaning "to imitate derisively" (Gainer, 1963: 158). This also qualifies the monk's attitude as passive aggression, which also draws attention to his lack of courage, and therefore, his hypocrisy. He is not honest with Brother Lawrence, and he is not bold enough to talk to him directly about his feelings. Through the monk's self-revealing outpour of emotions in the above-cited lines, Browning also reveals some differences between the characters of the two men: while Lawrence is eagerly involved in the conversation at the table as a sociable person, the speaker is totally indulged in listening and making fun of Lawrence in his mind or by himself. Furthermore, he cannot help but obsessively observe every move the monk makes in a manner to detect his so-called faults:

When he finishes refection,

Knife and fork he never lays

Cross-wise, to my recollection,

As do I, in Jesu's praise.

I the Trinity illustrate,  
Drinking watered orange-pulp-  
In three sips the Arian frustrate;  
While he drains his at one gulp. (Browning, 1842/1971: ll. 33-40)

The speaker's intention of portraying Lawrence as a person without proper manners is apparent in his depictions of his observations at the meal. He criticises and condemns Lawrence's table manners to degrade him and feel that he himself is a better person. Meanwhile, to sound more realistic and honest, he adds that his memory might be failing him, that he cannot recollect his thoughts whether Lawrence lays the knife and fork crosswise in the name of Christ, forming the sign of a cross, symbolic of the Christian faith. Although he is not sure about it, he still criticises Lawrence, which suggests that he tries to find excuses to justify his hatred for him. Moreover, the speaker highlights that he does lay his knife and fork crosswise, with a boastful tone, as if it proves his perfection in his religious faith and deeds. He also underlines that he drinks his orange juice in three sips, signifying or commemorating the Holy Trinity of the Christian faith, again symbolic of his purported responsibility towards his religion. Indeed, he mentions that Brother Lawrence drinks his juice in one gulp as if it is an unacceptable, disrespectful deed. It is evident in this stanza of the poem that the monologist compares and contrasts himself with Brother Lawrence in terms of social manners, religious faith, and knowledge.

However, the monologue also unveils the speaker's own moral hypocrisy. His religious faith and understanding of religious ethics would have helped him tolerate a fellow's alleged mistakes and faults if he were a true Christian. Biblical tolerance, which is regarded as a valuable virtue in Christianity and which underlines "gentleness" and "respect" towards others, is not a virtue that the monologist has. Moreover, the speaker's inappropriate character for a clergyman is manifest in his wish to trap Brother Lawrence into damnation (Browning, 1842/1971: ll. 49-56), in his interest in reading French novels (l. 57), in his thought of selling his soul to Satan (ll. 65-66), and in the violent hatred that is unravelled in his angry speech. His use of slang can be exemplified with line 72, in which he calls Brother Lawrence a "swine." His foul language shows that the monk is not a polite man. The discrepancy between his conduct and his position as a man of religion results from his emotional disorders.

The monologist of the poem, thus, prefers denigrating Brother Lawrence to justify his rage against him. Moreover, the motive behind his wish to fashion an adversary is to set a binary, that is, to invent someone worse than himself so that he will look better. As a person who wishes to gain dignity in public, he invents a so-called immoral person with a lack of manners as his adversary. Perhaps, his intention is self-fashioning through othering. Although he presents himself as a righteous person and condemns Brother Lawrence for immorality, it can be easily recognised that the faults he accredits to Lawrence are actually his own (Sharma, 2010: 51). The monk can use his intellectual faculties properly, thus proving a manipulative master with fine rhetorical skills. These characteristics mirror Prichard's ideas on the morally insane people's capability of "accounting for and justifying the state of moral feeling under which they appear to exist" (1835/1837: 21). Although his intellect is flawed due to his morbid feelings, it can demonstrate his mental agility through the effective use of language and fine self-representation.

## **5. CONCLUSION**

Browning's shorter dramatic monologues—following his long, introspective early poems—mostly form portraits of fictional individuals who show common characteristics with patients of moral insanity. The dramatic speakers of these monologues are characterised mainly by few or a single emotional defect, weakness, or disorder. The dramatic speaker's emotional peculiarity in such monologues is framed through the dramatic concern of the poet, showing how these characters experience it. Accordingly, the discussion and literary analysis in this article have illustrated that Browning aptly depicts the speakers' emotional, sensational, and affective disorders through their unintentionally self-revealing speech. This article has also demonstrated that, to achieve this, Browning employs the technique of the dramatic monologue as the most appropriate poetic technique to unveil the weaknesses, defects, or disorders in these characters' emotional faculties. This technique helps the poet depict the monologist's reaction, acts, behaviours, or feelings concerning a particular dramatic occasion or

a dramatic moment. This occasion is often a critical one that affects the speaker emotionally. In many of such monologues by Browning, the speaker is depicted as experiencing excessive self-esteem, pride, ego, jealousy, hatred, anger, obsession, perceptual possessiveness, or other similar intense emotions.

To conclude, as the literary analysis in this article has shown since the soliloquist of "Soliloquy of the Spanish Cloister" is depicted as an individual with an emotional disorder, namely excessive hatred or rage, he resembles the patients of moral insanity. The language used by the dramatic speaker shows that he is under the control of this morbid emotion. Evidently, this emotion is triggered by the common social space that the speaker shares with his adversary. His choice of words and use of exclamations, vocatives, slang words, or insults illustrate that this intense emotion heavily affects his decisions, behaviour, and utterances. However, while delving into his mind, the speaker endeavours to achieve self-justification, self-persuasion, and a good self-representation. That is, he makes certain utterances purposefully to either justify himself or degrade his adversary. In that sense, as this study has revealed, as opposed to his emotional defects, he demonstrates mental agility through effective use of language and rhetorical skills, similar to the cases of the patients of moral insanity. The speaker does not use nonsensical or irrational language. He can form full, sensible, logical sentences that eliminate the possibility of a defect in his intellectual capacity, which makes his case closer to the cases of moral insanity.

## REFERENCES

- Baldick, C. (2015). *Oxford Dictionary of Literary Terms*, 4<sup>th</sup> ed., Oxford University Press, Oxford. (Original work published 1990)
- Browning, R. (1981a). "Bishop Blougram's Apology", *The Complete Works of Robert Browning* (Vol. 5, pp. 293-330), (Ed: R. A. Kind, et al.), Ohio University Press, Athens, Ohio. (Original work published 1855)
- Browning, R. (1981b). "Fra Lippo Lippi", *The Complete Works of Robert Browning* (Vol. 5, pp. 183-196), (Ed: R. A. Kind, et al.), Ohio University Press, Athens, Ohio. (Original work published 1855)
- Browning, R. (1971). "Soliloquy of the Spanish Cloister", *The Complete Works of Robert Browning* (Vol. 3, pp. 211-213), (Ed: R. A. Kind, et al.), Ohio University Press, Athens, Ohio. (Original work published 1842)
- Cuddon, J. A. (1999). *The Penguin Dictionary of Literary Terms & Literary Theory*, 4<sup>th</sup> ed., (Revised by C. E. Preston), Penguin, London. (Original work published 1977)
- Faas, E. (1988). *Retreat into the Mind: Victorian Poetry and the Rise of Psychiatry*, Princeton University Press, New Jersey.
- Forman, H. B. (1869). Review of the book *Graffiti D'Italia* by W. W. Story, *The Fortnightly Review* II, 117-20.
- Gainer, P. W. (1963). "Hy, Zy, Hine", *Victorian Poetry*, 1/2, 158-160.
- Guimarães, P. A. (2010). *Analysing Darker Motives or Delving Robert Browning's 'Poetry of Revenge'*, Interdisciplinary Press. Retrieved February 10, 2021, <http://hdl.handle.net/1822/25034>.
- Hassett, C. W. (1982). *The Elusive Self in the Poetry of Robert Browning*, Ohio University Press, Athens, Ohio.
- Hawlin, S. (2002). *The Complete Critical Guide to Robert Browning*, Routledge, London.
- Honan, P. (1961). *Browning's Characters: A Study in Poetic Technique*, Yale University Press, New Haven.
- Huang, L., Gino, F., & Galinsky, A. D. (2015). "The Highest Form of Intelligence: Sarcasm Increases Creativity for Both Expressers and Recipients", *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 131, 162-177. Retrieved February 11, 2021, <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S074959781500076X>.
- Jeffrey, L. N. (1956). "Browning As Psychologist: Three Notes", *College English*, 17/6, 345-348.
- Johnson, H. (2000). "Authority and the Rebellious Heart", *The Alien Vision, Victorian Web*. Retrieved May 25, 2016, <http://www.victorianweb.org/books/alienvision/browning/3.html>. (Original work published 1952)
- Kingham, M., & Gordon, H. (2004). "Aspects of Morbid Jealousy", *Advances in Psychiatric Treatment*, 10/3, 207-215.
- Lane, C. (2004). *Hatred and Civility: The Antisocial Life in Victorian England*, Columbia University Press, New York.
- Luebering, J. E. (Ed.). (2010). *The 100 Most Influential Writers of All Time*, Britannica, New York.
- Neville-Sington, P. (2004). *Robert Browning: A Life After Death*, Weidenfeld & Nicolson, London.

- Orr, S. (1892). *A Handbook to the Works of Robert Browning* (6<sup>th</sup> ed), Purnell and Sons, Somerset.
- Patterson, T. (2000). "Rage in 'Soliloquy of the Spanish Cloister' and 'Locksley Hall'", *Victorian Web*. Retrieved June 20, 2016, <http://www.victorianweb.org/authors/rb/patterson.html>.
- Perquin, C. (2001). "Robert Browning's Dramatic Monologues: Masks, Voices and the Art of Confession", *Cercles*, 2, 3-11.
- Phelps, W. L. (1915). *Robert Browning: How to Know Him*, Bobbs-Merrill, Indianapolis.
- Prichard, J. C. (1837). *A Treatise on Insanity and Other Disorders Affecting the Mind*, Carey&Hart, Philadelphia. (Original work published 1835)
- Sass, H., & Felthous, A. (2007). "History and Conceptual Development of Psychopathic Disorders", (Ed: A. Felthous and H. Sass), *International Handbook on Psychopathic Disorders and the Law* (Vol. 1, pp. 9-30), John Wiley & Sons, West Sussex.
- Sharma, R. (2010). *Robert Browning's Poetry: An Analytical Approach*. Retrieved March 23, 2017, [https://books.google.com.tr/books/about/Robert\\_Browning\\_s\\_Poetry\\_An\\_Analytical\\_A.html?id=kn8YAgAAQBAJ&redir\\_esc=y](https://books.google.com.tr/books/about/Robert_Browning_s_Poetry_An_Analytical_A.html?id=kn8YAgAAQBAJ&redir_esc=y).
- Shuttleworth, S. (1996). *Charlotte Brontë and Victorian Psychology*, Cambridge University Press, Cambridge.
- Wetzell, R. F. (2000). *Inventing the Criminal: A History of German Criminology, 1880-1945*, North Carolina University Press, North Carolina.
- Whitlock, F. (1982). "A Note on Moral Insanity and Psychopathic Disorders", *Bulletin of the Royal College of Psychiatrists*, 6/4, 57-59.

#### **Beyan ve Açıklamalar (Disclosure Statements)**

1. Bu çalışmanın yazarları, araştırma ve yayın etiği ilkelerine uyduklarını kabul etmektedirler (The authors of this article confirm that their work complies with the principles of research and publication ethics).
2. Yazarlar tarafından herhangi bir çıkar çatışması beyan edilmemiştir (No potential conflict of interest was reported by the authors).
3. Bu çalışma, intihal tarama programı kullanılarak intihal taramasından geçirilmiştir (This article was screened for potential plagiarism using a plagiarism screening program).







Article Info/Makale Bilgisi

✓Received/Geliş:26.03.2021 ✓Accepted/Kabul:11.05.2021

DOI:10.30794/pausbed.903923

Araştırma Makalesi/ Research Article

Bulut, C. ve Savaş Yavuzçehre, P. (2022). "Osmanlı İmparatorluğu'nda Sosyokültürel Yapısı ile Mahalle", *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı 48, Denizli, ss.281-301.

## OSMANLI İMPARATORLUĞU'NDA SOSYOKÜLTÜREL YAPISI İLE MAHALLE

Canberk BULUT\*, Pınar SAVAŞ YAVUZÇEHRE\*\*

### Öz

Osmanlı İmparatorluğu'nun farklı kentlerinde yayılım gösteren mahalleler, sosyokültürel yaşamın temelini oluşturmaktadır. Bireyler, doğdukları mahallenin kültüründen etkilenecek bir kimlik oluşturmakta, sosyal yaşama dahil olmakta ve mahalleli kimliğini gelecek nesillere aktararak, toplumsal değerleri muhafaza etmektedir. Mahalle ve birey arasında gerçekleşen karşılıklı etkileşim sonucunda oluşan gelenek, görenek ve gündelik alışkanlıklar ise mahallelerin kendine has yapısal ve kültürel özelliklerini besleyerek, devamlılık sağlamaktadır. Bu çıkarımdan hareketle çalışmanın amacı, Osmanlı İmparatorluğu'nda, mahallelerin fiziki ve sosyokültürel özelliklerinin tarihsel süreç içerisinde ayrıntılı şekilde değerlendirilmesi olarak belirlenmiştir. Bu amaçla çalışma, tarihsel süreçte mahallenin gelişimine kısaca değindikten sonra, Osmanlı mahallesini, sosyokültürel yapıyı oluşturan fiziki ve toplumsal çevre üzerinden değerlendirmektedir. Ayrıca çalışma, geleneksel Osmanlı mahallelerindeki tarihi, fiziki, demografik, sosyokültürel öğeler ile bu öğelerin birbirini etkileme şekillerine de değinerek, güncel, toparlayıcı bir eser ortaya çıkarmayı amaçlamaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Mahalle, Osmanlı İmparatorluğu, Sosyokültürel Yapı.

## THE NEIGHBORHOOD IN THE OTTOMAN EMPIRE WITH ITS SOCIOCULTURAL STRUCTURE

### Abstract

The neighborhoods that spread in different cities of the Ottoman Empire, constitute the basis of socio-cultural life. Individuals create an identity by being influenced by the culture of the neighborhood they were born in, get involved in social life, and preserve social values by transferring their neighborhood identity to future generations. Traditions, customs, and daily habits that are formed as a result of the mutual interaction between neighborhood and individuals provide continuity by feeding specific structural and cultural features of the neighborhoods. Based on this inference, the aim of the study was determined as the detailed evaluation of the physical and sociocultural characteristics of the neighborhoods in the classical age of the Ottoman Empire in the historical process. For this purpose, this study evaluates the Ottoman neighborhood through the physical and social environment that formed the sociocultural structure after briefly mentioning the development of the neighborhood in the historical process. Besides, the study aims to reveal an up-to-date, collective work by addressing the historical, physical, demographic, socio-cultural elements in the traditional Ottoman neighborhood and the ways these elements interact with each other.

**Keywords:** Neighborhood, Ottoman Empire, Sociocultural Structure.

\*Doktora Öğrencisi, 9 Eylül Üniversitesi İİBF, Kamu Yönetimi, İZMİR.  
e-posta:canberkbulut94@gmail.com, (<https://orcid.org/0000-0002-7125-2972>)  
\*\*Doç.Dr. Pamukkale Üniversitesi İİBF SBKY, DENİZLİ.  
e-posta:pyavuzcehre@pau.edu.tr, (<https://orcid.org/0000-0001-7726-1119>)

## **GİRİŞ**

Mahalle kavramı, Türkiye Cumhuriyeti'ne Osmanlı İmparatorluğu döneminin toplumsal, kültürel, fiziki ve idari yapılanmasından miras kalmıştır. Günümüzde, mahalleler Osmanlı'daki kadar etkili olmayan ancak nostaljik çağrışımlarla gelenekselin en mühim temsilcisi ve göstergesi olarak birçok farklı açıdan önemini koruyan yerleşim ve yaşam birimleridir. İnsanların birincil olarak sosyalleştikleri, kendilerini ait hissettikleri ve farklı etkileşimlerde bulunarak dünyayı anlamlandırmaya başladıkları, kent içerisindeki en küçük yaşam alanlarını temsil eden mahallelerin ortaya çıkışının, milattan önceki devirlere rastladığı görülmektedir. Kentler içerisinde yaşayan insanların, zamanla aynı din, kültür veya tarihi geçmişe sahip çevreleriyle bir arada yaşamaya başlaması, günümüzde mahalle olarak adlandırılan kendine has birimlerin birikimsel olarak gelişmesine yol açmıştır. Kentle bağıni koparmadan, kendine has dokusunu yaratabilen ve korumayı başarabilen mahalleler, kentlerin ve nihayetinde ülkelerin geliştirdikleri tarihsel birikim ve kültürün kaynağını oluşturmaktadır. Bu açıdan bakıldığında, bir kentin veya ülkenin sahip olduğu farklı değerlerin anlaşılabilmesi, içerisindeki mahallelerin tarihsel, sosyal, kültürel ve fiziki gelişimlerini doğru şekilde okumak ve yorumlamaktan geçmektedir.

Mahallelerin içerisinde barındırdığı kimlik, kültür ve tarih olgularının, kentler açısından önemini anlaşılması ile farklı tarihlerde mahalleyi anlamak ve yorumlamak için çalışmalar yapılmıştır. Ergin'in (1936), mahalleye yerel yönetim teşkilâtının ilk basamağı olarak önem atfeden Türkiye'de şehircilik tarihi konulu çalışması, özel olarak mahalleyi konu alması da alandaki öncüllerden biri olarak sayılabilmektedir. Alada (2008), mahalleyi tarihi açıdan tasvir etmekte ve Osmanlı mahalleleri hakkında bilgiler sunmaktadır. Ergenç (1984), Osmanlı'da mahalleyi konu alan çalışmalarında mahalle halkının yaşantısına ve aralarında gelişen birlik, beraberlik duygusuna dikkat çekmektedir. Kronolojik bir perspektif ile kent, mahalle ve insana dair bilgiler paylaşan Alver (2010; 2013), aynı zamanda mahalle ve mahallelilere dair sosyolojik analizlerde bulunmaktadır. Kavruk (2004; 2018) mahalleyi bir yerleşim ve yönetim birimi olarak ele almakta ve geçmişten günümüze mahalleler ve mahalle yönetimleri üzerine yoğunlaşmaktadır. Kuban (2007) ise özellikle Selçuklular ve Osmanlılar döneminde oluşturulan mahallelerdeki mimari yapıya ve zamanla oluşan etnik mimari tarzın etkilendiği değişkenlere odaklanmaktadır. Çalışmanın amacı Osmanlı İmparatorluğu'nun hüküm sürdüğü topraklarda kurulan mahalle yapılanmalarının, fiziki, kültürel, tarihi ve sosyoekonomik özellikleri ile mahalle halkının nesilden nesle geliştirdiği örf, adet ve geleneklerinden doğan gündelik yaşamlarına ayrıntılı şekilde odaklanmak olarak belirlenmiştir.

Çalışmada mahalle olgusu, kavramsal açıdan ele alınmakta ve farklı dönemlerde mahallenin değişen fiziki ve kültürel yapısının, mahallenin tasvir ediliş şekline olan etkisi göz önüne alınarak mahalle tanımlamalarına yer verilmektedir. Osmanlı'nın hüküm sürdüğü topraklarda, farklı medeniyetlerce daha evvel kurulan mahallelerin irdelenmesi ile Osmanlı mahallelerinin miras aldığı tarihi ve kültürel birikimin ortaya konulması amaçlanmıştır. Mahalle yerleşimlerinin dini olgular ve toplumsal kurallar ile yakın ilişki halinde olması, mahalleleri içerisinde barındırdığı tüm öğeleriyle birlikte etkilemiştir. Yaşanan değişimlerin belirlenebilmesi ise mahalleyi oluşturan demografik, fiziki, sosyokültürel ve idari değişimlerin özel olarak incelenmesi ile mümkündür. Buradan hareketle Osmanlı mahallesi, fiziki sınırları, mimari özellikleri ve içerisinde yaşayan nüfusun genel yapısı ile mahalle cemaatinin sahip olduğu kültürel birikimleri, örf, adetleri ve birbirleriyle dayanışma içerisinde olan komşuların günlük ilişkilerine odaklanılmıştır.

## **1. MAHALLE KAVRAMI VE OSMANLI İMPARATORLUĞU ÖNCESİ TARİHSEL GELİŞİMİ**

### **1.1. Genel Olarak Mahalle Kavramı**

Toplumsal yaşamın, kültürel değerlerinden beslenerek gelişen yapısı dolayısıyla mahalle kavramı, içerisinde geliştiği coğrafyaya, topluma ve döneme göre farklı isim ve anlamlarla ortaya atılmıştır. Günümüzde bilinen anlamına ulaşması tarihsel süreçte yaşanan olaylardan etkilenecek gerçekleşen mahalle tanımlamalarındaki ortaklıklar ise kavramın farklı medeniyetlerde ifade ettiği önem ve işlevselliklerin benzerliğinden kaynaklanmaktadır. Mahalle terimi, Arap dilinde "*inip konulacak yer*" anlamına gelen, "*mahall, halel ve hulul*" sözcüklerinden türemiştir (Ayverdi, 2010: 755). Türk Dil Kurumu'nun tanımıyla mahalle, "*Bir şehrin, bir kasabanın, büyükçe bir köyün bölündüğü parçalardan her biri*"dir (sozluk.gov.tr, 2021). Mahalle kelimesinin ve Arapça "*mahall*" kökünün, en sade hali olan "*hall*" sözcüğü ise Türkçede, "konaklama yeri, konak veya durak" anlamlarına

gelmektedir. Sözcüğün günlük hayattaki kullanımına dair (etimolojiturkce.com, 2021), eski dönemlere ait çeşitli yazılı kaynaklara<sup>1</sup> ulaşılabilmektedir.

Osmanlı İmparatorluğu'nun son dönemlerine denk gelen 1900 yılında Şemseddin Sami tarafından hazırlanan "Kamûs-ı Türkî" sözlüğünde ise mahalle, çoğunlukla bir camisi ve imamı bulunan, birçok hanenin birleşmesiyle meydana gelen, bir şehir ve kasabanın bölünmüş parçalarından her biri şeklinde tanımlanmaktadır<sup>2</sup> (Sami, 2017: 1007). Bu tanımda, birleştirici unsur olarak görülen ve günlük yaşama etki eden din faktörünün öne çıktığı açıkça görülmektedir. Genellikle Müslüman mahalleler için geçerli olan bu tanım, diğer gayrimüslim cemaatlerin yoğunlaştığı mahallelerle farklılaşmakta, mahalleler kilise veya havraların etrafında yayılım göstermektedir. Günümüze doğru gelindiğinde ortaya atılan mahalle tanımlamaları, gündelik yaşamda din olgusunu belirli ölçüde geri planda bırakarak, komşuluk ilişkileri ve dayanışmanın ön plana çıktığı sosyokültürel bir yaşam alanını ifade etmektedir.

Kentbilim Terimleri Sözlüğü'nde Keleş (1998: 88) mahalleyi, "Bir kentin, bir kasabanın, büyükçe bir köyün, yönetim bakımından bölündüğü, yapı bölgeciklerinden ve insan topluluklarından oluşan en küçük parçalarından her biri" şeklinde tanımlamakta ve mahalleyi komşuluk birimi ile eşanlamli saymaktadır. Bu tanıma göre mahalleyi ifade eden komşuluk birimi ise "Dar bir alanda yer alan, daha çok yüz yüze ve kişisel ilişkilerin egemen olduğu, üyeleri, yürüme uzaklığı içindeki ilkokul, oyun yeri, gezilik, bakkal ve manav gibi ortak kent kolaylıklarından güçlük çekmeden yararlanabilen küçük yerleşme birimi" olarak açıklanmaktadır. Bu tanım geleneksel mahalle anlayışından, modern mahalle anlayışına geçişte mahalle içerisindeki gündelik hayata yön veren olguların değişimini gözler önüne sermektedir. Ancak bu durum, Osmanlı mahallesinde komşuluk faktörünün veya modern mahallede dini kültürün olmadığı gibi sonuçlar doğurmaz. Mahalle içerisinde gelişen her kavram, belirli ölçülerde mahalleye has değerler olarak mekânlarda, bireylerde ve genel olarak toplum içerisinde yaşamaya devam etmektedir.

Mahalle tanımları, farklı coğrafya ve dönemlerde, her kültüre has farklı açılardan ele alınsa da ortaya çıkan bazı ortak sonuçlar bulunmaktadır. Bu tanımlardan, mahallenin bir yerleşim yeri olduğu, yerleşim yerinin kentsel özellikler gösteren yerlerde bulunduğu, birbirine yakın mesafelerde birden çok mahalle olabildiği, orada yaşayan insanların yakın ilişki içerisinde olduğu, topluluğun sınıf ve statü farkları ile değil, akraba ve arkadaşlık ilişkileri tarafından biçimlendiği, dinlerin topluluğun homojen yapısını sağlamada etkin bir rolünün olduğu ve yöneticilerin mahallede ikamet eden insanlara kolayca ulaşabildiği gibi çıkarımlara ulaşılmaktadır (Kavruk, 2004: 109). İçerisinde bulunduğu kültürel ortamdan, komşuluk ilişkilerinden, yaşanılan tarihsel dönemden veya coğrafi konumdan etkilenerek, birikimsel değerler meydana getiren ve günümüzde hala belirli değerler çerçevesinde işlevselliği bulunan mahallelerin ortaya çıkış tarihleri ise ulaşılabilen yazılı kaynaklardan çok daha öncesine dayanmaktadır. İlk insan topluluklarının bir araya gelerek yaşamaya başladığı ve ilk yerleşim alanlarını meydana getirdiği milattan önceki dönemler düşünüldüğünde, mahalle hakkında geçmişe dayalı bilgilere çoğunlukla arkeolojik bulguların izin verdiği şekilde ulaşılabilmektedir. Bu açılardan, Osmanlı İmparatorluğu dönemine geçmeden önce, mahallelerin eski çağlarda ortaya çıkışına ve o zamandan bu yana Osmanlı coğrafyasındaki tarihsel, sosyokültürel, sosyoekonomik ve idari gelişimine elde edilebilen bilgiler ışığında değinmek, Osmanlı mahalle yapısını daha iyi anlamak açısından yerinde olacaktır.

## **1.2. Osmanlı İmparatorluğu Öncesi Medeniyetlerde Mahallenin Gelişimi**

Mahallelerin ortaya çıkışı, neredeyse uygarlık tarihi kadar eskidir. İnsanların topluluk halinde yaşamaya başlaması zamanla kentleri, kentler ise içerisinde yaşayan farklı sınıflardan insanların kültürel, dini veya sosyoekonomik bölünmeleriyle mahalleleri meydana getirmiştir. Buna ilişkin olarak Mumford (2007: 610), mahallenin ortaya çıkışının, ilk kent<sup>3</sup> yerleşmelerinin de üzerinde yükseldiği antik dönem Mezopotamya

1 Mahalle sözcüğünün etimolojik kökenine ve cümle içerisinde kullanıldığı erken dönem yazılı kaynaklara ulaşmak için bakınız. <https://www.etimolojiturkce.com/kelime/mahalle> (erişim: 05.01.2021).

2 Tanım herkes tarafından anlaşılır olması için sadeleştirilmiştir. Orijinal Osmanlıca hali için bkz. "Bir şehir ve kasabanın, münkasim olduğu parçaların beheri ki müteaddid hanelerden mürekkep olup, ekseriya bir cami ve imamı vardır." (Kamûs-ı Türkî, s. 1007).

3 Günümüzde oluşan kent algısı çerçevesinde, bir yerleşim yerinin hangi özelliklerinin orayı kent yapacağı (nüfus, sınırlar, gelişmişlik vb.) konusunda fikir ayrılıkları olduğu için, ilk kentlerin kuruluş tarihleri akademik çevrede tartışmalı bir konudur (Bağlı ve Binici, 2005: 40-41). Ancak birçok araştırmacı, coğrafi olarak ilk kentlerin, erken dönem yerleşik hayata geçişin izlerinin de bulunduğu Mezopotamya toprakları üzerinde kurulduğu konusunda birleşmektedir.

coğrafyasında olduğunu belirtmekte ve mahalle kavramını, kenti oluşturan en eski yerel ögelerden biri olarak tanımlamaktadır. Kentin çevresinde gelişen banliyö kesimlerini de birer mahalle birimi olarak ele alan Mumford (2007: 607) ayrıca, mahallelerin tarihsel süreç içerisinde kökenlerine ulaşıldığında, kentin içerisindeki “eski köy bileşeni” olduklarının ortaya çıktığını ve dengeli bir kent yaşamı için diğer kent kurumları kadar olmazsa olmaz bir olgu teşkil ettiğini belirtmektedir.

Mezopotamya bölgesinde kurulan ilk yerleşim bölgelerinden olan “Larsa, Babil, Ur, Tel Asmar ve Uruk” gibi kentlerde mahalleler kent planlarında açıkça yer alan önemli kent bölümlerini oluşturmaktadır. Bölge esnafı ve halk, mahallelerde ikamet etmekte, mahalleler fonksiyonlarına göre farklı isimler almakta, kent planı mahallelere göre yapılmaktadır. Mahallenin şekillenmesinde önemli bir yere sahip olan sokaklar mahallenin ve kentin temel dokusunu oluşturmaktadır. Yine “Ebla ve Biblos” gibi kent örneklerinin verilebileceği ve kentleşme tarihi açısından zengin olan Akdeniz Bölgesi’nde de mahalle, kent içerisinde belirgin bir öneme sahiptir (Alver, 2013: 32). Surlarla çevrili yapısı ve içerisindeki saray, tapınak veya konut bölgeleriyle “Eridu, Lagaş, İsin, Nippur ve Kutha” da mahalle yapılarıyla benzer özelliklere sahip önemli Mezopotamya şehir devletlerini meydana getirmektedir (Bağlı ve Binici, 2005: 42). Zamanla sınırlar genişledikçe ve insan popülasyonu artmaya başladıkça, kentler içerisindeki yerleşim bölgelerini oluşturan mahalleler de gelişmiş ve yayılmıştır.

Mezopotamya topraklarının kuzeydoğusunda, bir zamanlar Osmanlı İmparatorluğu’nun, bugün ise Türkiye Cumhuriyeti’nin yükseldiği Anadolu ve Rumeli topraklarında erken dönem mahalle yapılanmalarına milattan önce 3. yüzyılda rastlanmaktadır. Helenistik dönem olarak adlandırılan bu çağlarda mahalleye, “amphodon” adı verilmektedir. Sadece seçkin belirli bir grup insanın ikamet edebildiği “amphodon”, içerisinde tapınağın bulunduğu, kentin surlar içerisinde kalan kesimini oluşturmaktadır (Sakaoğlu, 2011: 8). İbadet yeri ve mahalle arasındaki etkileşim, antik çağlardan günümüze değişmeden gelen olgulardan biri olmuş ve insanlar dini inançlarına uygun ibadet yapıları etrafında birleşerek mahallelerini oluşturmuşlardır. İlk Çağ kent yaşamında mahalleler, akropol içerisinde Zeus, Hera veya Athena gibi tanrı ve tanrıçalara adanan tapınaklar çevresinde gelişim göstermiş ve varlıklı insanlar dönemin lüks konutlarını bu tapınaklar çevresinde inşa etmişlerdir. Helen Uygarlıklarında mahalleler, kentsel tasarım ve planlama açısından değerlendirildiğinde gösterişli birimler olarak görülmemektedir. Mahallelerde gösterişten kaçınılmış, sade bir görünüm yaratılmıştır. Antik kalıntılardan da görülebileceği üzere, günümüze ulaşabilen yapıların büyük çoğunluğunu yerleşim yerlerinden ziyade kamusal alanlar ve seçkinlere ait binalar oluşturmaktadır (Wycherley, 1993: 158).

Eski çağlarda yaşayan Türk kavimlerinde mahalle kavramı, batı medeniyetlerinin aksine şehir kavramının da geç ortaya atılmasıyla birlikte sonraki yüzyıllarda ortaya çıkmıştır. Alada’ya (2008: 30) göre bunun sebebi, Türk boylarının çağlar boyu göçebe hayat tarzı ile, yerleşik düzeni bir arada devam ettirmesi ile alakalıdır. Bunun sonucunda, şehri ortaya koyan tarımsal ürünlere ancak ileri tarihsel süreçlerde rastlanmaktadır. Bu dönemde ancak tanımsal farklılıklardan ve günümüze ulaşan mimari yapılardan yola çıkılarak köyden farklı bir yerleşim yeri olan, daha çok yönetici sınıfın yaşadığı, insanların savunma gereksinimleri ve az miktarda ticari amaçlar için kullanılan kısıtlı bir kent tanımlaması yapılabilmektedir. Anadolu topraklarının Türk ve Müslüman halkların hakimiyetine girmesinden önce, şehirler çoğunlukla kale surlarının içerisinde sıkışmış, genişleme imkânı bulunmayan, genellikle belirli bir zümrenin ikamet ettiği, bir yaşam alanından çok savunma veya korunma amaçlı tercih edilen idari bir birim olarak görülmekteydi. Bölgenin zaman içerisinde Türk hakimiyetine geçmeye başlamasıyla birlikte şehirler, surlardan dışarı taşarak çevreye doğru genişleme imkânı bulmuş ve yeni oluşturulan yerleşim alanları, mahalleleri meydana getirmeye başlamıştır (Bayartan, 2005: 97).

Goodwin (2012: 575), ikamet alanlarının surlar dışına genişlemesini, kent çevresinde yeni gelişen idari, ticari ve dini merkezlerin varlığına dayandırmaktadır. Avrupa kentlerinde mahalleler güvenlik kaygılarıyla surlar içerisine kurulurken, Türk-İslam geleneğinde bu uygulama son bulmuştur. İslam kentlerinde fiziksel anlamda değişen mahalle yapıları, yıllar içerisinde işlevsel olarak da Avrupa’dan farklılaşmış ve yer-mekân ayrışması olmaktan ziyade günlük yaşamı bütüncül olarak içine alan bir olgu haline gelmiştir (Alada, 2008:117). İslam kentlerinde mahalleler, kendi kendilerine yetebilen önemli kent bölümleri olarak görülmektedir. “Hara” adı verilen mahallelerin, kendilerine ait camileri, su kaynakları, çarşısı, gece bekçileri ve bahçe kapıları bulunmaktadır. Her biri küçük birer kent görünümünde olan mahalleler, kendi içerisindeki alt kültür unsurlarının dayanışması sonucu ortaya çıkmıştır (Duri, 1992: 70; Pirlanta, 2010: 137).

İslâm coğrafyasındaki kent ve mahallelerde görülen benzerlikler, Müslümanların fethettikleri bölgelerde İslâm'a uygun yeniden inşa faaliyetlerinin sonucu olarak kazandıkları şehircilik deneyimleri ile açıklanabilmektedir (Mermutlu: 2010: 14). Alada (2008: 128), "... belirli bir nüfus yoğunluğuna ulaşabilmiş ve aralarında yakın hane ilişkileri (komşuluk) kurabilmiş yerleşim birimlerinde, insanların aynı mekânda ibadet ediyor olmaları İslami cemaat için gerekli şarttır" ifadesiyle İslâm geleneğinden gelen şehir ve mahalle standartlarını ortaya koymaktadır. Aynı din ve milletten olan insanların bir araya gelmesiyle, zamanla mahalleler kurulmaya ve yayılmaya başlamıştır (Can, 1992: 118).

Selçuklu Devleti zamanında mahallelerin Osmanlı dönemine kıyasla daha büyük olduğu bilinmektedir. (Akşit, 2014: 81). Anadolu Selçuklu Devleti dönemine gelindiğinde mahalleler, pazar alanları ile birlikte dış kent olarak düşünülebilecek kent bölümünde bulunurken, iç kent kısmında ise büyük kent camisi ve hükümet konağı gibi çeşitli kamu binaları yükselmektedir (Kuban, 1965: 90). Osmanlı İmparatorluğu öncesi dönemde oluşturulan Türk-İslâm mahalle yapılanmalarına dair örneklerin günümüze ulaşmadığı görülmektedir. Selçuklular döneminden günümüze ancak bazı saray ve vakıf binaları ulaşabilmiş, mahalle yaşamına dair ev ve yapı örnekleri<sup>4</sup> ayakta kalamamıştır (Goodwin, 2003: 429). Bunun en büyük sebebi, vakıf ya da kamu binaları haricinde kalan ikamet yapılarının kalitesiz malzemeden, bölgenin sunduğu hammadde ve malzeme sınırlılıklarıyla yapılmasından kaynaklanmaktadır (Kuban, 1965: 73).

Selçuklular döneminde mahalleler, aynı zamanda vergi toplamak gibi kamusal konularda da görevli "iğdiş"<sup>5</sup> olarak adlandırılan yöneticiler tarafından idare edilmektedir (Çadircı, 2011: 46). İsimleri, dönemleri ve üzerinde yükseldikleri topraklar farklılık gösterse de mahallelerin gelişimi, Türk-İslâm şehircilik geleneğinde çoğu zaman paralellik göstermektedir. Bu durum, Anadolu coğrafyası üzerinde yayılım gösteren Osmanlı İmparatorluğu'nun da şehircilik ve mahalle yapılanmasının temelini öncüllerinden aldığı ve kendi kültür yapısı içerisinde değiştirerek geliştirdiğini göstermektedir.

## **2. OSMANLI İMPARATORLUĞU'NDA MAHALLENİN GELİŞİMİ VE ÖZELLİKLERİ**

### **2.1. Osmanlı İmparatorluğu'nda Mahalle Kavramı ve Kökeni**

Osmanlı İmparatorluğu'nda mahalle kavramı, öncüllerinden aldığı toplumsal, idari, kültürel birikimlerle şekillenen ve sosyal yaşamı tam anlamıyla içine alan önemli bir olguyu ifade etmektedir. Yerel yönetim teşkilatlarının henüz modern anlamda bilinen haline evrilmesinden çok daha önce mahalleler, Osmanlı'da yerel yönetimin temel taşlarından birini oluşturmuştur. Ergin (1936: 69), Osmanlı'da mahalleleri yerel yönetim sisteminin ilk basamağı olarak ifade etmekte ve insanları bir araya getiren bir unsur olmasından dolayı bireysellikten, toplumsallığa geçişin önemli bir unsuru olduğunu belirtmektedir.

Mahallenin yarattığı sosyokültürel gelenekler ve sorumluluklar çerçevesinde yaşamını sürdürmeye başlayan insanlar, mahalleli ve nihayetinde cemaat haline gelmektedir. Ergenç (1984: 69) bu anlayışla benzerlik gösteren şekilde Osmanlı'da mahalleyi, "birbirlerini tanıyan, bir ölçüde birbirlerinin davranışlarından sorumlu, sosyal dayanışma içinde olan kişilerden oluşmuş bir topluluğun yaşadığı yer" olarak ele almakta ve genel bir anlatımla, "aynı mescitte ibadet eden cemaatin aileleriyle yerleştikleri şehir kesimi" olarak tanımlamaktadır. Tanımdan da anlaşılacağı üzere sosyal hayatta oldukça etkili olan din olgusu, mahallenin sosyal, fiziksel özelliklerine ve kimliğine de yansımış durumdadır. Bu durum İslâm şehircilik geleneğinin bir sonucudur. İslâm kentlerinin üç ana unsuru olarak bilinen mahalleler, çarşılar ve camiler (Alada, 2008: 38-39), geçmişinden aldığı temel ile kentin başat elemanları olmakta ve birbiriyle yakın ilişki içerisinde bulunmaktadır. Alver (2010: 120), bir mahalle kurmanın, bir cami veya mescit inşa etmek ile aynı anlama geldiğini belirtmekte ve camileri "mahallenin toplardamarı" olarak nitelendirmektedir. Osmanlı mahalle yapılanmasındaki ayırımın daha çok din temeli olması, Osmanlı mahallelerini, fiziksel ve sosyoekonomik ayırımlarla oluşturulan yerleşim tiplerine sahip diğer medeniyetlerin mahallelerinden ayırmaktadır.

<sup>4</sup> Osmanlı evleri hususunda Bkz. Cansever (2002), Faroqhi (1987).

<sup>5</sup> "Terbiye etmek, beslemek ve yetiştirmek" anlamlarında kullanılan "iğmek" sözcüğünden türemiştir. Osmanlı mahalle imamları veya günümüz mahalle muhtarlarına benzeyen görevlere sahip yöneticilerdir. Daha ayrıntılı bilgi için bakınız. <https://islamansiklopedisi.org.tr/igdis> (20.02.2021).



**Tablo 1. Osmanlı Kentlerinde Bulunan Mahalle İsimlerinin Kaynağı ve Dağılımı**

Şehir/ Kasaba	Toplam Mahalle	Kişi Adı	Mescit/ Cami Adı	Esnaf/ Pazar Adı	Doğa Özelliği	Gelinen Şehir İsmi	Eski İsmi	Veri Yok
Amasya	54	38	8	3	1	3	1	-
Edirne	176	139	13	5	8	1	1	9
Ankara	87	34	14	12	1	7	-	19
İstanbul	262	50	196	9	-	2	-	5
İsparta	30	15	3	4	3	-	2	3
Bursa	281	156	40	19	16	12	-	38
Konya	179	141	8	7	6	-	-	17
Erzurum	19	8	7	2	1	-	-	1
Toplam	1133	584	320	63	37	25	4	100

(Kaynak: Alada, 2008: 139)

Osmanlı mahallesi, “Müslüman Mahallesi”, “Gayr-i Müslim Mahallesi” ve “Birlikte Yaşanan Mahalle” şeklinde üç farklı din temelli ayırım ortaya koyarak gelişmiştir (Şahin ve Işık, 2011: 222). Osmanlı mahallelerindeki dini yaşam ve cemaat sisteminin önemi, o dönem kurulan mahalle isimlerinden de anlaşılmaktadır. İstanbul, Bursa ve Edirne gibi farklı dönemlerde başkentlik görevi üstlenmiş büyük kentlerde bulunan mahalleler de dahil olmak üzere toplam 1133 mahallede yapılan bir araştırmada, örnekleme dahil edilen mahallelerin %88’inin isminin, mahalle içerisinde bulunan cami ve mescitten veya o ibadethaneyi yaptırmış olan kişiden geldiği ortaya çıkmıştır (Alada, 2008: 137). Bu durum İslam kuralları çerçevesinde oluşturulan dini kültürün, Osmanlı mahalle yaşamı ve sosyokültürel bileşenleri ile son derece iç içe olduğunun bir kanıtı olmaktadır.

## 2.2. Osmanlı Mahallelerinde Fiziki ve Demografik Yapı

Osmanlı mahallelerinde fiziki yapı ile demografik yapı birbirine paralel şekilde gelişmiş ve birbirinden sürekli etkilenmiştir. Cemaati oluşturan mahalle halkının nesilden nesle aktararak biriktirdiği sosyokültürel yaşam biçimi Osmanlılara has fiziksel donatıları oluştururken, belirli değerler dahilinde oluşturulan yapılar da bireylerin yaşam tarzı üzerinde etkili olmuştur. Camileri, mescitleri, yeşil alanları, mahalle kahvehaneleri, mahalle mektepleri, hamamları, toplanma/sosyalleşme görevi gören cami bahçeleri ve kendine has kimlik özellikleri barındıran evleri ile Osmanlı mahallelerini, içerisinde yaşayan toplumun günlük alışkanlıkları ve yaşam biçimleri ile birlikte irdelemek, günümüz mahallelerinin sahip olduğu tarihsel değerleri ve kültürel birikimleri anlamaya da yardımcı olacaktır.

Osmanlı mahallelerinin, fiziki yapısına dair genel ve ortak bir anlatım yapılmak istenildiğinde, değinilmesi gereken ilk başlık, içerisindeki yapıların sade bir görünüme sahip olduğu olacaktır. Devlete başkentlik yapmış büyük kentlerdeki mahalleler haricinde kalan yerleşim yerlerinin hepsi en fazla iki katlı konut yapılarından ve cami minarelerinden oluşan yatay bir mimari silüet ortaya koymaktadır. Kütüphane, tekke, türbe, mektep gibi kamusal binaların dahi birkaç katı geçmediği bilinen Osmanlı klasik döneminde<sup>6</sup>, çok katlı yapılar inşa etmek bir tabu olarak görülmektedir (Kuban, 2007: 599). Erken dönem Osmanlı mahallelerindeki yapılarla ilişkin bilgiler genellikle o dönem ülkeye ziyarette bulunmuş Avrupalı gezginlerin aktardıklarından kaynağını almaktadır. Klasik dönem Osmanlı mahalle halkı, eskimiş ve özensiz şekilde inşa edilmiş konutlarda oturmaktadır. 1509 yılında İstanbul’da meydana gelen ve “Kıyamet-i Sugra” yani Küçük Kıyamet olarak adlandırılan deprem sonrası halk, evlerini ahşap malzemelerden yapmaya başlamıştır. Ancak, depremin yarattığı yıkıcı etkilerden kurtulmak için bu yola başvuran mahalleli, daha sonraki yıllarda ise defalarca yangın felaketiyle karşı karşıya kalmıştır (Gökkaya, 2012: 54). İkamet alanlarındaki yapılarda görülen sadelik, kamu binalarına gelindiğinde yerini daha ihtişamlı bir üsluba bırakmaktadır. Bunun sebebi ise kamusal binaların direkt olarak devlet aygıtını ve bürokratik sistemi temsil etmesinden kaynaklanmaktadır. Bu yüzden, kamusal binaların veya vakıf binalarının daha çok dayanıklı taş malzemelerden inşa edildikleri göze çarpmaktadır (Çetin, 2014: 272).

<sup>6</sup> Kavramın isim babası İnalçık (2019) Osmanlı İmparatorluğu Klasik Çağı’nı 1300-1600 yılları arasında tanımlamaktadır.

Osmanlı mahallelerinden günümüz orijinal haliyle ulaşan pek fazla örnek olmadığından, mahallelerin büyüklüğü ve sınırları hakkındaki bilgilere dair çıkarımlar, mahallede bulunan cami ve mescitlerin büyüklüğü ile yapılmaktadır. İçerisinde 60 kişinin namaz kılabilceği büyüklükte bir cami veya mescit bulunan mahallelerin, genellikle 150 ile 200 kişi arasında değişen bir nüfusa sahip olduğu tahmin edilmektedir. 1864 yılında çıkarılan Vilayet Nizamnamesi<sup>7</sup> ile mahalle kurulabilmesi için en az 50 hane barındırması ölçütü getirilmiştir (Mermetlu, 2011: 22-23). Mahalledeki dini yapılar üzerinde yapılan idari tasarruflar da dönem hakkında bilgiler içermektedir. Örneğin; bir mahalle mescidine minber eklenerek camiye çevrilmesi, o mahallenin nüfusunda artış olduğunu göstermektedir. Bunun dışında, hanelerden toplanan avarız vergisi<sup>8</sup> kayıtlarından ve askere alım belgeleri üzerinden mahalledeki evli/bekâr erkekler ve toplam mahalle nüfusu hakkında çeşitli bilgilere ulaşılmaktadır (Kıvrım, 2009: 237-238).

Günlük yaşamı dini değerler etrafında birleşerek farklı cemaatleri meydana getiren yapısıyla Osmanlı mahallelerinde, yerleşim açısından bir sınıf ve statü farkı bulunmamaktadır. Fakir ile zengin, işçi ile bürokratin bir arada oturabildiği yapısıyla klasik dönem Osmanlı mahalleleri, iç içe geçmiş sosyal ve kültürel bir yerleşim alanı olma özelliği göstermektedir. Ortaylı'nın (2001: 21-22), *"Bir paşanın konağı karşısında, basit bir evkaf katibinin aşiboyalı küçük evi, ilmiye ricalinden bir efendinin kaşanesinin yanı başında, mahalle suyolcusunun kulübesi bulunur"* şeklindeki ifadesi, mahallelerde sosyoekonomik statü farklılıklarına yer vermeyen demografik oluşumu gözler önüne sermektedir. Dinsel değerleri temele alan mahalle ayrımının istisnası, aynı meslek grubundan toplulukların bir araya gelerek oluşturulan mahallelerdir. Çıkrıkçıların, kalaycıların veya demircilerin bir arada oturmayı seçerek oluşturdukları farklı mahalleler bu oluşumlara örnek olarak verilebilmektedir (Ergenç, 1984: 70).

Klasik Osmanlı dönemi mahalle sakinleri olan cemaatin ve genel olarak tüm mahallenin fiziksel yapısının en önemli belirleyici ögesi camiler olmaktadır. Bu dönemde ortaya atılan mahalle tanımlarında camilerin fiziki ve sosyokültürel bir unsur olarak cemaat tarafından önem atfedilen bir öge olduğu açıkça görülmektedir. Klasik dönemde, mahallelerin camiler etrafında kurularak yayılım gösterdiği bilinmektedir. Zamanla mahalle camileri, taşıdıkları dini misyonun yanında, halkın sosyalleşmek için bir araya geldikleri ve fikir alışverişinde buldukları, günlük aktivitelerini gerçekleştirdikleri toplanma alanları haline gelmiştir. Ergin (1936: 103-104), Arapçada *"halkın toplanma yeri"* anlamına gelen camileri, mahallelerin yönetim merkezi ve yönetici olarak görülen imamın ordugahı olarak ifade etmekte ve camileri, *"Herhangi bir sahadaki halkı muayyen vakitlerde bir yere toplayarak onları birbirleriyle tanıştırmak, bu vesile ile dini ve dünyevi işleri görmek, aynı zamanda bu toplantıdan istifade ederek hükümetin emirlerinden, onları haberdar etmek hususlarında işe yarayan bir içtimai müessesese"* şeklinde tanımlamaktadır. Camilerin ve cami bahçelerinin toplanma ve sosyalleşme alanı olarak verimli şekilde görev yapması, Osmanlı'da mahalle meydanı gibi kamusal alanların oluşumunu engellemiştir (Kavruk, 2004: 11). Ayrıca camilerin etrafında, mahalle halkına farklı alanlarda yardım ve hizmet sunan vakıflar hizmet vermektedir. Bu vakıflar, külliyesi bünyesinde bulunan aşevi, imarethane, hastane, kütüphane gibi yardım kuruluşlarıyla ihtiyaç sahiplerine ulaşmakta ve aynı zamanda halkın sosyalleşmesine, dayanışmasına ve yardımlaşmasına imkân sunan merkezler olmaktadır (Çetin, 2014: 273).

Osmanlı mahallesinde camiler gibi sosyalleşme ve toplanma merkezi işlevi gören çarşı ve hamam gibi mekanlar yanında mahalle kahvehanelerinin konumu farklı olmuştur (Sankır, 2010: 194). İlk olarak İstanbul'da 16. Yüzyılın ortalarında açılmaya başlanan (Hattox, 1985) kahvehanelerin de ortaya çıkışı hakkında farklı tezler mevcuttur<sup>9</sup>. Bazı araştırmalar kahvehanelerin ortaya çıkışını camiler ve o camilerde ibadet eden cemaatle ilişkilendirirken (Ergin, 1936: 104); bazıları ise bunu kahve ticaretinin artması ile ilişkilendirmektedir (Peçevi, 1999: 363-364). Osmanlı klasik dönemde, camiye ibadet için gelen mahallelinin iki namaz arası vakitte zaman geçirmesi amacıyla cami yakınına bekleme salonu olarak tabir edilebilecek mekânlar inşa edilmiştir. Yemen'den kahvenin gelmesiyle, cemaat beklerken kahve içmeye başlamış ve zaman içerisinde bu gelenek yaygınlaşarak bekleme salonlarını kahvehanelere dönüştürmüştür (Ergin, 1936: 104). Zaman içerisinde toplanma, sosyalleşme ve karşılıklı kültür alışverişinde bulunma mekânları olarak işlevsellik gösteren kahvehaneler, Osmanlı kent ve mahalle yaşamında

<sup>7</sup> "1864 Vilayet Nizamnamesinin dördüncü maddesine göre her köy bir belediye sayılmıştır. Ayrıca şehir ve kasabalarda en az elli hanenin toplamından mahallelerin oluşturulması ve bunların köy hükmünde olacağı hükme bağlanmıştır" (Kartal, 2013: 9).

<sup>8</sup> Osmanlı'da olağanüstü durumlarda halktan para, mal veya işgücü şeklinde talep edilen vergilerdir. Ancak 16. yüzyıldan itibaren avarız vergisi, mutad hale gelmiştir.

<sup>9</sup> Osmanlı'da Kahvehane literatürü için bkz. Yaşar, 2005, kahvehanelerin Batı'daki seyri için bkz. Habermas, 2014.

giderek önem kazanmış ve bir sosyal statü belirleyicisi işlevi üstlenmiştir. Osmanlı mahalleleri içerisinde yaygınlaşmasıyla mahalle kahvehaneleri, ikamet eden her cemaatin müdavimi olduğu gündelik hayatın tecrübe edildiği, modern kamusal alanların oluşumunun en önemli mekânları haline gelmiştir (Çağlayan, 2012; Ürer, 2010: 2-4; Yaşar, 2005: 239; Ünüvar, 1998: 192). Bazı dönemler kahvehanelerde oluşan kamusal düşüncenin, siyasi otorite tarafından tehdit olarak algılanacak düzeye ulaştığı ve bu yüzden kahvehanelerin kısmen veya tamamen kapatılması gibi bazı yasakların getirildiği görülmektedir (Yaşar, 2018).

Osmanlı mahallelerinin fiziki öğelerinden bir diğeri, bütün yapıları saran sokaklardır. Özellikle çıkmaz sokakların mahalle yaşantısında ayrı bir önemi bulunmaktadır. Alver (2010: 121) sokakları, mahalleyi kolları arasında alarak yaşatan ve insanları birbirine bağlayan bir damara benzetmektedir. Bu sokaklar arasında, çıkmaz sokaklar mahallenin mahremiyetini koruması ve gündelik hayatını geçirdiği alanlar olması açısından öne çıkmaktadır. Arsa mülkiyeti gibi konuların henüz ortaya atılmamasından kaynaklanan gelişigüzel konut inşaları çıkmaz sokakları meydana getirmiş ve bu sokaklar zaman içerisinde mahallenin ana yolundan evlere gidilen yollar haline gelmiştir (Alada, 2008: 147). Çıkmaz sokakların önem kazanmasında, İslam kültüründen gelen mahremiyet anlayışının da etkisi bulunmaktadır. Osmanlı kadınının diğer erkeklerle bir arada olmasının ve sosyal hayata karışmasının engellenmesi amacıyla evlerin çevresine örülen yüksek duvarlar, çıkmaz sokakların yayılımını hızlandırmıştır. Böylece mahalle yaşantısı içerisinde belirli kesime ait özel güvenli yollar olarak görülen çıkmaz sokaklar işlevsellik kazanmıştır (Can, 1991: 74). Dar ve çıkmaz sokaklar, mahalleye giren çıkan insanların gözlemlenebilmesine olanak sağladığından, yabancı insanlardan gelebilecek olası tehditlere karşı mahalle halkına güven duygusu aşılamaktadır. Mahalle çocukları, sağlanan güvenlik ortamı içerisinde rahatça oyunlar oynayabilmekte, mahalle halkı ise gündelik işlerini birlikte yapma amacıyla toplanmakta ve sosyalleşebilme imkânı bulmaktadır (Ata ve Başar, 2018: 404). Osmanlı geleneksel mahalle yapısının kimlik öğelerinden birini oluşturan dar ve çıkmaz sokaklar günümüzde, ihtiyaçların farklılaşmasıyla ve gelişen modern şehircilik anlayışı doğrultusunda hayata geçirilen farklı düzeylerde kentsel tasarım ve dönüşüm projeleri ile giderek azalmaktadır.



**Fotoğraf 1. İstanbul ve Bursa Vilayetlerinden Camileri ve Dar Sokaklarıyla 19.Yüzyıl Osmanlı Mahalleleri**

Kaynak: fikriyat.com ve yenidonem.com.tr (10.03.2021)<sup>10</sup>

Osmanlı dönemi şehircilik anlayışında göze çarpan fiziksel özelliklerinden birini de yeşil alanlar oluşturmaktadır. Bu dönem ağaçlandırma faaliyetlerine önem verildiği görülmektedir. Özellikle köylerde, cami kadar önemli diğer sosyalleşme elemanını "büyük ağaç" olarak adlandırılan ağacın altındaki toplanma alanı oluşturmaktadır (Goodwin, 2012: 580). Kentlerde bulunan yeşillikler ise çoğunlukla mahalle aralarındaki sokaklardan ziyade, ev bahçelerinde kümelenmiş durumdadır. Osmanlı kadınının gündelik yaşamını kolaylaştıran sosyalleşme alanları olan ev bahçeleri, mahremiyet anlayışının bir tezahürüdür. Ev bahçeleri dışındaki yeşil alanları ise mahalle aralarındaki hazireler<sup>11</sup> ve kentin çeperinde bulunan mezarlıklar oluşturmaktadır (Kuban, 2007: 600). Mahalle

<sup>10</sup> <https://www.fikriyat.com/tarih/2018/06/27/osmanlida-mahalle-yapisi-nasildi>, <http://www.yenidonem.com.tr/haber/eski-bursa-nin-anlatacaklari-var-35637.html> (10.03.2021).

<sup>11</sup> "Cami, türbe, tekke vb. yerlerde çevresi parmaklıklarla çevrili mezar yeri" Türk Dil Kurumu, <https://sozluk.gov.tr/> (erişim: 23.03.2021).

aralarında bile bulunabilen yeşillendirilmiş mezarlıklar, ölümü hayatın bir gerçeği olarak benimseyen ve ölümden sonraki ahiret hayatını dostça karşılamak isteyen din temelli toplumsal anlayıştan temelini almaktadır (Ortaylı, 2019: 34).

Osmanlı mahallesinde, fiziksel donatı elemanı olmasının yanı sıra, sosyal yaşamın devamlılığını da sağlayan önemli yapılardan bir tanesini mahalle çeşmeleri oluşturmaktadır. Mahalle çeşmeleri genellikle, mahallenin merkeze yakın ve orada ikamet eden cemaatin kullanımına uygun bir mesafeye inşa edilmektedir. Çeşmelerden mahallelilerin haricinde, mahalleden geçen yabancı kimseler ve birçok hayvan da yararlanabilmektedir (Özer, 2008: 132). Mahalle halkının içme ve kullanma suyuna olan ihtiyacını karşılama işlevinin yanında, bir sosyalleşme aracı ve toplanma meydanı işlevi de gören çeşmeler, özellikle Osmanlı kadınının gündelik yaşama katılabilesine imkân sağlaması açısından önem arz etmektedir (Kavruk, 2004: 125). Evlerde su tesisatı bulunmadığından, günde en azından bir kere de olsa su almak için çeşme başına gelen Osmanlı kadınları, mahremiyet duygusu ile örülen yüksek duvarlı evlerinden dışarı çıkarak buralarda sosyalleşebilme imkânı bulmaktadır (Kuban, 2007: 600).

Sosyal yaşamda olduğu kadar kentsel tasarımda da etkili olan mahalle çeşmelerinin önemi özellikle Lale Devri olarak adlandırılan dönemde artmıştır. Ülkede genel olarak istikrarın hüküm sürdüğü bu dönemde mimari anlayışın, askeri ve dini yapılardan ziyade sivil mimari yapımına evrilmesi çeşme benzeri sivil mimari örneklerinin artmasına yol açmıştır (Koçyiğit, 2014: 320). Mahalle içerisinde bulunan çeşmeler, referans noktası olarak da gösterilmektedir. Genellikle mahalle halkı tarafından bilinen çeşmelerin bulunduğu sokaklara, o çeşmenin adı verilmekte ve yer tayini yapılmaktadır. Ayrıca çeşmeler eski dönem sanatsal trafik levhası olarak da işlev görmektedir. Örneğin, bir sokağın başına çeşme inşa edilmesi, o sokağın çıkmaz bir sokak ve bölünen bir sokak olduğunun sinyalini vermektedir (Özer, 2008: 131). Tüm sosyal ve fiziki unsurlarıyla mahalle çeşmeleri, Osmanlı mahalle yaşantısının karakteristik öğelerindedir. Modern mahalle yaşamında her bir haneye su tesisatı döşenerek suya ulaşımın lüks olmaktan çıkarılması, mahalle çeşmelerinin işlevsel özelliğini giderek yitirmesine neden olmuştur. Günümüzde mahalle çeşmeleri gibi yapılar daha çok peyzaj amaçlı kentsel donatı ögesi olarak görev yapmaktadır.

### **2.3. Osmanlı Mahallelerinde Sosyal ve Kültürel Yapı**

Osmanlı mahallelerinde sosyal ve kültürel yapı, temelini mahalle halkının örf, adet ve geleneklerinden alan günlük aktivite ve alışkanlıklardan etkilenecek gelişmiştir. Yaşanılan fiziki ortamın izin verdiği şekilde birikimsel olarak gelişen sosyokültürel öğeler, zaman içerisinde o dönemin ihtiyaçlarına uygun olarak fiziki ortamı da etkilemiş ve değiştirmiştir. Mahalle içerisinde doğan insanın, ilk sosyalleşme alanı olan sosyokültürel ortamın sağlayıcısı olma rolü üstlenen fiziki çevre, aynı zamanda önceki nesillerden bireylere aktarılabilecek bilgileri de mahalleliler aracılığıyla bünyesinde saklı tutmaktadır. Alada (2008: 123), bireysel ve kamusal ilişkilerin gündelik yaşam içerisinde şekillendiği sosyal yaşam alanları olan mahallelerin, bireyin toplumsal bir kimlik edinme yeri olduğunu belirtmektedir. Mahalle içerisinde kazandığı davranış ve alışkanlıkları ile insan, buradan edindiği mahalleli kimliğine de önem atfetmektedir. Osmanlı döneminde kayda geçirilmiş mahkeme tutanaklarında, ilk olarak insanların hangi mahalleden olduklarına dair bilgilere yer verilmesi (Kıvrım, 2009: 239), toplum içerisinde mahalleli kimliğine verilen önemi gözler önüne sermektedir.

Osmanlı mahalle yaşantısında aile hayatı, sosyal ve kültürel yaşamın temelini oluşturmaktadır. Çünkü her bir mahalleli, mahallenin ortak sosyal donatısını ve kültürünü ilk olarak aile kurumu içerisinde kazanmaktadır. Aile hayatında kazandığı kültür ve kimlikle birey, mahalle hayatına dâhil olmakla birlikte, o kimliğin mahalle içerisindeki devamlılığını ve gelişimini de sağlamaktadır. Bu açıardan aile kurumu, tüm toplumun en küçük parçası ve yapıtaşı olduğu gibi, mahallelerin de ilk basamak sosyal oluşumdur. Her aile belirli bir cemaate mensuptur ve o cemaatin kurallarına göre hane içerisindeki hayatlarına şekil verirler. Millet Sistemi<sup>12</sup> olarak da bilinen bu yapı, dini kurallar çerçevesinde oluşan kendine has gelenek ve göreneklere ile farklı dünyaları temsil etmektedir. Ortaylı (2016: 147-148) bu duruma, *“Osmanlı milletleri her biri kapalı bir kompartıman oluşturan gruplardı. Bu kapallılık onlar aynı dili konuşsa bile mezhep ayrılığına dayanarak da söz konusuydu”* şeklinde açıklamaktadır. Millet sistemine bağlı olarak gelişen nispeten dışı kapalı mahalleler genellikle, kentler içerisinde görülmektedir.

<sup>12</sup> *“Osmanlı millet sistemi, çok farklı etnik ve dinsel farklılıklardan oluşan imparatorluk yapısının gereklerine uygun olarak İslam Zimmi hukukunun Türk/İslam yönetim geleneği tarafından yorumlanmasından doğan, özgün bir toplumsal yapılaşmayı ifade etmektedir”* (Akça, 2007: 66).



Osmanlı mahalle yaşamında, günümüzde görülen sosyal statü ve sınıf ayrımları bulunmamaktadır. Her ekonomik yapı veya sosyal statüden bireylerin bir arada oturabildiği mahalleler, demografik açıdan karma bir görünüme sahiptir. Gelir durumu yüksek insanların bir arada oturarak oluşturduğu zengin mahallelerine veya gelir durumu düşük insanların bir araya gelerek kurduğu ve zamanla gettolaşan yoksul mahallelerine rastlanmaması, mahalleler arası bir uçurum oluşmasını engellemekte, kentin bütünlüğü korunmaktadır. Bu anlayış ile şekillenen Osmanlı mahallelerinde sosyal yardımlaşma ve dayanışmanın temel alınması ve komşuluk ilişkilerinin samimiyeti toplumsal barışı da daha etkin kılmaktadır (Çetin, 2014: 267). Mahallelerde sağlanan barış ortamı sonuç olarak kentleri de etkilemekte ve insan ilişkileri hangi dinden veya milletten olduğuna bakılmaksızın hoşgörü ve dayanışma anlayışı çerçevesinde kent boyunca yayılmaktadır. Mahallelerde hüküm süren hoşgörü ve dayanışma yaklaşımına paralel olarak Ergenç (1984: 78) de sosyal açıdan mahalleyi, “Birbirini tanıyan, birbirinin kefilî kişilerin birlikte yaşadığı önemli bir kent kesimi ve aynı zamanda temel bir yönetim birimi” olarak tanımlamakta ve mahalleli halkın birbirleriyle olan yakın ilişkilerini, dönemin henüz gelişmeyen teknolojik olanaklarına; dar ve nispeten kapalı bir bölgede ikamet etmelerine ve yöneticilerin bireylere yüklediği kurallara bağlamaktadır. İçerisinde gelişen tüm insana özgü davranış ve ilişkileri ile mahalle, savunma veya güvenlik kaygılarıyla oluşturulan askeri bir birim olma özelliği göstermemektedir. Mahalle, tarihsel süreç içerisinde kazandığı kendi kültürü, kimliği ve toplumsal gereklilikleri çerçevesinde meydana gelen sosyal ve kültürel bir oluşumu temsil etmektedir (Alada, 2008: 140).

Tarih boyunca mahalleler, mahallelilik anlayışı ile mekânla özdeşleşen bireyleriyle, temelinde barındırdığı geleneksel aile yapısıyla, cemaat kültürü ve millet sisteminden gelen komşuluk ilişkileri ile bir bütünü temsil etmektedir. Sosyal yardımlaşma ve dayanışma kültürüyle şekillenen mahalleler, kent insanının ve mahallelilerin hayatını kolaylaştıran özel mekânlar ve yaşam alanları olarak görülmektedir. Birey mahalleli kimliği ile mahallede doğmakta, büyümekte, evlenmekte, yeni nesiller yetiştirmekte ve yine mahallesinde ölmektedir. Osmanlı kent kültürünün başat ögesi olan mahallelerde gelişen sosyal ve kültürel hayatın tam olarak anlaşılabilmesi için, mahalle içerisinde gelişen aile hayatının, komşuluk ilişkilerinin, sosyal yardımlaşma ve dayanışma duygusunun, çocukların tüm mahalle halkı tarafından yetiştirilme tarzının ve nesilden nesle aktarılarak sosyal ortamın vazgeçilmez bir ögesi olan örf, adet, geleneklerin ayrıntılı olarak irdelenmesi gerekmektedir.

### **2.3.1. Osmanlı Mahallelerinde Aile Hayatı ve Çocuk Gelişimi**

Aile sözcüğü genel olarak, “Evlilik ve kan bağına dayanan, karı, koca, çocuklar, kardeşler arasındaki ilişkilerin oluşturduğu toplum içindeki en küçük birlik<sup>13</sup>” (sozluk.gov.tr, .2021), şeklinde tanımlanabilen ve Osmanlı mahallelerinde sosyal hayatın temel taşı oluşturulan en küçük kurumu ifade etmektedir. Aile kurumu, tarihsel süreç boyunca sürekli değişim geçiren, yaşadığı değişime rağmen toplumun vazgeçilmez bir parçası olmaya devam eden ve alternatif bulunamayan önemli bir sosyal müessesedir (Erkal, 1996: 95). Her medeniyetin, ülkenin veya kentin sosyal unsurunu oluşturan insanların kültürel kimlik elde ederek gelişimi sağlayan ve toplumca önem atfedilen bilgilerin gelecek kuşaklara aktarılmasında büyük rol oynayan aileler, klasik Osmanlı toplumunda yaşanan mahalle yaşamına uygun olarak yaşamaktadır. Osmanlılarda aile yapısının anlaşılabilmesi için, dönemin siyasi, idari ve kültürel bileşenlerinin bir arada okunması gerekmektedir (Doğan, 2001: 44).

Aile kurumları tarihsel süreç içerisinde, içerisinde yaşadıkları toplumun alışkanlıklarından kaynaklanan üye sayılarına göre farklı isimlerle adlandırılmış ve farklı türlere ayrılmıştır (Ünal, 2013: 590). Osmanlı İmparatorluğu özelinde bir inceleme yapıldığında, aile yapılarının genellikle çekirdek aile ve geniş aile<sup>14</sup> türleri üzerinde yoğunlaştığı görülmektedir. Ortaylı (2001: 5), genellikle geleneksel yapının ve örfi kuralların hâkim olduğu küçük mahalle ve köylerde aile kurumunun geniş aile şeklinde yayılım gösterdiğini belirtmektedir. Özellikle kırsal kesimler, hayvan otlatma, tarla/bahçe sürme, yıllık hasat toplama veya güvenliği sağlama ihtiyacı gibi iş gücü ve emek gerektiren günlük aktivitelere ev sahipliği yaptığından çekirdek aile oluşturmaya uygun değildir. Bu yüzden Osmanlı İmparatorluğu döneminde kırsal kesim topluluklarını oluşturan aileler, genellikle üç kuşağın bir arada yaşadığı ve ev içi kültürel mirasın nesilden nesle aktarıldığı geniş aile yapılanmasını benimsemiştir. Bu yapıda,

13 Türk sosyolojisi ve tarihinde aile üzerine yapılan araştırmalarda genellikle güçlükle çekilmektedir. Bunun sebebi ise, Türkçede “aile” kelimesinin birden fazla anlama gelen karmaşık kullanım yapısından kaynaklanmaktadır (Güvenç, 1996: 242).

14 Çekirdek aile, “yalnız evli bir çift ile bunların evlenmemiş çocukları” şeklinde tanımlanırken, geniş aile ise, “evli bir çifti, bunların çocuklarını ve bunlara bir akrabalık bağıyla bağlı diğer kimseleri” ifade etmektedir (Tolan, 1991: 217).

tüm kuşaklar, bahçe içerisine yan yana inşa edilmiş odalarda yaşamakta, yemekler birlikte hazırlanıp yenilmekte, ev içi üretim ve harcamalar ortak yapılmaya ve hane halkı mahalle ile organik bir bağ içerisinde yaşam sürmektedir.

Osmanlı aile yapısı, yaşanan fiziki ortam değiştiği farklılık göstermektedir. Özellikle kırsal bölgelerden kente ve karasal kentlerde bulunan mahallelerden, deniz kıyısında kurulmuş mahallelere gidildikçe görülen ayırım, yerleşim yerleri arasında değişen üretim araçları, fiziki çevre ve toplum geleneklerinden kaynaklanmaktadır. Osmanlı İmparatorluğu'nun son dönemlerinde İstanbul gibi büyük kentlerin mahallelerinde genellikle çekirdek ailelere rastlanmaktadır. Hanelerin %40'ını çekirdek ailelerin oluşturduğu İstanbul mahallelerinde, geniş aileler toplumun sadece %16'sını oluşturmaktadır. Hanede yaşayan insan sayısı ise ortalama 4,2 kişi ile sınırlıdır (Duben, 2002: 170). Oysa aynı dönemde Anadolu'nun iç kesimlerindeki bazı şehirlerde farklı kollara ayrılan sülaleleriyle birlikte bütün bir mahalleyi kaplayacak kadar yayılmış ve bu özelliği ile yaşadıkları mahalleye adını vermiş olan geniş aileler bulunmaktadır (Ortaylı, 2001: 166). Millet sisteminden ve coğrafi değişkenlerden kaynaklanan farklılıklarıyla birbirinden ayrılan Osmanlı mahalle halkı, hane yapılanmasının ve genel olarak aile hayatının devamlılığı konusundaki tutumlarıyla birleşmektedir (Karaslan, 2015: 188).

Osmanlı mahallesinde, ailelerin temelini oluşturan adet ve gelenekler, hangi bölgeye gidilirse gidilsin hemen aynıdır (Ortaylı, 2006: 35). Ayrıca aile kurumu, mahalle halkı tarafından gözetilen ayrıcalıklı bir konuma sahiptir. Tüm dünya halkları tarafından önemli görülen aile kurumu, Osmanlı mahalle yaşamı içerisinde kutsal olarak görülmüş ve İslam hukukundan temelini alan gelenek-görenekler dahilinde henüz nişanlılık sürecinden başlamak üzere, mahalle halkı ve mahalle yöneticileri tarafından titizlikle korunmuştur (Karaslan, 2015: 197). Ailenin yaşadığı yer olan hanenin, Arap dilindeki "seken" yani "huzur" kelimesinden kaynağını almış olması da (Alada, 2008: 146), Osmanlı mahallesinde aile ve hane kavramlarına yüklenen anlamı gözler önüne sermektedir.

Osmanlı ailesi millet sistemi içerisinde, kendi toplumunun kurallarına uyarak yaşarken, o kurallar tarafından da korunmaktadır. Ailenin misyonu ise bu kuralları muhafaza etmek, toplumsal değerleri gelecek kuşaklara aktarmak ve denetim yapmak olmaktadır. Üstlendiği misyon ile aile, değişimin önünde duran muhafazakâr bir duruş sergilese de genel anlamda toplumsal değişimin kilit ögesi olma görevi üstlenmektedir (Turgut, 2017: 114). Tarih boyunca süregelen tüm direnişe rağmen klasik aile yapıları, teknolojik gelişmeler, hayat koşulları veya medya araçlarının etkisi ile değişmiş geleneksel toplumdan kent ve mahalle yaşantısına miras kalan "hane, komşuluk, mahalleli" gibi kavramlar ise yaşanan değişimler neticesinde giderek silikleşmiştir (Ortaylı, 2001: 159). Osmanlı İmparatorluğu'nda aile kurumunun zaman içerisinde farklılaşması ise temelini oluşturduğu mahallenin yapısını, kültürünü ve kimliğini kaçınılmaz bir değişim ve dönüşüm sürecine sokmuştur.



**Fotoğraf 2. Osmanlı İmparatorluğu'nun Farklı Kesimlerinden Osmanlı Aileleri (19. ve 20. Yüzyıllar)**

**Kaynak:** Arlet Natali Avazyan Arşivi (22.02.2021)<sup>15</sup>

<sup>15</sup> Soldan sağa, Dr. Harutiun Der- Ghazarian ve Ailesi (Maraş 1880); Mısır'da ve İstanbul'da yaşayan Osmanlı Aileleri (1900'lerin başı).



Osmanlı mahallelerinin ve klasik Osmanlı aile yapısının temel ve en önemli unsurlarından birini çocuklar oluşturmaktadır. Ulusların dinamik yapısı ve geleceği, kentlerin ve mahallelerin neşe kaynağı olan çocuklar, Osmanlı toplumunun önemli bir kesimini oluşturmakta ve mahalle halkı tarafından sahiplenilmektedir<sup>16</sup>. İslam kültürünün toplumsal yansıması olarak hayata geçirilen bir uygulama gereğince Osmanlı döneminde tüm çocuklar okula 4 yıl 4 ay 4 günlük iken başlatılmakta ve bu yaşın okul hayatında çocuklara şans getirdiği düşünülmektedir. Okula başlama yaşına gelen çocuklar her mahallede bulunan “mahalle mekteplerine” gönderilmektedir. Ancak mahalle mektepleri, bugün bilinen tarzda eğitim veren kurumlar olarak düşünülmemelidir (Türk, 2011: 161-162). Arap dilinde, küttab veya mekteb kelimesinden gelen ve “yazı öğretilen yer” anlamına gelen mekteplerde önceleri adından da anlaşılabilceği üzere sadece okuma yazma öğretilirken, daha sonraları İslami bilgiler de öğretilmeye başlamıştır (Demirtaş, 2007: 174).

19. Yüzyıla kadar çocuk eğitimi bir devlet politikası olarak görülmemektedir. Ancak bu durum, çocuğun iyi eğitim görmesinin kendileri, aileleri ve toplum açısından önemli olduğunun bilinmemesi anlamına gelmemektedir. İslam dini Müslüman ailelere, çocuklarına karşı en önemli sorumluluklarından birinin iyi bir eğitim vermek olduğunu vurgulamaktadır (Araz, 2013: 100-101). Bu açılarından Osmanlı mahalle yaşantısında, çocukların eğitimine önem verilmektedir. Ancak çocuk eğitiminin yasal olarak 19.yüzyılın ikinci yarısından sonra düzenlendiği görülmektedir. 1868 tarihli Maarif-i Umumiye Nizamnamesi<sup>17</sup>, her mahallede bir, ihtiyaç halinde iki tane mahalle mektebi açılmasını karara bağlamıştır. Bu yasal düzenlemeye göre erkekler ve kızlar için okula belirli bir süreyle devam zorunluluğu da bulunmaktadır (Güdek, 2012: 25). Uygulama, mahalle içerisinde çocuklar için eğitimi kolaylaştırmakta ve devletin daha bilinçli bir nesil yetiştirme arzusunun ortaya koymaktadır. Okula yeni başlayan 4-5 yaşlarındaki çocuklar için “Âmin Alayı” veya “Dua Alayı” adı verilen sembolik bir tören düzenlenmektedir. Bu törende çocuklar okuldan gelen yetkililerce evlerinden alınmakta ve mahalle sokaklarında dualar edip dolaştırılarak okula getirilmektedir. Tüm mahalle halkının iştirak ettiği tören önemli bir mahalle geleneği halini almaktadır. Mahalle mekteplerinde çocuklara dua okuma, namaz kılma ve okuma yazma gibi konular öğretilmektedir (Erkut vd., 2017: 26). Osmanlı mahallesinde verilen eğitim, ulusal eğitim politikası ve kabul gören toplumsal değerler gereğince genellikle din bilgisi ağırlıklı konuları içermektedir. Ancak okuma yazma bilmenin ayrıcalık sayıldığı bir dönemde, çocukların mahalle halkı tarafından tam destek alarak küçük yaşta öğrenime teşvik edilmesi, eğitime verilen önemi gözler önüne sermektedir<sup>18</sup>.

Sosyokültürel gündelik yaşam içerisinde çocuklar, ailesi ve mahallesi ile yakın ilişki içerisinde bulunmaktadır. Mahallenin bir ferdi olan çocuğun, doğumunda, büyüme çağında, evlenmesinde hatta ölümünde mahalle halkı birlikte hareket etmekte ve onun için ortaklaşa kararlar almaktadır. Mahalle halkı çocuğun doğumunda dualar etmekte, tütsüler yakmakta onu bu sayede kutsamaktadır. Kısacası çocuk dünyaya geldiği andan itibaren mahalle halkının arasında büyümektedir (Ortaylı, 2001: 48). Mahalle, sıkı sosyal bağlarından kaynaklanan yapısıyla her ferdi ile beraber hareket eden, sorumlulukları ve görevleri birlikte üstlenen, büyükçe bir geniş aile özelliği göstermektedir. Çocuğun, genellikle taş malzemedeki inşa edildiği için halk arasında “Taş Mektep” veya her mahallede bulunduğu için “mahalle mektebi” olarak adlandırılan sıbyan mekteplerinde eğitime başlama serüveni, mahalle arasında ziyafet havasında kutlanmakta, her aile gelir durumuna göre mektebe başlama törenini gerçekleştirmektedir (Çelik, 2007: 126-127). Mekteplerin kurulması ve giderleri, haneden üyeleri de dahil olmak üzere, zengin ailelerin ilgili vakfa bağışları ile sağlanmakta ve bir dayanışma örneği ortaya çıkmaktadır (Araz, 2013: 110). Çocukların eğitim hayatı boyunca derslerdeki başarıları ve zekâsı ile öğretmenlerin çocuklara verdiği emek ve ilgisi mahalle halkı tarafından yakinen denetlenmektedir (Ortaylı, 2001: 29). Mektepler, Osmanlı kenti ve mahalleleri için yakınında bulunan cami ve çarşı ile toplumsal canlılığı arttıran ve çocukların mahalledeki yetişkinlerle iç içe büyümesine imkân sağlayan sosyal yapılardır. Bu açılarından mekteplerin merkeze uzak konumlanması hem çocukların sosyalleşmesine engel olabileceğinden hem de ailelerin endişelenmelerine sebebiyet vereceğinden tasvip edilmemektedir (Araz, 2013: 109).

16 Osmanlı toplumunda, aile ve mahalle bünyesinde yetişemeyen yetim ve kimsesiz çocuklar da bulunmaktadır. Özellikle 19. yüzyılın ikinci yarısı sonrasında Osmanlı İmparatorluğu’nda yetim veya kimsesiz çocukların topluma kazandırılması ve sahiplenilmesi hususunda gerçekleştirilen sosyal politikalar ve hayata geçirilen kurumlar için bkz. Şafak, 2012; Gazanker, 2014; Yazıcı, 2007.

17 Maarif Nazırı Saffet Paşa tarafından 1868 yılında Maarif Nazırlığı (Osmanlı Millî Eğitim Bakanlığı) bünyesinde yapılan değişikliklerle, klasik Osmanlı medrese eğitiminden vazgeçilerek hayata geçirilen yeni eğitim yasası.

18 Osmanlı toplumsal yapısı içinde çocuk çalışmaları için bkz. Araz, 2013; Şafak ve Şahin, 2012.



**Fotoğraf 3. Osmanlı İmparatorluğu Döneminde Sokakta Vakit Geçiren Mahalleli Çocuklar**

Kaynak: tarihkurdu.net (22.02.2021).

Osmanlı mahallesi içerisinde ikamet eden ailelerin sahip olduğu çocuk sayısı, kent ve kır mahallelerinde ikamet eden çekirdek ve geniş aile yapılanmalarına göre farklılık göstermektedir. Kentte yaşayan mahalleliler genellikle 2 adet çocuğa sahipken, kırsal mahallelilerin 2-5 adet çocuğa sahip olduğu görülmektedir. Kentli mahalleliler 6'dan fazla çocuğa sahip olmazken, kırsal mahallelerde çocuk sayısı 9'a kadar çıkabilmektedir (Ortaylı, 2018: 128). Sayıları değişiklik gösterse de tüm cemaatlerden mahalle çocukları, mahalle halkının disiplin kuralları çerçevesinde ve sağlanan güven ortamında büyümektedir. Çocuğa verilen disiplin yöntemleri arasında dayak da bulunmaktadır. Özellikle mahalle mekteplerinde kullanılan dayak aracılığıyla disiplin yöntemi, mahalle halkı ve aileler arasında normal karşılanan ve onay verilen bir olgudur (Şimşek, 2013: 225). Çocuğun mektepte başlayan disipline edilme ve çevresiyle sosyalleşme süreci, sokakta devam etmektedir. Mahalle içerisindeki erkek ve kız çocuklar, belirli bir yaşa kadar birlikte oynayabilmekte ve sınırlı da olsa başka cemaatten çocuklar ile arkadaşlık kurabilmektedir. Erkek çocukların oyun yerleri, mahalle aralarındaki sokaklar, boş araziler ve bazen mezarlıklar olabilmekteyken, kız çocukları genellikle korumacı bir tavırla hane avlularında ve evlerinde vakit geçirebilmektedir (Lindberg, 2012: 47). Buradan hareketle, Osmanlı mahallesinde çocuklar arasındaki sosyal bağların ve kültürel kaynaşmanın belirli kısıtlamalara rağmen güçlü olduğu görülmektedir. Sonuç olarak, tüm olumlu ve olumsuz yönleriyle klasik mahallede çocuk, kreşlerde değil mahalle içinde büyümekte, sosyalleşmekte ve komşular arasında sorumluluk kazanmaktadır (Ortaylı, 2001: 116). Doğal bir süreç dahilinde, mahalleden aldığı kültür birikimi ile büyüyerek bir yetişkin haline gelecek olan çocuk, kazandığı mahalleli kimliğini koruyarak, yeni nesillere devredebilir.

### **2.3.2. Osmanlı Mahallelerinde Sosyal Dayanışma ve Komşuluk İlişkileri**

Osmanlı mahallesinde komşuluk ilişkileri, İslam'ın hoşgörü ve yardımlaşma anlayışından temelini alan bir gelenek çevresinde gelişmiştir. Öyle ki Osmanlı döneminden kaynağını alan komşuluk ve dayanışma temalı birçok atasözü, deyim ve uygulama günümüzde hala sıkça kullanılmaktadır. İslam peygamberi Hz. Muhammed'in tüm Türk-İslam toplumları tarafından bilinen "*Komşusu açken tok yatan bizden değildir.*"<sup>19</sup> cümlesi, Müslüman toplumların mahalle ve komşuluk ilişkilerinin şekillenmesinde önemli bir yer tutmaktadır. Toplum genelinde yer etmiş sözler incelendiğinde, insanların yaşayış biçimleri hakkında genel bir izlenim oluşabilmektedir. Örneğin Türk-İslam yaşam ve komşuluk ilişkilerinden gelen, "*Ev alma, komşu al.*" sözü, iyi komşuların ev kurmaktan daha önemli olduğunu; "*Komşu komşunun külüne muhtaçtır.*" sözü komşular arası yardımlaşma ve dayanışma çerçevesinde paylaşımın önemini; "*Kötü komşu insanı mal sahibi eder.*" sözü, güven bağı kurulamamış kötü

<sup>19</sup> Hadis-i Şerif olarak kayıtlara geçirilen sözün uzun ve orijinal hali; "Yanı başındaki komşusu aç iken, kendisi tok şekilde geceleyen kimse, olgun bir mümin değildir." şeklinde aktarılmıştır.

komşuluk ilişkilerinin eleştirisini, “*Komşunun tavuğu komşuya kaz görünür*” sözü ise komşular arası yaşanabilecek kıskançlık ilişkileri gibi durumları aktarmak için kullanılmaktadır.

Osmanlı mahallelerinde komşuluk ilişkileri, karşılıklı saygı çerçevesinde gelişen hoşgörü ve iyi niyetin ön planda olduğu sosyal bir ortam yaratmaktadır. Komşuların birbirinin haklarını ihlâl etmeden bir arada yaşama kültürünü edindiğini gösteren birçok örnek tarihi olaylarda mevcuttur. Goodwin (2012: 579-580), klasik dönem Osmanlı kentlerinde insanların, manzaraya sahip olabilmek için evlerini tepe ve yamaçlara inşa ettiğini ve bu konuda serbest olduklarını belirtmektedir. Ancak insanlara tanınan inşa serbestliği, İslam geleneğinden gelen bir fıkıh kuralı ile sınırlandırılmıştır. Bu kurala göre bireyler, komşularının manzarasını kapatmama koşulu ile ev inşa edebilmektedir. Ayrıca bu kuralın uygulanmasıyla, mahremiyetine önem verilen kadının ve ev hayatının komşu evler tarafından görülmesi engellenmektedir. Osmanlı hane halkının komşularla sosyalleşebilmesine imkân sağlayan cumba adı verilen kafes çıkımlar da mahremiyet ihtiyacından doğmuş ve Osmanlı mahalle mimarisinin karakteristik özelliklerinden biri olmuştur (Bergen, 2010: 165-165). Bu anlayış ile paralellik göstererek, Osmanlı kadınının kapıya gelen kişiyi kendisini göstermeden, ev içerisinden görebilmesine olanak sağlayan “*kim geldi penceresi*” de Osmanlı mahalle yaşantısının sosyalleşme araçlarından birini oluşturmaktadır (Ata ve Başar, 2008: 412). Komşuluk ilişkilerinden ve geleneklerden temelini alan benzer birçok uygulama, mahallenin fiziki çevresini zaman içerisinde değiştirmiştir.

Klasik Osmanlı mahallelerinde tüm komşular birbirlerini tanımakta ve kollamaktadır. İslam hukukçusu, İbn Hazm’ın “*Bir mahallede birisi açlık sebebiyle ölürse, o mahallenin hepsi onun katili olur*” sözü Türk-İslam mahalle kültüründe gelişen komşuluk ilişkilerinin yardımlaşma, dayanışma ve hoşgörü temeline dayandığı görüşünü desteklemektedir. Komşular arasında gelişen dayanışma duygusu, Osmanlı mahallesinde yaşayan bireyler arasında bir kefillik zinciri oluşmasını sağlamıştır. Ortaylı (2018: 44-49), belediye teşkilatının henüz gelişmediği dönemlerde, mahalle içerisindeki temizlik, itfaiye ve zabıta işlerinin hep birlikte yapıldığını ve mahalle halkının birbirinden sorumlu olarak kefilliğini üstlendiğini aktarmaktadır. Mahallenin yöneticisi muhtar ise genel olarak tüm mahalle halkının kefil olmaktadır. Mahalle imamının da muhtara kefil olmasıyla, kefillik zinciri tamamlanmaktadır. Kefillik zinciriyle oluşan dayanışma ve yardımlaşma ortamı içerisinde mahalle halkı, çocukları sahiplenmekte, düğünleri birlikte kutlamakta, cenazeleri birlikte kaldırmaktadır. Evlilik dahil çoğu eylem, mahalle yöneticisi olan imam veya muhtarın onayına tabi olduğundan, mahalle içerisinde evlilik, doğum, ölüm gibi kayıtların tutulmasına ihtiyaç duyulmadığı görülmektedir. Kefillik zinciri sistemi özellikle bazı kentlerde zorunluluk haline gelen uygulamaları doğurmuştur. İstanbul kentinde bulunan bir mahalleye taşınmak isteyen kişinin, en az beş yıl boyunca o kentte yaşamış olması, ayrıca taşınmak istediği mahallede ikamet eden bir kefil bulması kurala bağlanmıştır (Gökkaya, 2012: 53). Yine mahallede gerçekleşen istenmeyen bir durumda şüpheli durumuna düşen kişi hakkında imamın ve mahalle halkının tanıklığına başvurulmaktadır. Halk tarafından “*düzgün bir insan*” olduğu düşünülen kişiler hakkındaki suçlamalar düşürülmektedir (Ergenç, 1984: 73). Mahallede gelişen benzeri uygulamalarla yaratılan güven ortamında, devamlı ikamet ile oluşan yakınlık, komşuluk ilişkisini geliştirmektedir.

Osmanlı mahallelerinde, komşuluk ve dayanışma ilişkilerinden kaynağını alan günlük alışkanlıklar, mimari yapıyı da etkilemiştir. Mahalleliler, mahalle aralarındaki dar sokakların üzerini kaplayan ev saçakları altında bir araya gelip, işlerini yapmaktadır. Saçaklar mahalle halkını güneşten ve yağmurdan korurken, dar sokaklar, güvende hissetmelerini sağlamaktadır (Ata ve Başar, 2018: 409). Mahallede, hanelerden birine sonradan açtırılan bir kapının diğer komşuların özeline müdahale etmemesine dikkat edilmekte, gerekirse soruşturma açılmaktadır. Yıkılma tehlikesi bulunan eskimiş yapıların diğer komşuların binasına zarar vermemesi için gerekli kontroller yapılmaktadır. Atölye gibi gürültüye sebep olacak işletmelerin, mahalle içerisinde açılmasına ise izin verilmemektedir (Doğan, 2009: 80). Mahalle halkı ve yönetim kadrosu tarafından mahalle içerisinde dikkat edilen bu ve benzeri başlıklar, sosyal hayat içerisinde mahalle halkının uyum içinde yaşamasına olanak sağlamaktadır. Sağlanan güven ortamı içerisinde birlik ve beraberlik duygusu geliştiren mahalle halkı, sahip olduğu birikimsel değerleri yozlaşmadan muhafaza etme ve gelenek kuşaklara aktarabilme olanağı bulmaktadır.

Mahalle aralarında, sosyalleşmeyi sağlayan dar ve çoğunlukla çıkmaz olan karakteristik sokaklar, mahalle içerisinde bir selamlaşma kültürü geliştirmiştir. Buna göre bir mahalleli ile karşılaşıldığında selamlaşmadan geçilmesi cemaat tarafından uygunsuz bulunmakta ve kişinin dışlanmasına sebep olmaktadır (Alver, 2013: 149). Kısacası mahalle halkı gerek mimarisi gerekse sosyal davranışları ile mahallenin kurallarına uyum sağlamakta ve

benimsemektedir. Mahallenin gözü orada yaşayanların üzerindedir ve denetimci bir mekanizma gibi işlev görür. Aynı mekanizma mahalleliye zor zamanlarında destek olur, güç verir. Tüm özellikleriyle mahalle, mahalle halkı için, “Her evde bir Demokles Kılıcı<sup>20</sup>” olma özelliği göstermektedir (Ortaylı, 2018: 43).

Mahalle halkının, komşuluk değerlerinden temelini alan kefillik mekanizması ile ortaya çıkan dayanışma duygusu, onları içeriden ve dışarıdan gelecek tehlikelere karşı da korumaktadır. Mahallede yaşanan şüpheli olayların çözülmesi, tüm mahalle halkına yüklenen bir görevdir. Kanuna dayalı olarak mahalle halkı, çevreye rahatsızlık ve zarar veren insanların mahalleden kovulmasını karara bağlayabilmektedir. Aksi takdirde oluşacak tüm zarardan mahalle halkı kolektif olarak sorumludur. Bu yüzden, güven ve tanınırlık kazanmak isteyen mahalleliler, güvenilir olmanın başat şartlarından biri sayılan mahalle mescidinde cemaat ile ibadet etmeye dikkat etmektedir. Oluşturulan zincirleme güvenlik mekanizması ile Osmanlı mahalleleri, Osmanlı kentlerinin güven merkezleri haline gelmektedir (Ergenç, 1984: 733-75). Mahalle içerisinde işleyen bu toplumsal mekanizma, mahallenin kendisini koruma yöntemi ve orada yaşayan halka çeki düzen verme şeklidir. “Mahalle baskısı” olarak nitelendirilen bu olay ile mahalle süreklilik kazanmaktadır. Mahalle baskısı en kibar şekli ile, “komşular ne der duygusu” şeklinde ortaya çıkmaktadır. Günümüzdeki sıkça kullanılan güvenlik kameralarını andıran “mahallelinin gözleri” ile sürekli denetlenmektedir. Dışlanmak ve kötü gözle bakılmak istemeyen halk, mahalle baskısı kuralları gereğince davranışlarını sınırlandırmakta ve mahallenin kontrol mekanizmasına dâhil olmaktadır (Alver, 2013: 162-165).

Osmanlı mahalle halkı, dayanışmanın yanı sıra komşuluk ilişkilerinin ayrılmaz bir parçası olarak yardımlaşma hususunda da incelikli davranmaktadır. Osmanlı mahallesinde ve şehircilik kültüründe, geleneklerden temelini alarak oluşturulmuş en somut yardımlaşma ve dayanışma örneğini “Avarız Akçası Vakfı” oluşturmaktadır. “Avarız Vakfı” veya “Avarız Sandığı” olarak da adlandırılan vakıf, mahalle halkının verdiği vergiler, bağış ve hayırlardan oluşmaktadır. Başkanlığını mahalle imamının yaptığı ve mahalle halkı arasından seçilen üyelerce yönetilen vakıf, zor durumda kalan mahalle esnafına, fakir mahalle halkının cenazelerinin defnedilmesine, ihtiyaç sahibi yoksullara veya mahallenin ortaklaşa giderlerine harcanmaktadır (Kılınç, 2013: 145). Avarızın gelirleri, mahallede ikamet eden kötü durumda olmayan ailelerden ve zenginlerin vakfettikleri taşınmaz mallardan oluşmaktadır. Mahalledeki kamu mallarının onarımı ve kamu görevlilerinin maaşları buradan ortaklaşa ödenmektedir. Mahalledeki düşkün durumdaki insanlara her türlü yardım yine buradan karşılanmaktadır. Tarihte bunlarla ilgili birçok örnek bulunmaktadır (Alada, 2008: 172-174). Günümüzün “sosyal yardım fonları” niteliğinde olan vakıf, zor durumda olanlara belirli bir miktarda borç da vermektedir. Ayrıca toplanan paraların faiziyle mahallenin ana parası harcanmadan her türlü gider karşılanmakta ve mahalle herhangi bir desteğe ihtiyaç duymaksızın ayakta kalabilmektedir (Ergenç, 1984: 77-78). Böylece hem mahalleliden ekstra para çıkmamakta hem de mahalle, kısmi de olsa ekonomik özgürlüğünü kazanarak ihtiyaçlarını gidermektedir.

### **2.3.3. Osmanlı Mahallelerinde Gelişen Gelenek- Görenekler**

Osmanlı mahalleleri, Türk-İslam şehircilik geleneğinden ve toplumsal yaşantısından temelini alan birçok farklı adet, gelenek ve göreneğe sahip sosyal çevrelerdir. Günümüzde halk arasında değer gören ve sıklıkla başvuru alan birçok geleneğin çıkış noktası da Osmanlı İmparatorluğu döneminde oluşturulan uygulamalardan kaynağını almıştır. İslam hukukunun örfi uygulamalarından veya gündelik ihtiyaçlardan ortaya çıkan geleneklere dair farklı örnekler yapı mimarisinde, sivil-idari kayıt defterlerinde, mezar taşlarında, cami avlularında veya peyzaj öğelerinde rastlanabilmektedir.

Osmanlı mahallesinde evin kutsallığı anlayışıyla şekillenen, mimariye ve mahalle kimliğine etki eden dikkat çekici uygulamalardan birini kapı tokmakları oluşturmaktadır. Klasik dönem Türk evlerinde biri kalın ve tok ses çıkaran, diğeri daha ince ve tiz bir ses çıkaran iki kapı tokmağı bulunmaktadır. Eve erkek bir komşu geldiğinde kalın kapı tokmağını çalmakta, kadın bir komşu geldiğinde ise ince tokmağı çalmaktadır. Böylece gelen sese göre kapıyı erkek ya da kadın açmakta ya da ev içerisinde gereken önlemler alınmaktadır<sup>21</sup> (Ata ve Başar, 2018:

20 “Antik Yunan efsanesinden kaynaklanan Demokles’in kılıcı deyimi, günümüzde büyük görev ve mesuliyetlerin aynı zamanda büyük tehlike ve sıkıntıları da beraberinde getireceğini vurgulamak amacıyla kullanılmaktadır” (Yüksel, 2009). Burada vurgulanmak istenen nokta, mahalle yaşamının, hayatı kolaylaştırıcı yanları olduğu gibi aynı zamanda kişiye belirli sorumluluk ve görevler yüklemesi durumudur. Daha ayrıntılı bilgi için bakınız. <http://blog.milliyet.com.tr/demokles-in-kilici/Blog/?BlogNo=217523> (25.02.2021).

21 Osmanlı dönemine ait her konutta kapı tokmağı bulunmamaktadır. Sosyokültürel farklılaşmanın sonucu olarak seçkin bir kesimin evlerinde bulunabilen kapı tokmaklarına sıradan Osmanlı tebaasına ait evlerde sıklıkla rastlanmaz.



413). Bu uygulama mahalle halkının, komşularının mahremiyetine ve ev yaşantısına duyduğu saygının bir göstergesidir. Kapı tokmakları ile benzer gayelerle ortaya atılan bir diğer gelenek ise ev pencerelerine, rengine göre farklı mesajlar içeren çiçek saksısı koyma uygulamasıdır. Buna göre, bir evin penceresine konulmuş sarı çiçek, o evde bir hasta olduğunun ve sokaktan geçen mahalle halkının buna dikkat ederek alçak sesle konuşması ve rahatsızlık vermemesi gerektiğinin habercisidir. Eğer pencerede kırmızı renkte bir çiçek varsa bu durum, o evde evlenme çağında bir genç kız olduğunu ve evin önünden geçenlerin sözlerine dikkat ederek, kendilerine çeki düzen vermelerini istemek anlamına gelmektedir<sup>22</sup> (Çevre ve Şehircilik Bakanlığı, 2020). Örnekleri kolayca çoğaltılabilecek olan ancak günümüzde tercih edilmediği için unutulmaya yüz tutmuş benzeri birçok uygulama, Osmanlı mahalle kültürünün yazılı olmayan kuralları olarak dönemin ihtiyaçlarını karşılamış ve benimsenmiştir.



**Fotoğraf 4. Geleneksel Osmanlı Mahalle ve Komşuluk Kültüründen Farklı Kapı Tokmakları**

**Kaynak:** [dunyabulteni.net](http://dunyabulteni.net) (03.03.2021).

Osmanlı mahallelerinde sadaka taşları, bir sosyal dayanışma yöntemi olarak oluşturulan ve zaman içerisinde gelenek haline gelerek, farklı gelir grubu ve statüdeki insanlar arasında görünmez bir köprü rolü oynayan önemli sosyal öğelerden biridir. Genel bir tanımla sadaka taşları fakir ve ihtiyaç sahibi kimselerin para ve çeşitli eşya temin ettiği yapılarıdır (Sevim, 2009: 112). Genellikle mermerden yapılan sütun şeklindeki taşlar, üzerlerinde para konulması için bir oyuk bulunan ve çeşme, köprü başları, kamu binası girişleri, cami ve mezarlık gibi yerlere kurulan gizli yardımlaşma araçlarıdır. Taşlar, ihtiyaç sahibinin gururunun incinmeden yardım almasını, hayır yapanın ise bunu gizli bir şekilde gerçekleştirmesini sağlamaktadır. İhtiyaç sahibi taştan gerektiği kadarını almakta, kalanını ise diğer ihtiyaç sahiplerinin alması için orada bırakmaktadır (sadakatasi.org.tr, 2021).

Osmanlı toplumunun inceliğini ve yardımlaşma ruhunu ortaya koyan sadaka taşları bazen ölen bir kimsenin mezarının başına dikilerek, merhumun hayır duası alması veya merhum yakınlarının ihtiyaçlarının giderilmesi amacıyla da hizmet vermektedir (Çetin, 2019: 117). Sadaka taşları bu rolüyle, görünmez bir sosyal yardım fonu işlevi görmektedir. İslam geleneğinin teşvik ettiği yardımlaşma yöntemlerinden biri olan sadakanın, mahalle içerisinde fiziki olarak işlevsellik kazanmasına olanak tanıyan sütunlar, bir ölçüde de olsa insanların ihtiyaçlarını gidererek, halk arasında dilencilik, hırsızlık, yağma gibi istenmeyen olayların artış göstermesine engel olmaktadır. Farklı uygulama ve gelenekler temelinde yaratılan güven ve dayanışma ortamı içerisinde Osmanlı mahallesi, komşuluk ilişkilerinin güçlü olduğu, mahallenin sahiplenildiği, mahallelilik bilinciyle hareket edilen fiziki ve sosyal bir kimlik oluşturmuştur. Mahallenin, uzun yıllar içerisinde oluşturduğu değer ve kurallara saygılı halk, elindeki değerleri korumak için çaba sarf etmekte ve buna göre yaşamaktadır. Osmanlı mahalle yaşantısı, herkesin komşuluk adabına uyarak davranışlarına çekidüzen verdiği bir ortam yaratmaktadır (sadakatasi.org.tr, 2020). Böylece mahalle, yarattığı güven ortamı ile fiziki, sosyal ve kültürel öğelerini koruyabilmektedir.

<sup>22</sup> Henüz iletişim teknolojisinin gelişmediği Osmanlı dönemi mahalle hayatında, farklı objeler ve renkler, farklı mesajlar içeren haberleşme araçları olarak kullanılmaktaydı. Bu iletişim araçlarından bir tanesi de mendillerdir. Özellikle genç çiftler arasında kullanılan mendillerden, Beyaz mendil "Seni seviyorum", eflatun "Yarın pencerenin önünden geçin, mektup vereceğim.", mor "Seni çok beğeniyorum.", yeşil mendil ise "Mektup gönderdim, cevap bekliyorum." şeklinde anlamlara sahipti (csb.gov.tr, 2021).



**Fotoğraf 5. Osmanlı Mahallelerinde Yardımlaşma ve Dayanışma Aracı Olarak Kullanılan Sadaka Taşları**

Kaynak: sadakatasi.org.tr (03.03.2021).

## SONUÇ

Geleneksel değerlerin toplumsal yaşama yön verdiği Osmanlı İmparatorluğu'nda mahalleler, sosyokültürel alışkanlıkların kaynağı ve koruyucusu olma rolünü üstlenmektedir. Mahallede gelişen değerler, bireyden aileye, aileden topluma, toplumdan millete doğru uzanan süreçte etkili olarak, uygarlığın tamamına etki etmektedir. İnsan, mahallesi içerisinde gelişen sosyokültürel yapı doğrultusunda mahalleli kimliği kazanmakta, kazandığı mahalleli kimliği üzerinden çevresi ile sosyal ve kültürel etkileşimlerde bulunarak, toplumsal değerleri pekiştirmektedir. Mahalle halkını meydana getiren cemaat arasında benimsenen sosyal ve kültürel alışkanlıklar, aile kurumu aracılığıyla muhafaza edilmekte, yeni nesillere aktarılarak geleceğe taşınmaktadır. Böylece mahalle, sosyokültürel yapıyı meydana getiren, geliştiren ve onu aktaran bir sistem kurarak, devamlılığını sağlamaktadır.

Osmanlı'da kurulan mahalleler, geleneksel değerler etrafında şekillenen, henüz ulusal ve uluslararası faktörlerin günlük yaşamı etkileme gücünün sınırlı olduğu, göreceli olarak dışarıya kapalı, muhafazakâr bir sosyal yapı arz etmektedir. Mahallenin temeli olarak görülen aileye ve ailenin temeli olan çocuğa toplum tarafından önem atfedilmektedir. Ailevi değerlerin korunması ve çocuğun mahallenin sahip olduğu değerler doğrultusunda eğitim alması tüm mahalle halkının sorumluluğu altındadır. Dini değerlerin şekillendirdiği toplumsal yapıda kadının sosyal hayata katılımı mahremiyet duygusu ile nispeten sınırlandırılmıştır. Mahalle içerisindeki fiziki, sosyal ve kültürel yapı, ailenin korunması için gerekli görülen mahremiyet olgusu doğrultusunda şekillenmiştir. Sosyal ve kültürel yapıyı oluşturan değerler ise toplumsal yaşamda, gelenek, görenek, adet ve bu olgulara bağlı gelişen günlük alışkanlıklar doğrultusunda oluşmuştur. Ortaya çıkan sosyokültürel yapı, mahallenin fiziki yapısını da etkilemiş, mahalle kahvehanesi, mahalle çeşmesi, mahalle hamamı, hazireler ve çıkmaz sokaklar gibi mahalleye özgü yapıları meydana getirmiştir. Fiziki, demografik ve sosyokültürel bileşenlerin bir araya gelmesiyle oluşan mahalle yapılanmaları, Osmanlı kentlerini meydana getirmiştir.

Bu çalışma, tarihsel süreçte mahalle halkının ihtiyaç ve alışkanlıkları doğrultusunda gelişen Osmanlı mahallelerinin sosyal ve kültürel yapısı ile bu yapıların fiziki çevreyle etkileşimi doğrultusunda gelişen değerleri incelemeyi amaç edinmiştir. Aktarılan bilgilerin dönemin sosyokültürel öğeleri ve günlük yaşamı doğrultusunda geliştiği ve bölgeden bölgeye ve dönemden döneme farklılık gösterebileceği göz ardı edilmemelidir. Mahalle tarihinin, uygarlık tarihi kadar eski olduğu düşünüldüğünde ulaşılabilen kaynaklar sınırlı sayıdadır. Son yüzyılda kent ve yerel yönetimler çalışmalarında görülen artışa paralel olarak gelişen farklı alanlarda mahalle çalışmaları bulunmaktadır. Bu çalışma ile geleneksel değerlerin şekillendirdiği Osmanlı mahallelerini birçok açıdan ele alan bir eser ortaya konulması ve mahallelere yönelik yeni çalışmalara zemin hazırlayacak noktalara değinilmesi amaçlanmıştır.



#### KAYNAKÇA

- Akça, G. (2007). "Osmanlı Millet Sisteminin Dönüşümü", *Fırat Üniversitesi Doğu Araştırmaları Dergisi*, Cilt:6, Sayı:1, s. 57-68.
- Akşit, A. (2014). "Selçuklular Devrinde Kent İskanı ve Mahalleler", *Çankırı Karatekin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 5(1), s. 67-88.
- Alada, A. B. (2008). *Osmanlı Şehrinde Mahalle*, Sümer Kitabevi, 1. Baskı, İstanbul.
- Alver, K. (2010). "Mahalle: Mekân ve Hayatın Esrarlı Birlikteliği", *İdealkent Kent Araştırmaları Dergisi*, Sayı:2, s. 117-139.
- Alver, K. (2013). *Mahalle: Mahallenin Toplumsal ve Mekânsal Portresi*, Hece Yayınları, 1. Baskı, Ankara.
- Araz, Y. (2013). *16. Yüzyıldan 19. Yüzyıl Başlarına Osmanlı Toplumunda Çocuk Olmak*, Kitap Yayınevi, İstanbul.
- Ata, İ. A. ve Başar, M. E. (2018). "Geleneksel Dokuda Sosyal Yaşamın Şekillendirdiği Kentsel ve Mimari ve Değerler", *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, Yıl:6, Sayı: 68, s. 397-415.
- Ayverdi, İ. (2010). *Misalli Büyük Türkçe Sözlük*, Kubbealtı Neşriyatı, İstanbul.
- Bağlı, M. ve Binici, A. (2005). *Kentleşme Tarihi ve Diyarbakır Kentsel Gelişimi*, Bilim Adamı Yayınları, 1. Baskı, Ankara.
- Bayartan, M. (2005). "Osmanlı Şehrinde Bir İdari Birim: Mahalle", *İstanbul Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Coğrafya Dergisi*, Sayı: 13, s. 93-107.
- Bergen, L. (2010). "Medeniyetin Cüzü: Mahalle", *İdealkent Kent Araştırmaları Dergisi*, Sayı:2, s. 140-168.
- Can, Y. (1992). "H.I-III. / M.VII-IX.Y.Y. İslam Şehri", *Ondokuz Mayıs Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 6(6), s. 109-138.
- Can, Y. (1991). *İslam Şehirlerinin H.I-III. (M.VII-IX.) Y.Y. Fiziki Yapısı*, (Basılmamış Doktora Tezi), Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Cansever, T. (2002). "Türk Evi'nin Mimarisi", *Türkler Ansiklopedisi*, Cilt 12.
- Çadırcı, M. (2011). *Tanzimat Sürecinde Türkiye-Anadolu Kentleri*, İmge Kitabevi, Ankara.
- Çağlayan, S. (2012). "Anadolu'nun İlk Kamusal Mekânı: Kahvehane", *Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Güz, Sayı: 29, s. 95-110.
- Çelik, A. (2007). "Hatıralarla Sıbyan Mektepleri", *Ankara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, Sayı: 27, s. 125-135.
- Çetin, E. (2014). "Türkiye'de Gündelik Hayatın Tanziminde Din ve Sekülerizm", *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, Cilt:3, Sayı:2, s. 265-285.
- Çetin, O. (2019). "Osmanlı Mezar Taşları Etrafında Gelişen Kültür ve Medeniyet Dünyası Üzerine Bir İnceleme (Eyüp Örneği)", *Anadolu Akademi Sosyal Bilimler Dergisi*, Cilt: 1, Sayı: 2, s. 113-122.
- Demirtaş, Z. (2007). "Osmanlı'da Sıbyan Mektepleri ve İlköğretimin Örgütlenmesi", *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Cilt: 17, Sayı: 1, s. 173-183.
- Doğan, İ. (2001). *Osmanlı Ailesi- Sosyolojik Bir Yaklaşım*, Yeni Türkiye Yayınları, Toplum Serisi:1, Ankara.
- Doğan, İ. (2009). *Dünden Bugüne Türk Ailesi*, Atatürk Kültür Merkezi, 1. Baskı, Ankara.
- Duri, A. (1992). "Hükümet Kurumları", *İslam Şehri*, Cilt. 1, s. 70, Beyrut.
- Ergenç, Ö. (1984). *Osmanlı Şehrindeki Mahallenin İşlev ve Nitelikleri Üzerine*, Osmanlı Araştırmaları 4, Enderun Kitabevi, İstanbul.
- Ergin, O. (1936). *Türkiye'de Şehirciliğin Tarihi ve İnkişafı*, Cumhuriyet Gazete ve Matbaası, İstanbul.
- Erkal, M. E. (1996). *Sosyoloji (Toplum Bilimi)*, Der Yayınları, İlaveli 7. Baskı, İstanbul.
- Erkut, Z., Balcı, S. ve Yıldız, S. (2017). "Tarihsel Süreç İçinde Çocuk", *Çocuk ve Medeniyet Dergisi*, Sayı:1, s.17-28.
- Faroghi, S. (1987). "Men of Modest Substance: House Owners and House Property in Seventeenth-Century Ankara and Kayseri" *Cambridge Studies in Islamic Civilization*, Cambridge University Press.

- Gazanker, E. (2014). *XVI. ve XVII. Yüzyıllarda Osmanlı Toplumunda Kimsesiz Çocuklar ve Evlatlıklar*, (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi), Bahçeşehir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Goodwin, G. (2003). *A History of Ottoman Architecture*, Thames & Hudson Ltd, London.
- Goodwin, G. (2012). *Osmanlı Mimarlığı Tarihi*, (Çev. Müfit Günay), Kabalcı Yayınevi, 1. Baskı, İstanbul.
- Gökkaya, E. K. (2012). "Osmanlı Döneminde İstanbul'da Yaşam ve Türk Resim Sanatında Çağdaş Dönem Öncesi Yansımaları", *Sanat ve Tasarım Dergisi*, Sayı: 2(2), s. 52-73.
- Güdek, M. (2012). *Modernleşme Döneminde Osmanlı'da Çocuk Eğitimi ve Literatürü*, (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi), Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Güvenç, B. (1996). *İnsan ve Kültür*, Remzi Kitabevi, 7. Baskı, İstanbul.
- Habermas, J. (2014), *Kamusal Yaşamın Yapısal Dönüşümü* (Çev. Tanıl Bora, Mithat Sancar), İletişim Yayınları, İstanbul.
- Hattox, R. S., *Coffee and Coffeeshouses: The Origins of a Social Beverage in the Medieval Near East*, Seattle ve Londra: University of Washington Press, 1985.
- İnalçık, H. (2019). *Osmanlı İmparatorluğu Klasik Çağ (1300-1600)*, Kronik Kitap, İstanbul.
- Karasslan, A. (2015). "Osmanlı Toplumunda Ailenin Teşekkülünde İlk Adım: Namzedlik", *Batman Üniversitesi Yaşam Bilimleri Dergisi*, Cilt: 5, Sayı: 2, s. 186-199.
- Kavruk, H. (2004). *Köy ve Mahalle: Yerleşim ve Yönetim Birimi*, Odak Yayın ve Dağıtım, Ankara.
- Keleş, R. (1998). *Kentbilim Terimleri Sözlüğü*, İmge Kitabevi, 2. Baskı, Ankara.
- Kılınc, T. (2013). *Osmanlı'dan Torunlarına Yol Rehberi*, Akis Kitap, 2. Baskı, İstanbul.
- Kıvrım, İ. (2009). "Osmanlı Mahallesinde Gündelik Hayat (17. Yüzyılda Gaziantep Örneği)", *Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Sayı: 8(1), s. 231-255.
- Koçyiğit, F. (2014). "Lale Devri Çeşmelerinin Karakteristik Özellikleri", *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Yıl:7, Sayı:16, s. 291-326.
- Kuban, D. (1965). *Anadolu-Türk Mimarisinin Kaynak ve Sorunları*, İstanbul Teknik Üniversitesi Mimarlık Fakültesi, İstanbul.
- Kuban, D. (2007). *Osmanlı Mimarisi, Yem Yayın*, 1. Baskı, İstanbul.
- Lindberg, E. N. A. (2012). "Çocuk Yetiştirme Açısından Türkiye'de Çocukluğun Tarihi", *Pamukkale Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, Sayı: 31, s. 41-52.
- Mermutlu, B. (2008). "Mahallenin Toplumsal Kültürümüzdeki Yeri", *Osmanlı Mahalleleri Atlası, Çekül, Bursa Büyükşehir Belediyesi, Tarihi Kentler Birliği, Doğan Burda Dergi Yayıncılık*, s. 14-37, Bursa.
- Mumford, L. (2007). *Tarih Boyunca Kent: Kökenleri, Geçirdiği Dönüşümler ve Geleceği*, (Çev. Gürol Koca ve Tamer Tosun), Ayrıntı Yayınları, 1. Baskı, İstanbul.
- Ortaylı, İ. (2001). *Osmanlı Toplumunda Aile*, Pan Yayıncılık, 4. Baskı, İstanbul.
- Ortaylı, İ. (2006). *Osmanlı'yı Yeniden Keşfetmek*, Timaş Yayınları, 4. Baskı, İstanbul.
- Ortaylı, İ. (2016). *Osmanlı Düşünce Dünyası ve Tarihyazımı*, Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, 4. Baskı, İstanbul.
- Ortaylı, İ. (2018). *Osmanlı Toplumunda Aile*, Kronik Kitap, 18. Baskı, İstanbul.
- Ortaylı, İ. (2019). *İstanbul'dan Sayfalar*, Kronik Kitap, 16. Baskı, İstanbul.
- Özer, S. (2008). "Geçmişten Günümüze Kent-Çevre İlişkisi İçinde Çeşmeler", *Atatürk Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Dergisi*, 13, 129-134.
- Peçevî, İ. (1999). *Tarih-i Peçevî*, Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları, Ankara.
- Pırlanta, İ. (2010). "Orta Çağ İslam Şehirlerinde Mahallelerin Oluşumu (Nişabur Örneği)", *İstanbul Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, Güz 1(2), s. 133-147.
- Sakaoğlu, N. (2011). "Mahalleye Dair", *Osmanlı Mahalleleri Atlası, Çekül, Bursa Büyükşehir Belediyesi, Tarihi Kentler Birliği, Doğan Burda Dergi Yayıncılık*, s. 8-13, Bursa.

- Sami, Ş. (2017). *Kamûs-ı Türkî: Osmanlıca-Türkçe Ansiklopedik Lugat*, (Haz. Raşit Gündoğdu, Niyazi Adıgüzel ve Ebul Faruk Önal), İdeal Kültür Yayıncılık, 5. Basım, İstanbul.
- Sankır, H. (2010), "Osmanlı İmparatorluğu'nda Kamusallığın Oluşumu Sürecinde Kahvehanelerin Rolü Üzerine Sosyolojik Bir Değerlendirme", *Hacettepe Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Dergisi*, S.13, s. 185-210.
- Sevim, N. (2009). *Medeniyetimizde Toplumsal Dayanışma ve Sadaka Taşları*, Kitap Dostu Yayınları, İstanbul.
- Şafak, N. (2012). "Osmanlı İmparatorluğu'nda Kimsesiz Çocuk Olmak ve İslahhaneler (1863-1903)", *Osmanlı Dünyasında Çocuk Olmak* içerisinde (ed. Şafak, N. Ve Şahin H.), s. 131-163, Dem Yayınları, İstanbul.
- Şafak, N. Ve Şahin, H. (2012). *Osmanlı Dünyasında Çocuk Olmak*, Dem Yayınları, İstanbul.
- Şahin, M. ve Işık, E. (2011). "Osmanlı'dan Cumhuriyete Mahalle Yönetimi", *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Sayı: 30, Kütahya.
- Şimşek, H. (2013). "Eğitim ve Oyun Bağlamında 19. Yüzyılda Türk Çocukluk Anlayışında Değişmeler", *Değerler Eğitimi Dergisi*, Cilt: 11, Sayı: 25, s. 215-149.
- Tolan, B. (1991). *Toplum Bilimlerine Giriş*, Adım Yayıncılık, 3. Baskı, Ankara.
- Turgut, F. (2017). "Tarihsel Süreçte Aile Kurumunun Dönüşümü ve Geleceğine Yönelik Çıkarımlar", *Medeniyet ve Toplum*, Cilt: 1, Sayı: 1, s. 93-117.
- Türk, İ. C. (2011). "Osmanlı Devleti'nde Okul Öncesi Eğitim", *Milli Eğitim Dergisi*, Cilt: 41, Sayı: 192, s. 160-173.
- Ünal, V. (2013). "Geleneksel Geniş Aileden Çekirdek Aileye Geçiş Sürecinde Boşanma Sorunu ve Din", *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, Cilt: 6, Sayı: 26, s. 588-602.
- Ünüvar, K. (1998). Osmanlı'da Bir Kamusal Mekân: Kahvehaneler, *Doğu Batı Düşünce Dergisi*, Yıl:2 Sayı:5, Kasım, Aralık, Ocak 1998-99, s. 186-196.
- Ürer, H. (2010). "Osmanlı'da Kahve/Kahvehane Kültürü ve Salihli'den Bir Kahvehane Örneği Himaye-i Etfal", *Sanat Tarihi Dergisi*, Sayı: 19/2, s. 1-26.
- Wycherley, R. E. (1993). *Antik Çağda Kentler Nasıl Kuruldu*, (Çev. Nur Nirven ve Nezih Başgelen), Arkeoloji ve Sanat Yayınları, 3. Baskı, İstanbul.
- Yaşar, A. (2005). "Osmanlı Şehir Mekânları: Kahvehane Literatürü", *Türkiye Araştırmaları Literatür Dergisi*, Cilt: 3, Sayı 6, s. 237-256
- Yaşar, A. (2018). *Osmanlı Kahvehaneleri, Mekân, Sosyalleşme, İktidar*, Kitap Yayınevi, 3. Baskı, İstanbul.
- Yazıcı, N. (2007). "Osmanlılarda Yetimlerin Korunması Üzerine Bazı Değerlendirmeler", *Ankara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, XLVIII, Sayı: 1, s. 1-46.
- 03.07.2005 Tarih ve 5393 Sayılı Belediye Kanunu, Yayımlandığı Resmî Gazete Tarihi: 13.07.2005, Resmî Gazete Sayısı: 25874.

#### **İnternet ve Gazete Kaynakları**

- "Eski Bursa'nın Anlatıcakları Var", (26.02.2017). *Yeni Dönem Gazetesi*, <http://www.yenidonem.com.tr/haber/ eski-bursa-nin-anlatıcakları-var-35637.html>, (erişim: 10.03.2021).
- "Osmanlı'da Mahalle Yapısı Nasıldı?" (27.06.2018). *Fikriyat Gazetesi*, <https://www.fikriyat.com/tarih/2018/06/27/ osmanlıda-mahalle-yapısı-nasıldı>, (erişim: 10.03.2021)
- WEB\_1. Etimoloji Türkçe, <https://www.etimolojiturkce.com/kelime/mahalle>, (erişim: 05.01.2021).
- WEB\_2. "Sadakataşı, Sosyal Yardımlaşma ve Dayanışmanın En Güzel Örneği..." <https://www.sadakatasi.org.tr/page/sadaka-taslari/216>, (erişim: 03.03.2021).
- WEB\_3. T.C. Çevre ve Şehircilik Bakanlığı, "Dinlersen Çiçekler De Konuşur", <https://csb.gov.tr/dinlersen-cicekler -de-konusur-makale> (erişim: 29.02.2020).
- WEB\_4. Dünya Bülteni, "Osmanlı Yedigâri Kapı Tokmakları", [www.dunyabulteni.net](http://www.dunyabulteni.net), (erişim: 03.03.2021).
- WEB\_5. Tarih Kurdu, <https://tarihkurdu.net/osmanli-doneminde-cocuklar.html>, (erişim: 25.02.2020).
- WEB\_6. Türk Dil Kurumu (2021). "Türkçe Sözlük", <https://sozluk.gov.tr/>

WEB\_7. Türkiye Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi (2021). "İğdiş", <https://islamansiklopedisi.org.tr/igdis>, (erişim: 20.02.2021).

Yüksel, B. (07.12.2020). "Demokles'in Kılıcı", *Milliyet Gazetesi*, <http://blog.milliyet.com.tr/demokles-in-kilici/Blog/?BlogNo=217523>, (erişim: 25.02.2021).

#### **Beyan ve Açıklamalar (Disclosure Statements)**

1. Bu çalışmanın yazarları, araştırma ve yayın etiği ilkelerine uyduklarını kabul etmektedirler (The authors of this article confirm that their work complies with the principles of research and publication ethics).
2. Yazarlar tarafından herhangi bir çıkar çatışması beyan edilmemiştir (No potential conflict of interest was reported by the authors).
3. Bu çalışma, intihal tarama programı kullanılarak intihal taramasından geçirilmiştir (This article was screened for potential plagiarism using a plagiarism screening program).





Article Info/Makale Bilgisi

Received/Geliş:14.04.2021 Accepted/Kabul:23.07.2021

DOI:10.30794/pausbed.915836

Araştırma Makalesi/ Research Article

Küçükkambak, S. E. ve Armağan, E. (2022). "Turistik Destinasyonlarda Pazar Bölümlendirme: Fethiye'yi Ziyaret Eden Yerli ve Yabancı Turistler Üzerinde Bir Analiz", *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı 48, Denizli, ss. 303-324.

## TURİSTİK DESTİNASYONLARDA PAZAR BÖLÜMLENDİRME: FETHİYE'Yİ ZİYARET EDEN YERLİ VE YABANCI TURİSTLER ÜZERİNDE BİR ANALİZ\*

Selçuk Efe KÜÇÜKKAMBAK\*\*, Ece ARMAĞAN\*\*\*

### Öz

Marka yönetimi sürecinde ürün ve hizmetlerde olduğu gibi turistik destinasyonlarda da değer odaklı rekabet bugünün turistik pazar dinamiğini oluşturmaktadır. Destinasyonların yeniden ziyaret niyeti oluşturabilmesinin koşullarından biri tüketici temelli marka denkliği yaratmasıdır. Marka denkliği oluşturmak için stratejik marka yönetimi sürecinin başarıyla yürütülmesi esastır. Bu nedenle marka yönetimi sürecinin ilk aşaması pazardaki tüketici grubunun tanımlanması ve bölümlendirilmesidir. Bu çalışmada geleneksel pazar bölümlendirme stratejilerine yenilikçi bir yaklaşım olarak turistik destinasyonlarda algılara dayalı pazar bölümlendirme uygulaması gerçekleştirilmiştir. Bu çalışmada 1.168 turistin Fethiye destinasyonun marka denkliğine yönelik çeşitli boyutlar altındaki algıları, yöredeki tatillerini organize etme ve yörede tatil yaparak edindikleri deneyimler ile demografik özellikleri bağlamında kümeleme analizi ile pazar bölümlendirilmesi yapılmıştır. Araştırma sonucunda Fethiye'yi ziyaret eden yerli ve yabancı turistlerin Fethiye'nin marka denkliğine yönelik algılarına göre farklı özelliklerde pazar bölümleri oluşturduğu olduğu tespit edilmiştir. Çalışma kapsamında destinasyonların yerel olarak kalkınması ve ülke ekonomisine katkıda bulunmasını sağlayacak pazarlama stratejilerinin geliştirilmesine katkı sağlayacak birtakım çıkarımlarda bulunulmuştur.

**Anahtar Kelimeler:** *Destinasyon Pazarlaması, Kümeleme Analizi, Pazar Bölümlendirme, Marka Denkliği, Marka Yönetimi.*

## MARKET SEGMENTATION IN TOURISTIC DESTINATIONS: AN ANALYSIS ON DOMESTIC AND FOREIGN TOURISTS VISITING FETHIYE

### Abstract

In the brand management process, value-oriented competition in touristic destinations, as well as in products and services, constitutes today's tourist market dynamics. One of the conditions for destinations to create the intention of revisiting is to create consumer-based brand equity. It is essential to successfully execute the strategic brand management process in order to create brand equity. For this reason, the first step of the brand management process is the identification and segmentation of the consumer group in the market. In this study, as an innovative approach to traditional market segmentation strategies, market segmentation based on perceptions has been implemented in touristic destinations. In this study, the perceptions of 1,168 tourists towards the brand equity of the destination in Fethiye under various dimensions, their experiences in organizing their holidays in the region and having a holiday in the region, and market segmentation with cluster analysis in the context of their demographic characteristics. As a result of the research, it has been determined that local and foreign tourists visiting Fethiye form different market segments according to their perceptions of Fethiye's brand equity. Within the scope of the study, some inferences have been made that will contribute to the development of marketing strategies that will enable the destinations to develop locally and contribute to the national economy.

**Keywords:** *Destination Marketing, Cluster Analysis, Market Segmentation, Brand Equity, Brand Management.*

\*Bu Çalışma Aydın Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Doktora Öğrencisi Selçuk Efe KÜÇÜKKAMBAK'ın Doç. Dr. Ece ARMAĞAN Danışmanlığında Tamamladığı "Turistik Destinasyonlarda Tüketici Temelli Marka Denkliğinin Ölçümü: Fethiye'de Bir Araştırma" Başlıklı Doktora Tezinden Üretilmiştir.

\*\* Dr., e-posta: efe.kucukkambak@gmail.com, MUĞLA. (<https://orcid.org/0000-0001-6633-1492>),

\*\*\* Doç. Dr. Aydın Adnan Menderes Üniversitesi Nazilli İİBF İşletme Anabilim Dalı, AYDIN.

e-posta: earmagan@adu.edu.tr, (<https://orcid.org/0000-0001-5371-219X>)



## 1. GİRİŞ

Hemen her alanda olduğu gibi yoğun rekabet koşullarının görüldüğü turistik destinasyonlarda pazarlama yöneticileri her yıl daha fazla ziyaretçiyi destinasyona çekebilmeyi ve sadık ziyaretçiler elde edebilmeyi amaçlamaktadır. Sürdürülebilir turizm hedefinin gerçekleştirilebilmesi, sistemli ve planlı pazarlama programlarının uygulanmasını gerektirir. Destinasyon pazarlaması alanında araştırmacıların ve turizm paydaşlarının en fazla önem vermesi gereken konuların turist davranışları, destinasyon markalaması ve markanın stratejik yönetimi olduğunu vurgulayan Tsiotsou ve Ratten (2010) özellikle gelişmekte olan ülkelerin turizm alanında başarı sağlamasının koşulunun buna bağlı olduğunu savunmaktadır. Destinasyonların sürdürülebilir markalar yaratması için gereken marka denkliğinin boyutlarına, marka imajına, turistlerin seyahat motivasyonlarına yönelik pek çok araştırma yapılmasına rağmen bu boyutlarla turistlerin milliyetleri ve demografik özellikleri ile davranışsal ve psikolojik açıdan farklı yaklaşımlarla pazar bölümlendirme yaklaşımlarına ihtiyaç olduğu açıktır.

Morgan ve Pritchard (2002)'in önerdiği beş aşamalı destinasyon markası yaratma sürecinin ilk aşaması hedef pazarın belirlenmesi ve tanımlanmasıdır. Destinasyonu ziyaret eden turist profilini tanımak, pazarı stratejik açıdan bölümlendirmek, her bir pazar bölümünün destinasyona yönelik algılarını, istek, ihtiyaç ve beklentilerini tespit etmek ve bunlara uygun pazarlama programları geliştirmek, stratejik pazarlama ve marka yönetimi sürecinin ilk aşamalarındandır. Destinasyonların markalaşma stratejilerinde amaç, tıpkı ürün ve hizmetlerdeki gibi tüketicide değer yaratma hedefi olan marka denkliği oluşturmaktır.

Marka denkliği tüketicilere sunulan ürün veya hizmetlerde algılanan değeri eksilten veya arttıran, markaya ait isim, sembol, kişilik, imaj, slogan gibi elemanların tamamıdır (Aaker, 1991). Literatürde destinasyon marka denkliği ölçümüne yönelik yürütülen çalışmalarda pek çok boyut ele alınmış olmasına rağmen en uygun görülen model Aaker (1991) tarafından kavramsallaştırılan modeldir (Kladou ve Kehagias, 2014:3). Modele göre bir markanın denkliğini belirleyen unsurlar marka farkındalığı, marka çağrışımları, algılanan kalite, marka sadakati ve diğer marka varlıklarının bileşiminden oluşmaktadır. Ancak patent ve yasal haklar gibi diğer marka varlıklarının değerinin ölçülmesindeki problemler nedeniyle marka denkliği belirlenirken bu boyut dikkate alınmamaktadır. Turistik destinasyonlar açısından marka denkliğini oluşturan marka farkındalığı kavramı genellikle marka adı ile, marka çağrışımları ise kimlik, kişilik ve sembollerle ilişkilendirilmektedir. Algılanan kalite ise destinasyonun tatil için sağladığı turistik altyapı olanakları ile ilişkilendirilirken marka sadakati ise turistlerin yeniden ziyaret niyetlerini veya destinasyonu diğer bireylere tavsiye etme niyetlerini ifade etmektedir (Boo, Busser ve Baloğlu, 2009).

Birbirine benzer özelliklere sahip bireylerden oluşan pazar bölümleri için pazarlama yöneticileri uygun pazarlama karması elemanları ile ürün veya hizmet arzında bulunarak, tüketici temelli marka denkliği oluşturmayı ve bu sayede her yıl artan sayıda ziyaretçiyi yeniden destinasyona çekebilmeyi hedefler (Kotler ve Armstrong, 2016). Alan yazında destinasyon marka denkliğine yönelik çalışmalar ağırlıklı olarak marka denkliğinin nasıl ölçülebileceği ve marka denkliğinin öncülleri ile marka tercihinin etkileri üzerine yoğunlaşmıştır. Araştırmacılar destinasyonlarda marka denkliğinin ölçümüne yönelik hangi boyutların dikkate alınması gerektiği konusunda fikir birliğinde varamamış olsa da genellikle destinasyon markasının bilinirliği, kalitesi, imajı, çağrışımları ve destinasyon markasına sadakat boyutlarının önemli olduğunu vurgulamışlardır. Geçmişten günümüze yürütülen pek çok çalışmada destinasyonlarda marka denkliği oluşturma stratejilerinde gerekliliğine vurgu yapılmıştır. Ancak buna rağmen marka denkliğini oluşturan çeşitli boyutların tüketiciler tarafından algılanış biçimleri dikkate alınarak destinasyon pazar bölümlendirmesine yönelik çalışmaların oldukça sınırlı düzeyde olduğu tespit edilmiştir. Bunun yanında destinasyon marka denkliği ile ilişkileri tespit edilen marka memnuniyeti ve yeniden ziyaret niyetlerini dikkate alarak pazarı bölümlere ayıran çalışmalara rastlanmamıştır. Destinasyon pazarlaması kapsamında bu alanda literatür boşluğu olduğu tespit edilmiştir.

Günümüz teknoloji, bilgi ve iletişim çağında pek çok pazarlama araştırmasında vurgulanan ortak fikir, hızla gelişen teknolojinin mevcut ürünleri daha hızlı geride bıraktığı ve yaşanan bu değişim ile mevcut ürünlerin tüketicideki algısının daha hızlı erozyona uğradığına yöneliktir. Bu değişim markaların pazar bölümlendirme, konumlandırma ve hedef pazara yönelik pazarlama stratejilerini de etkilemektedir. Bu nedenle geçmişte uygulanan geleneksel destinasyon pazar bölümlendirme kriterlerine modern bir alternatif olarak, algılara dayalı pazar bölümlendirmeye ağırlık verilmelidir (Anana, 2009:8).

Bu çalışmanın ana fikri Pafi ve arkadaşları (2020) ile Anana ve Nique (2009) tarafından önerilen destinasyonlarda geleneksel pazar bölümlendirme kriterlerinin ötesinde deneyimlere ve algılara dayalı bölümlendirme yapılmasının gerekliliğidir. Destinasyonlara turist algılarına ve deneyimlerine dayalı bölümlendirme Dolnicar ve arkadaşları (1999), Mazanec ve Strasser (2000) ile Buchta ve arkadaşları (2000) tarafından geçmiş araştırmalarda vurgulanan pazar bölümlendirme uygulamasıdır. Bu yaklaşıma göre tüketici bakış açısıyla birbirine benzer özellikler gösteren destinasyon markaları ikame edilebildiği ölçüde rekabet etmektedir. Bu nedenle ikamesi zor olan destinasyonların marka gücü yüksektir. Tüketicide değer yaratan destinasyon markaları güçlü markalar olduğundan tercih edilebilirliği de yüksektir. Ancak destinasyonun sahip olduğu marka gücünün korunması gerekir. Bu nedenle pazar bölümlendirme, konumlandırma ve rekabet stratejilerinde tüketicilerin destinasyona yönelik algıları dikkate alınmalıdır.

Türkiye pek çok farklı turizm alternatifini yılın dört mevsimi bir arada barındırması ve pek çok turistik çekiciliğe sahip destinasyonları ile özellikle 2000’li yıllardan itibaren dünya turizm pazarında gelişmekte olan bir ülke konumuna gelmiştir. Ege ve Akdeniz kıyı şeridinde yer alan pek çok turizm merkezi son yıllarda adını dünya çapında duyurmaya başlamıştır. Bu destinasyonlardan biri de Fethiye’dir. Fethiye hem Ege hem de Akdeniz’e kıyısı olan, Türkiye İstatistik Kurumu 2021 yılı verilerine göre 167.114 kişilik nüfusu ile Bodrum’dan sonraki en kalabalık Muğla ilçesidir. Doğusunda Antalya, kuzeyinde ise Denizli ve Burdur illerine komşudur. Geçmişten günümüze pek çok medeniyete ev sahipliği yapan ilçenin geçmişte en bilinen ismi “*Meğri*” iken, 1914 yılında uçağı düşen ilk hava şehitlerinden Fethi Bey’in anısına ismi Fethiye olarak değiştirilmiştir. Ölüdeniz, Kelebekler Vadisi, Göcek, Kabak Koyu, Cennet Koyu, Çalış Plajı ve Babadağ gibi dünyaca ünlü pek çok turistik çekiciliklere sahip olan ilçe aynı zamanda konumu itibarıyla pek çok turizm merkezine yakın olması sebebiyle her yıl binlerce yerli ve yabancı turistin uğrak noktasıdır. Fethiye’nin turizm talebinin önemli bir bölümünü Avrupa ülkelerinden gelen turistler oluşturmakta iken, son yıllarda Uzakdoğu ülkelerinden gelen turistler de pazarın önemli bir kısmını oluşturmaya başlamıştır. İç turizmde yıllara göre dalgalanmalar yaşansa da her yıl binlerce turisti ağırlayan Fethiye, sahip olduğu turistik çekicilikleri ve alternatif turizm olanakları düşünüldüğünde gelecekte ülke ekonomisine yapacağı katkılar bakımından potansiyel arz eden bir destinasyon olduğunu söylemek mümkündür.

Mevcut araştırma kapsamında Fethiye destinasyonu özelinde tüketicileri; destinasyona yönelik marka denkliği, marka memnuniyeti ve marka tercihinin yönelik algıları temelinde gruplandırmak ve her bir pazar bölümünün profilini belirlemek amaçlanmıştır. Turistlerin destinasyonla ilgili marka denkliği, marka memnuniyeti ve marka tercihinin yönelik algılarını etkileyebilecek tatil organizasyonlarının detayları ile yaşadıkları tatil deneyimleri de bu araştırma kapsamında pazar bölümlendirme kriteri olarak ele alınan bir başka detaydır. Araştırma iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde destinasyonlarda pazar bölümlendirmeye yönelik yaygın uygulamalara ve güncel değerlendirmelere yer verilmiştir. İkinci bölümde ise alan sonuçlarına yer verilmiştir. Araştırma kapsamında toplanan veriler kümeleme analizi kullanılarak çeşitli özellikler altında homojen pazar bölümlerine ayrılmıştır. Araştırma sonucunda elde edilen bulgular yorumlanmış, gelecek araştırmacılara ve destinasyon paydaşlarına yönelik birtakım önerilerde bulunulmuştur. Bu çalışmanın, algılara dayalı pazar bölümlendirme konusunda marka denkliğini oluşturan çeşitli boyutların kültürler arası düzeyde tüketiciler tarafından algılanış biçimlerini dikkate alması bakımından öncü bir çalışma olması nedeniyle literatüre katkı sağlaması beklenmektedir.

## **2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE**

### **2. 1. Pazar Bölümlendirme ve Turizm Destinasyonlarında Pazar Bölümlendirme**

Pazarlama yazınında ilk olarak 1957’de Wendell Smith tarafından tüketicilerin ihtiyaçları dikkate alınarak gruplara ayrılması şeklinde ele alınan bölümlendirme kavramı; birbirinden farklı istek, ihtiyaç ve özelliklere sahip tüketicilerin, nispeten daha küçük ve birbirine benzer gruplara ayrılmasıdır (Kotler ve Armstrong, 2016: 191). Pazar bölümlendirme stratejisinin amacı pazarlama çabalarının en etkili ve ekonomik şekilde sonuç üretmesini sağlamak için tüketicileri benzer istek ve ihtiyaçları bakımından sınıflandırmaktır (Blythe, 2005: 75). Dolnicar (2008) pazar bölümlendirmeyi, tüketicilerin tamamının aynı özelliklerde olmaması, her grubun istek, ihtiyaç, değer ve beklentilerinin farklı olması, küçük tüketici gruplarını veya benzer özellikler gösteren tüketici gruplarını memnun etmenin daha kolay olması gibi nedenler altında açıklamaktadır. Pazarın bölümlendirilmesiyle işletmeler müşterilerini daha iyi tanıma ve pek çok açıdan onları anlama fırsatı yakalar. Bunun yanında daha

küçük pazar bölümlerine odaklanan yöneticiler rakiplerini tanır, karar alıcılar ellerindeki kıt kaynakları daha etkili ve verimli biçimde kullanabilecekleri ortama kavuşur ve bu sayede daha etkin stratejik pazarlama planlarının uygulanmasıyla pazar payının genişlemesi sağlanır (Blythe, 2005: 77). Ancak pazar bölümlendirme çabalarının doğru sonuçlar üretebilmesi için bölümlendirilecek pazar grubunun tanımlanabilir, ölçülebilir, ulaşılabilir, pazarlama programı üretmeye değer büyüklükte olması, grup üyelerinin birbirine uygun ölçüde benzer özellikler göstermesi ve süreklilik arz etmesi gerekmektedir (Kotler ve Armstrong, 2016:200). Uygulamada en sık karşılaşılan yöntemler pazarın coğrafi, demografik, psikolojik veya davranışsal açıdan sınıflandırılmasıdır (Kotler, 2002: 149). Ancak geleneksel bölümlendirmenin yanında günümüzde teknolojik gelişmelerin artışı ile birlikte birebir pazar bölümlendirmesi gibi yeni stratejiler de uygulanmaktadır (Mayer-Schönberger ve Cukier, 2013).

Pazar bölümlendirme stratejileri günümüzde turistik destinasyonlarda da başarıyla uygulanmakta ve pazarlama alanındaki pazar bölümlendirme stratejilerine yönelik çıkarımlar turistik destinasyonlara da uyarlanabilmektedir (Bieger ve Laesser, 2002; Perez-Priego vd., 2019; Stylids vd., 2020). Ancak ürün veya hizmet pazarlarının bölümlendirilmesinden farklı olarak destinasyonlarda pazar bölümlendirmenin birtakım zorlayıcı yönleri bulunmaktadır. Her destinasyonun birbirinden farklı özelliklere sahip olması ve bu nedenle turistlerde yarattığı fayda motivasyonunun da çeşitlilik göstermesi, destinasyon pazar bölümlendirme stratejilerinin standart pazarlama programları ile sistematik biçimde uygulanmasına engel olmaktadır (Perera vd., 2020). Destinasyon pazar bölümlendirme stratejilerinde bir diğer önemli nokta kullanılan bölümlendirme tekniği ve buna ortaya bağlı olarak ortaya çıkan küme sayısıdır (Almeida vd., 2014).

Destinasyonlarda pazar bölümlendirme, turizm politikalarını, turistik hizmetleri ve pazarlama stratejilerini tasarlamak için gerekli olan turist profilini ortaya çıkarmak için gereklidir (Dolnicar, 2004; Frochot, 2005). Belirli bir destinasyonu ziyaret eden turistlerin benzer özellikleri bakımından gruplandırılması niş pazarların belirlenebilmesi, tüketiciye daha yakın erişim imkanlarının tespit edilebilmesi, konaklama veya çeşitli turistik tesislere olan talebin öngörülebilmesi ve destinasyon markalama stratejilerinin geliştirilebilmesi açısından önemlidir (Frochot, 2005; Chen ve Chen, 2010; Murtagh vd., 2017). Destinasyonlarda pazar bölümlendirmenin sağlayacağı avantajlardan biri de turizm ve çevre politikalarını uyumlu hale getirmesi ve özellikle kırsal turizm alanlarında büyüme fırsatlarını ortaya koymasındır (Weaver vd., 2007; Rid vd., 2014).

Turistik destinasyonlarda pazar bölümlendirme çalışmalarının ilk aşaması segmentasyon kriterinin veya dayanağının seçimidir (Dolnicar, 2008). Turizm endüstrisinde pazar bölümlendirme çalışmaları diğer endüstrilerden çok fazla farklılık arz etmese de turizmin kendine özgü koşulları itibarıyla genel olarak dört kategoride incelenmiştir (Swarbrooke ve Horner, 2007; Perera, 2020: 188). Araştırmacılar destinasyonları genellikle turizm tipine göre kırsal turizm, eko turizm şeklinde; yöre veya destinasyon açısından bölge veya şehir bazında; segmentasyon için kullanılan bazı kriterlere göre coğrafi, sosyodemografik, psikolojik, fayda odaklı olarak veya gruplandırma kullanılan birtakım istatistiksel tekniklere göre pazar bölümlendirmesi yapmaktadır (Pike, 2007: 79; Hudson, 2008: 88; Prayag, 2010; Laesser ve Zehrer, 2012). Bunun yanında seyahat amacına, satın alıcıların ihtiyacına, fiyata ve seyahat motivasyonuna göre de destinasyonlarda pazar bölümlendirmesi yapılmaktadır (Middleton, 1994; Bieger ve Laesser, 2002; Dryglas ve Salamaga, 2018; Huh vd., 2019). Destinasyonlarda ağırlıklı olarak turistlerin deneyimlerine dayalı etkileşimler ortaya çıksa da pazar bölümlendirmede, turistlerin sosyoekonomik yapısıyla satın alma davranışlarını ilişkilendiren seyahat motivasyonlarını ve deneyime dayalı beklenen faydalarını dikkate alan çalışmalar da mevcuttur (Frochot, 2005; Pearce ve Lee, 2005; Beh, ve Bruyere., 2007; Chen ve Tsai, 2007; Koh vd., 2010; Pesonnen vd., 2011). Ancak bu görüşlerin yanında Pafi ve arkadaşları (2020) günümüzde hakim olan turistik pazar bölümlendirme anlayışının, turistlerin tatillerini geçirdikleri destinasyonda manzara ve turistik çekiciliklerle, yerel turizm işletmeleri ile olan iletişimler gibi edindikleri çeşitli algıları ve deneyimleri göz ardı ettiği görüşündedir. Turistik pazarın tipolojik açıdan, bölgesel açıdan veya sosyodemografik açıdan bölümlendirilmesi her ne kadar daha kullanışlı ve kolay olsa da bu yöntemin ortaya koyduğu öngörünün daha zayıf olduğu tespit edilmiştir (Tan ve Lo, 2008). Bu nedenle araştırmacılar güncel araştırmalarda turistik pazarları bölümlendirirken, bireylerin destinasyona yönelik çeşitli algıları ile destinasyonda tatil yapmaktan elde ettiği faydanın dikkate alınmasına vurgu yapmaktadır. Deneyimlere ve algılara dayalı pazar bölümlendirmenin, bireylerin elde ettiği faydanın dikkate alınması nedeniyle özellikle turistik satın alımları tahmin etmede, yeniden ziyaret niyetlerini açıklamada daha güçlü olduğu görüşü hakimdir (Sarigöllü ve Huang, 2005).

## **2. 2. Turizm Sektöründe Destinasyon Markaları Temelinde Pazar Bölümlendirme Çalışmaları**

Pazar bölümlendirme, ürün ve hizmet alanındaki pek çok sektörde olduğu gibi turizm endüstrisinde de stratejik açıdan güçlü destinasyon markaları yaratmanın ilk ve en önemli aşamasıdır. Markalı ürün ve hizmetlerin uzun dönemde sürdürülebilir rekabet üstünlüğü elde etmesi, hedef kitlenin doğru biçimde tespit edilerek buna uygun pazarlama karması elemanlarını oluşturma ve hedef kitleye yönelik pazarlama çabaları üretmesine bağlıdır. Turizm endüstrisinde ise destinasyon markalarının her yıl daha fazla sayıda ziyaretçiyi kendine çekebilmesinin, sadık ziyaretçilere sahip olabilmemesinin en önemli koşulu, destinasyon markasının pazarda tüketici değeri yaratmasıdır.

Turistik destinasyonlarda marka yönetimi ile ilgili yürütülen çalışmaların genellikle destinasyon marka kişiliğinin, imajının, marka denkliğinin tespitine yönelik olduğu görülmektedir. Bunun yanında turistik destinasyonlarda marka denkliği oluşturmak her geçen gün daha önem kazanmaktadır. Marka denkliğinin nasıl ölçülmesi gerektiğine yönelik Aaker (1991)'in ve Keller (1993)'in modellerini temel alan pek çok çalışma geçmişten günümüze çeşitli ürün ve hizmetlere uyarlanmış olsa da araştırmacıların genel olarak turistik destinasyonlarda marka denkliğini ölçmede dikkate alınacak unsurlar konusunda hemfikir olmadıkları görülmektedir. Bazı araştırmacılar destinasyonlarda marka farkındalığı, marka çağrışımları, algılanan kalite ve marka sadakati gibi unsurların yanında destinasyon marka imajını, destinasyonda yapılan kültürel etkinlik ve festivalleri de marka denkliği unsuru olarak ele almıştır (Ferns ve Walls, 2012; Gartner, 2014; Kashif vd., 2014; Kladou ve Kehagias, 2014).

Destinasyonlarda deneyimlere ve algılara dayalı pazar bölümlendirme çalışmalarının pek azı turistlerin marka denkliği algılarını, marka memnuniyetini ve marka tercihini dikkate almıştır. Şahin ve Baloğlu (2014) İstanbul'u ziyaret eden turistler üzerinde yürüttükleri çalışmada turistleri ziyaret sayılarına göre gruplandırmış ve her bir grubun İstanbul'a yönelik marka çağrışımlarını bilişsel, duygusal ve marka kişiliği algıları açısından ele almıştır. Sato ve arkadaşları (2017) ise spor amaçlı seyahat eden turistleri destinasyon marka sadakati ve algılanan değer odaklı pazar bölümlendirmesine tabi tutmuştur. Araştırmacılar 328 katılımcıdan elde ettikleri verileri toplam 4 gruba ayırmış; katılımcılar arasındaki en önemli farklılığın cinsiyet, yaş ve gelir ile ilgili olduğunu tespit etmiş ve her bir grubun destinasyona yönelik kalite algılarının, destinasyon marka sadakatini farklı biçimde etkilediğini belirlemiştir.

Wang ve diğerleri (2017) ise Vietnam'da yürüttükleri çalışmada Dannang şehrini ziyaret eden turistlerin destinasyona yönelik kalite algılarının destinasyon marka tatminine ve ağızdan ağıza iletişime olan etkilerini cinsiyet ve ziyaret sıklığı bakımından çoklu grup analiziyle incelemiştir. Analiz sonucunda ziyaretçilerin destinasyona yönelik kalite algılarının ağızdan ağıza iletişime ve destinasyon marka tatminine olan etkilerinin; katılımcıların cinsiyetleri ve destinasyonu ziyaret sayıları bakımından farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Diaz-Martin ve arkadaşları (2000) ise İspanya'nın kırsal bir bölgesini ziyaret eden turistler üzerinde yürüttükleri çalışmada katılımcıları beklentilerine göre gruplandırmış ve hizmet kalitesi boyutlarının müşteri tatminine etkisinde gruplar arası farklılıkları ortaya koymuştur.

Hsu ve Kang (2007) ise Hong Kong'u ziyaret eden turistleri, seyahat amacı ile çeşitli demografik özellikleri bakımından gruplandırmış ve ilgili destinasyonu yeniden ziyaretleri bakımından sınıflandırmıştır. Leisen (2001) Amerika Birleşik Devletleri'nin New Mexico eyaletini ziyaret eden 900'den fazla turist üzerinde gerçekleştirdiği pazar bölümlendirme çalışmasında katılımcıları 4 gruba ayırmış ve destinasyonun marka imajı ile destinasyon marka tercihine yönelik ortalamalar arasında kıyaslamalarda bulunmuştur. Araştırmacı, her bir turist grubu için demografik özellikleri ortaya koymuş, kısa ve uzun vadeli yönetsel çıkarımlarda bulunmuştur.

Adan (2015) yalnızca iş amaçlı seyahat eden yabancı turistlerin İzmir iline yönelik destinasyon marka imajı ve marka memnuniyeti algılarını incelemiş ve katılımcıların İzmir'e yönelik önemli gördükleri çekicilik faktörlerinin doğal çekicilikler, altyapı olanakları, yerel mutfak gibi kültürel unsurlardan da oluştuğunu ve katılımcıların İzmir'e yönelik imaj algılarının olumlu olduğu sonucuna ulaşmıştır. Çamlıca (2014) ise Kapadokya bölgesini ziyaret eden turistler üzerinde yürüttüğü çalışmasında katılımcıları kümeleme analizi ile 6 kümeye ayırmış ve ziyaretçilerin yeniden ziyaret niyetlerinin kümeler arasında farklılık gösterdiğini tespit etmiştir. Keskin (2018) ise İzmir'in Çeşme ilçesinde düzenlenen Alaçatı Ot Festivaline katılan ziyaretçilerin festivali ziyaret motivasyonları üzerinde yürütmüş olduğu çalışmada kümeleme analizi ile dört pazar bölümü elde etmiş ve her bir pazar bölümünün farklı motivasyonlara sahip olduğunu tespit etmiştir. Akkılıç ve arkadaşları (2017) ise Kapadokya'yı ziyaret

eden turistleri, Türk, İngiliz ve Alman şeklinde milliyetlerine göre pazar bölümlerine ayırmış ve her bir pazar bölümünün destinasyonu ziyaret nedenlerinin, motivasyonlarının, sosyodemografik özelliklerinin farklı olduğunu tespit etmiştir.

Turistik destinasyon pazarlarının bölümlendirilmesine yönelik olarak yürütülen çalışmalar incelendiğinde özellikle yerli yazında araştırmacıların, geçen beş yıllık sürede destinasyon pazar bölümlendirmesiyle ilgili çalışmalara ağırlık verdiği görülmektedir. Ancak sürdürülebilir turizm için pek çok araştırmacı tarafından destinasyon marka denkliği oluşturmanın önemi vurgulanmış olsa da turistlerin destinasyon marka denkliğini oluşturan çeşitli boyutları algılama biçimlerine yönelik pazar bölümlendirme çalışmalarının henüz dikkate alınmadığı gözlenmektedir. Yazındaki bu boşluğu doldurmayı amaçlayan bu çalışmada Fethiye'yi ziyaret eden yerli ve yabancı turistler, David Aaker (1991)'ın önerdiği marka denkliğini modelini oluşturan marka farkındalığı, marka çağrışımları, algılanan kalite ve marka sadakati gibi çeşitli boyutları algılama biçimlerine, destinasyon marka memnuniyeti ve destinasyon marka tercihi algılarına göre kümeleme analizi yardımıyla pazar bölümlerine ayrılmıştır.

### **3. ARAŞTIRMA METODOLOJİSİ**

Türkiye'de ve dünyada farklı turistik destinasyonlar üzerinde geçmişten günümüze çeşitli kriterler altında pazar bölümlendirme çalışmaları yapılmıştır. Fakat bu çalışmalarda marka denkliğini oluşturan elemanlar ile marka memnuniyeti ve destinasyon marka tercihi açısından bölümlendirmenin oldukça sınırlı düzeyde kaldığı görülmüş ve alan yazında bu konuda boşluk bulunduğu tespit edilmiştir. Örneğin Caber ve arkadaşları (2020) destinasyonları ziyaret eden turistlerin yaşına, milliyetine ve ziyaret sıklığına dayanarak destinasyon markasına yönelik çeşitli bileşenlerin algılanmasına dayalı pazar bölümlendirme yapılmasını önermiştir. Benzer şekilde Sanchez-Fernandez ve arkadaşları (2018)'da destinasyon pazar bölümlendirmesinde dikkate alınması gereken kriterler olarak memnuniyet ve destinasyon marka tercihinin de dikkate alınması gerekliliğine vurgu yapmıştır. Ko ve arkadaşları (2018) ise turizm sektöründe kümeleme analiziyle ortaya çıkan pazar bölümlerindeki özellikle farklı kültürlere sahip bireylerin etkisini tespit etmek için büyük örnekler tercih edilmesini önermiştir.

Fethiye'nin sahip olduğu turistik çekicilikler ve turizm potansiyeli düşünüldüğünde, yörenin turizm gelirlerinin artırılması için destinasyon markası olarak stratejik açıdan yönetilmesi önemlidir. Bu nedenle stratejik marka yönetimi sürecinin ilk ve en önemli adımlarından olan hedef pazarın bölümlendirilmesi gerekmektedir. Fethiye ile ilgili geçmişten günümüze yürütülen akademik çalışmaların genellikle yöreyi ziyaret eden turistlerin yöre hakkında algıladıkları imaj, Fethiye'de yerleşik olarak yaşayan yabancıların Fethiye'yi tercih sebebi, turizm ve otel işletmelerinde çalışan personelin iş performansı ve tatmini üzerine yoğunlaştığı görülmektedir. Fethiye'nin turistik bir ürün olarak hedef kitesinin belirlenmesine ve hedef pazarın bölümlendirilmesine yönelik bir çalışmanın, mevcut araştırmanın yürütüldüğü döneme kadar yapılmamış olduğu saptanmıştır.

Mevcut araştırma Fethiye'yi ziyaret eden yerli ve yabancı turist pazarını; yörenin marka denkliğini oluşturan marka farkındalığı, marka çağrışımları, algılanan kalite ve marka sadakati boyutları ile marka memnuniyeti ve marka tercihi algıları temelinde bölümlendirmek; her bir pazar grubunun demografik yapısını, Fethiye tatillerini organize etme biçimlerini, yörede edindikleri tatil deneyimleri ile beraber ele almak açısından tanımlayıcı çalışmadır. Bu araştırmanın sonucunda elde edilen bulgularla yöredeki turistik işletmelere ve yerel yönetimlere çıkarımlarda bulunulmuştur. Bu araştırmanın destinasyonlarda pazar bölümlendirmesinde, yerli ve yabancı turistlerin gruplandırılmasında, karşılaştırmalı biçimde David Aaker (1991) tarafından önerilen marka denkliği bileşenlerini, marka memnuniyeti ve marka tercihinin dikkate alan özgün bir çalışma olması sebebiyle literatüre katkı sağlaması beklenmektedir.

#### **3. 1. Araştırmanın Amacı ve Kapsamı**

Bu araştırmanın amacı destinasyonlarda algılara dayalı pazar bölümlendirme konusunda yeni bir yaklaşım olarak yerli ve yabancı turistler tarafından destinasyonun algılanan marka denkliği ile marka memnuniyeti ve marka tercihi bağlamında yöreyi ziyaret eden turistleri gruplandırmaktır. Bu doğrultuda Fethiye destinasyonunu ziyaret eden turist kitlesinin belirlenmesi, ziyaretçilerin Fethiye ile ilgili marka denkliği, marka memnuniyeti ve marka tercihi algıları temelinde bölümlendirilmesi hedeflenmiştir. Çalışmada turistlerin sınıflandırılmasında araştırmanın amacına, veri toplama yöntemine ve toplanan verilerin içeriğine en uygun yöntem olan kümeleme



analizinden faydalanılmıştır (Dolnicar ve Grün, 2017). Araştırmanın kapsamı Fethiye destinasyonunu 2019 yılı Ağustos ve Eylül aylarında ziyaret eden turistler olup, pazar bölümlendirme kriterleri olarak da Fethiye'nin marka denkliği, marka memnuniyeti ve marka tercihi dikkate alınmıştır. Buna göre mevcut araştırma kapsamında testi gerçekleştirilecek olan temel araştırma hipotezi şöyle belirlenmiştir:

**H1:** *Fethiye'yi ziyaret eden turistler, destinasyon marka denkliği, marka memnuniyeti ve marka tercihinin göre doğal kümelerine ayrılmaktadır.*

Çalışma Fethiye ilçe sınırları içinde yürütülmüş olup Fethiye'yi ziyaret eden yerli ve yabancı turistlerin farklı pazar bölümleri oluşturduğu varsayılmıştır. Araştırma amacına yönelik olarak Fethiye'yi ziyaret eden yerli ve yabancı turistlerin kaç grupta incelenebileceği, bu grupların yöreye ilişkin marka denkliği, marka memnuniyeti ve marka tercihi algılarının ortalaması nasıl farklılık gösterdiği, her bir gruptaki turistlerin demografik özellikleri ile Fethiye tatillerini organize etme biçimleri ve yörede edindikleri tatil deneyimleri nasıl farklılıklar gösterdiği gibi sorulara cevap aranmıştır.

### **3. 2. Örneklem ve Veri Toplama Yöntemi**

Fethiye'yi ziyaret eden turistlerin tamamına zaman ve maliyet kısıtları sebebiyle ulaşılma imkanı bulunmadığından, çalışma kapsamında tam sayım yerine örneklem seçilmiştir. Kolayda örneklem yönteminin tercih edildiği bu çalışmada araştırmacının tarafsızlığı, örneklemin yanlılığını azaltabilmek için veri toplama aşamasında birtakım önlemler alınmıştır (Newbold vd., 2013). Öncelikle örneklem ulaşabilmek için Fethiye ilçe sınırlarında yer alan ve turist yoğunluğunun görece fazla olduğu çeşitli mahallelerde yer alan 50'yi aşkın turizm ve konaklama tesisi belirlenmiştir. Belirlenen bu noktalarda işletme yöneticileri ile ön görüşmeler yapılmış ve uygulanacak anket için gerekli izinler alınmıştır. Daha sonra Fethiye'ye turist getiren yerel, ulusal ve uluslararası tur firmalarının rehberleri ile iletişim kurulmuştur. Bir sonraki aşamada ise Fethiye'de tatillerini geçirmiş ve ilçeden ayrılmak üzere olan yerli ve yabancı turistlerden araştırmaya katılmak isteyenlere anket formunda yer alan soruları cevaplamaları istenmiştir.

Çalışmada veri toplama tekniği olarak yüz yüze anket tercih edilmiştir. Anket formu hazırlanırken Türkçe ve İngilizce olmak üzere iki ayrı form hazırlanmıştır. Nihai anket formu uygulanmadan önce 100 adet yerli, 100 adet yabancı turist ile pilot anket çalışması yapılmış ve anket formunda uygun görülen ifade düzeltmeleri ile çeşitli sorularda ekleme ve çıkarmalar yapılarak nihai anket formuna ulaşılmıştır. Anket formu üç bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde katılımcıların cinsiyeti, yaşı, medeni durumu gibi çeşitli demografik özelliklerine yönelik sorulara yer verilmiştir. Katılımcıların aylık gelirleri tespit edilirken, yerli turistlerin Türk Lirası cinsinden, yabancı turistlerin ise Amerikan Doları cinsinden aylık kişisel gelirlerini bildirmeleri istenmiştir. 09.07.2019 tarihli Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası döviz kurları esas alınarak 1 Amerikan Doları'nın Türk Lirası karşılığı belirlenmiştir. Araştırmanın sonunda ise yerli turistlerle kıyaslama yapılabilmesi için yabancı turistlerden toplanan veriler yeniden Türk Lirası'na çevrilerek yorumlanmıştır.

Anketin ikinci bölümde katılımcılara son Fethiye seyahatlerini organize etme biçimleri ve yörede edindikleri deneyimlere ilişkin birtakım sorular yöneltilmiştir. Anket formunun son bölümünde ise Fethiye'nin marka denkliğini belirlemek için Aaker (1991)'in önerdiği tüketici temelli marka denkliği ölçeğinin literatürde çeşitli araştırmacılar tarafından yapılan uygulamaları incelenmiş ve Fethiye destinasyonuna uyarlanmıştır (Aaker, 1996; Zeithaml vd., 1996; Yoo vd., 2000; Villarejo-Ramos ve Sanchez-Franco, 2005; Boo vd., 2009; Ferns ve Walls, 2012; Gartner ve Ruzzier, 2011). Çalışmada kullanılan marka memnuniyeti ve marka tercihi ölçekleri ise alan yazında sıklıkla kullanılan ölçeklerden uyarlanmıştır (Hausman, 2004; Chang ve Liu, 2009; Bruhn vd., 2012; Hsu vd., 2012). Ölçme araçları orijinal formlarına bağlı kalınarak 1-kesinlikle katılmıyorum ve 5-kesinlikle katılıyorum olmak üzere 5'li likert ölçeği ile yanıtlayıcılara sunulmuştur. Fethiye'nin turistik çekicilikleri ve turizm altyapısı bağlamında turizm sezonunun Nisan-Kasım ayları olmak üzere yılın 6 ayına yayılmış olmasına rağmen sezon yoğunluğunun en yüksek olduğu dönem ise Ağustos ve Eylül aylarıdır. Bu nedenle anketler Fethiye destinasyonunu 2019 yılı Ağustos ve Eylül aylarında ziyaret eden turistler üzerinde uygulanmıştır. Araştırma kapsamında minimum örnek büyüklüğü 384 olarak belirlenmiştir (Gill vd., 2010). Ancak çalışmadan elde edilecek bulguların popülasyonu temsil gücünü arttırmak için 640 yerli turist, 614 yabancı turist olmak üzere toplam 1.254 kişi ile yüz yüze anket tekniği ile görüşme yapılarak veri toplanmıştır. Toplan veriler analizlere hazır hale getirilirken eksik veya hatalı



olarak doldurulmuş anketler çalışma kapsamı dışında tutulmuş ve 604 yerli, 564 yabancı olmak üzere toplam 1.168 katılımcıdan elde edilen bulgularla analizlere devam edilmiştir.

#### 4. ARAŞTIRMA BULGULARI

Araştırma kapsamında 604 adet yerli, 564 adet yabancı turistten toplanan verilerin çeşitli demografik özelliklerine göre dağılımları tablo-1’de özetlenmiştir

**Tablo 1: Katılımcıların Demografik Özelliklerine İlişkin Dağılımlar**

	Yerli		Yabancı			Yerli		Yabancı	
	n	%	n	%		n	%	n	%
<b>Cinsiyet</b>					<b>Yaş</b>				
Kadın	314	52	339	60,1	18 - 25	126	20,9	88	15,6
Erkek	290	48	225	39,9	26 – 35	195	32,3	95	16,8
<b>Medeni Hal</b>					36 – 45	135	22,4	94	16,7
Evli	317	52,5	346	61,3	46 – 55	88	14,6	157	27,8
Bekar	287	47,5	218	38,7	56 ve Üzeri	60	9,9	130	23,0
<b>Aylık Kişisel Gelir</b>					<b>Meslek</b>				
2000 TL’den az	76	12,6	39	6,9	Memur	99	16,4	103	18,3
2001-4000 TL arası	238	39,4	41	7,3	İşçi	247	40,9	232	41,1
4001-6000 TL arası	133	22,0	51	9,0	Serbest Meslek	96	15,9	46	8,2
6001-8000 TL arası	78	12,9	103	18,3	Çalışmıyor	13	2,2	65	11,5
8001 TL’den fazla	79	13,1	330	58,5	Ev Kadını	34	5,6	19	3,4
<b>Eğitim</b>					Emekli	62	10,3	57	10,1
Liseye Kadar	176	29,1	138	24,5	Öğrenci	53	8,8	42	7,4
Üniversite	364	60,3	342	60,6					
Lisans Üstü	64	10,6	84	14,9					

Katılımcıların ağırlıklı olarak kadın, evli, üniversite mezunu ve özel sektörde işçi olarak çalıştığı tespit edilmiştir. Bunun yanında araştırmaya katılan yerli turistler yabancı turistlere kıyasla daha düşük yaş ortalamasına sahip iken, yabancı turistlerin ise yerli turistlere kıyasla aylık kişisel gelirleri daha yüksektir.

Araştırmaya katılan turistlerin Fethiye tatillerinin organizasyon ve konaklama detayları ile tatillerinde edindikleri çeşitli deneyimlere ilişkin dağılımlar tablo-2’de özetlenmiştir. Tabloda özetlenen bulgulara göre araştırmaya katılan yerli turistler yabancı turistlere kıyasla Fethiye’de daha kısa süre konaklama gerçekleştirmekte iken her iki turist grubu da konakladıkları süreden daha uzun süre Fethiye’de tatil yapmayı uygun görmektedir.

Yabancı turistlerin tekrar ziyaret niyetleri yerli turistlere kıyasla daha yüksek iken yıllık tatil bütçesi ve Fethiye tatili için ayrılan bütçe bakımından yerli turistler yabancı turistlere kıyasla daha düşük ortalamaya sahiptir. Her iki grupta da katılımcıların çoğunluğunun mevcut Fethiye seyahatlerinin yöreye yaptıkları üçüncü veya daha fazla sayıdaki ziyaret olduğu gözlenen ve konaklama yeri bakımından genellikle 4 veya daha az yıldızlı otelleri tercih eden katılımcılar, son Fethiye tatillerine ağırlıklı olarak aileleri ile birlikte gelmiştir. Yabancı turistler Fethiye’ye ulaşımında ağırlıklı olarak uçağı tercih ederken yerli turistlerin ise çoğunlukla uçağı tercih ettikleri gözlenmiştir.

Her iki turist grubundaki katılımcıların Fethiye hakkında en çok bilgi aldıkları kaynak internet iken, yabancı turistlerde konaklama yapılan otelden bilgi aldığını belirtenlerin oranı yerli turistlere kıyasla oldukça yüksektir. Seyahatlerini ağırlıklı olarak bireysel şekilde organize eden katılımcıların tatil için Fethiye’yi tercih etmelerindeki en önemli iki neden yöredeki turistik üne sahip tatil beldelerini görmek ve Fethiye’deki doğal güzellikler ile tarihi çekicilikleri keşfetmek olduğu tespit edilmiştir. Yerli turistler tatil yapmak için Fethiye’ye gelirken ağırlıklı olarak Fethiye hakkında bilgi sahibi olma isteğinden motive olurken, yabancı turistlerin ise ağırlıklı olarak arkadaşlarının tavsiyelerinden motive oldukları gözlenmektedir.

Katılımcıların son Fethiye seyahatlerinde memnuniyetsizlik yaratan detaylar incelendiğinde yerli ve yabancı turistler arasında önemli farklılıklar göze çarpmaktadır. Buna göre yerli turistler Fethiye’de konakladıkları süre boyunca en çok yöredeki kalabalık ve trafik sıkışıklığından memnuniyetsizlik yaşadıklarını belirtmiştir. Yabancı turistlerin ise Fethiye tatilleri süresince en çok memnuniyetsizlik yaşadıkları konular yerel halk ile olan iletişim ve Fethiye’de konakladıkları süre zarfında çeşitli şekillerde alışveriş yapmaya zorlanmayla ilgili olduğu tespit edilmiştir. Bunun yanında herhangi bir memnuniyetsizlik yaşamadığını bildiren yabancı turistlerin oranının yerli turistlerden daha yüksek olduğu da tespit edilen bir diğer önemli sonuçtur.

**Tablo 2: Katılımcıların Fethiye’deki Tatil Organizasyonu ve Tatil Deneyimlerine İlişkin Dağılımlar**

	Yerli		Yabancı			Yerli		Yabancı	
	n	%	n	%		n	%	n	%
<b>Konaklama Süresi</b>					<b>Konaklama Yeri</b>				
1-5 Gün	302	50,0	52	9,2	Aile-Akraba Evi	46	7,6	35	6,2
6-10 Gün	182	30,1	159	28,2	Arkadaşımın Evi	24	4,0	6	1,1
11-15 Gün	37	6,1	245	43,4	Apart Ev / Villa	56	9,3	64	11,3
16-20 Gün	14	2,3	36	6,4	Kamp Yeri	14	2,3	5	0,9
21 Gün ve Üzeri	69	11,4	72	12,8	Hostel / Pansiyon	48	7,9	17	3,0
<b>Uygun Konak. Süresi</b>					5 Yıldızlı Otel	144	23,8	130	23,0
1-5 Gün	211	34,9	43	7,6	4 veya Daha Az Y. Otel	272	45,0	307	54,4
6-10 Gün	243	40,2	133	23,6	<b>Ziyaret Sayısı</b>				
11-15 Gün	83	13,7	200	35,5	İlk Kez	201	33,3	217	38,5
16-20 Gün	23	3,8	60	10,6	İkinci	138	22,8	74	13,1
21 Gün ve Üzeri	44	7,3	128	22,7	Üçüncü ve üzeri	265	43,9	273	48,4
<b>Tekrar Ziyaret Niyeti</b>					<b>Ulaşım Şekli</b>				
Evet	383	63,4	415	73,6	Uçak	139	23,0	546	96,8
Hayır	66	10,9	53	9,4	Otobüs	249	41,2	10	1,8
Fikrim Yok	155	25,7	96	17,0	Özel Otomobil	216	35,8	8	1,4
<b>Yıllık Tatil Bütçesi</b>					<b>Eşlik Eden</b>				
1000 TL ve Altı	43	7,1	27	4,8	Yalnız	94	15,6	60	10,6
1001–2000 TL Arası	102	16,9	18	3,2	Ailemle	364	60,3	419	74,3
2001–3000 TL Arası	111	18,4	44	7,8	Arkadaşlarımla	146	24,2	85	15,1
3001–4000 TL Arası	75	12,4	73	12,9	<b>Fethiye Tatili Bütçesi (TL)</b>				
4001 TL ve üzeri	273	45,2	402	71,3	1000 ve Altı	62	10,3	32	5,7
<b>Motivasyon</b>					1001–2000	152	25,2	31	5,5
Tanıma İsteği	245	40,6	146	25,9	2001–3000	113	18,7	57	10,1
Yakın Olması	38	6,3	11	2,0	3001–4000	64	10,6	93	16,5
Uygun Tatil Maliyetleri	86	14,2	87	15,4	4001 ve Üzeri	213	35,3	351	62,2
Alışveriş Yapmak	5	0,8	32	5,7	<b>Bilgi Alınan Kaynak</b>				
Arkadaş Tavsiyesi	123	20,4	153	27,1	Yerel Tur Firmaları	34	5,6	15	2,7
Doğası ve Tarihi	58	9,6	86	15,2	Konaklanan Otel	16	2,6	159	28,2
Tatil Aktiviteleri	20	3,3	-	-	Çeşitli Medya Organları	50	8,3	13	2,3
Reklam ve Tanıtımlar	13	2,2	16	2,8	İnternet	266	44,0	221	39,2
Filmler	16	2,6	3	0,5	Tanıdıklarım	199	32,9	149	26,4
Aile/Arkadaş Ziyareti	-	-	30	5,3	Tanıtım Broşürleri	39	6,5	7	1,2

Memnuniyetsizlik					Organizasyon Şekli				
Yerel Halk ile İletişim	64	10,6	92	16,3	Bireysel	356	58,9	313	55,5
Kalabalık ve Trafik	180	29,8	58	10,3	Paket Tur	248	41,1	251	44,5
Yönlendirme	26	4,3	33	5,9	<b>Tercih Nedeni</b>				
Yerel Tur Çalışanları	12	2,0	4	0,7	Ünlü Tatil Beld. Görmek	215	35,6	254	45,0
Yerel Tur Firmaları	9	1,5	-	-	Doğal/Tarihi Çekicilikler	262	43,4	154	27,3
Yerel Yiyecekler	30	5,0	20	3,5	Alışveriş	12	2,0	33	5,9
Tatil Maliyetleri	115	19,0	37	6,6	İş Seyahati	8	1,3	6	1,1
Çevre Kirliliği	33	5,5	-	-	Kültürel Etkinlikler	26	4,3	-	-
Konaklama	20	3,3	-	-	Festival ve Organizasyonlar	27	4,5	3	0,5
İklim Koşulları	8	1,3	-	-	Popülarite	24	4,0	-	-
Yok	92	15,2	213	37,8	Gurme Turu	4	0,7	2	0,4
Altyapı Eksiklikleri	15	2,5	-	-	Arkadaşlarımı/Ailemi Gör.	26	4,3	42	7,4
Göçmen Politikaları	-	-	13	2,3	Evlenmek	-	-	5	0,9
Vize Alma Zorluğu	-	-	17	3,0	Rahatlamak/Dinlenmek	-	-	52	9,2
Alışverişe Zorlanmak	-	-	77	13,7	Tekne Gezisi Yapmak	-	-	5	0,9
					Paraşütle Atlamak	-		8	1,4

Araştırma kapsamında kullanılan ölçme araçlarının geçerlilik ve güvenilirliklerini belirlemek için açıklayıcı faktör analizi ve güvenilirlik analizi uygulanmıştır. Açıklayıcı faktör analiziyle belirlenen faktörlere ait istatistikler ve her bir faktör altındaki maddelere ilişkin ortalamalar Tablo-3'te özetlenmiştir.

**Tablo 3: Ölçme Araçlarına İlişkin Temel Bileşenler Faktör Analizi ve Güvenilirlik Analizi Sonuçları**

	YERLİ TURİSTLER					YABANCI TURİSTLER					
	Öz Değer	Faktör yükü	%Varyans	Alpha	$\bar{x}$	Öz Değer	Faktör yükü	%Varyans	Alpha	$\bar{x}$	
<b>MS</b>	<b>9,702</b>		<b>20,588</b>	<b>0,898</b>	<b>4,09</b>	<b>MS</b>	<b>8,617</b>		<b>19,820</b>	<b>0,882</b>	<b>4,13</b>
MS5		<b>0,797</b>			4,14	MS3		<b>0,816</b>			4,40
MS4		<b>0,755</b>			3,73	MS1		<b>0,794</b>			4,33
MS6		<b>0,709</b>			3,98	MS2		<b>0,793</b>			4,34
MS1		<b>0,669</b>			4,21	MS5		<b>0,658</b>			4,31
MS3		<b>0,629</b>			4,30	MS4		<b>0,639</b>			3,71
MS2		<b>0,620</b>			4,21	MS6		<b>0,554</b>			3,93
<b>AK</b>	<b>1,425</b>		<b>18,201</b>	<b>0,886</b>	<b>3,86</b>	<b>AK</b>	<b>2,087</b>		<b>18,084</b>	<b>0,861</b>	<b>4,05</b>
AK2		<b>0,805</b>			3,92	AK4		<b>0,787</b>			4,16
AK1		<b>0,780</b>			3,83	AK1		<b>0,777</b>			4,04
AK3		<b>0,732</b>			4,05	AK2		<b>0,758</b>			4,14
AK5		<b>0,631</b>			3,47	AK3		<b>0,609</b>			4,02
AK4		<b>0,566</b>			4,05	AK5		<b>0,506</b>			3,90
<b>MF</b>	<b>1,210</b>		<b>17,054</b>	<b>0,729</b>	<b>4,13</b>	<b>MF</b>	<b>1,281</b>		<b>15,782</b>	<b>0,822</b>	<b>3,97</b>
MF4		<b>0,781</b>			4,31	MF2		<b>0,809</b>			4,07
MF2		<b>0,725</b>			4,44	MF3		<b>0,786</b>			4,08
MF3		<b>0,660</b>			4,22	MF1		<b>0,773</b>			3,77
MF1		<b>0,656</b>			3,56	MF4		<b>0,680</b>			3,97

<b>MÇ</b>	<b>1,072</b>		<b>11,202</b>	<b>0,822</b>	<b>3,99</b>	<b>MÇ</b>	<b>1,006</b>		<b>11,267</b>	<b>0,740</b>	<b>3,85</b>
MÇ2		<b>0,730</b>			4,24	MÇ2		<b>0,667</b>			4,28
MÇ5		<b>0,621</b>			4,06	MÇ1		<b>0,601</b>			4,19
MÇ1		<b>0,600</b>			4,04	MÇ5		<b>0,562</b>			3,90
MÇ4		<b>0,506</b>			3,64	MÇ3		<b>0,556</b>			3,84
MÇ3		<b>0,437</b>			3,98	MÇ4		<b>0,473</b>			3,04
<b>Toplam</b>			<b>67,045</b>	<b>0,939</b>	<b>4,02</b>	<b>Toplam</b>			<b>64,953</b>	<b>0,923</b>	<b>4,00</b>
<b>KMO: 0,939, P=0,000</b>						<b>KMO: 0,936, P=0,000</b>					
<b>MM</b>	<b>3,932</b>		<b>78,649</b>	<b>0,930</b>	<b>4,10</b>	<b>MM</b>	<b>3,76</b>		<b>75,314</b>	<b>0,904</b>	<b>4,32</b>
MM4		<b>0,901</b>			4,19	MM4		<b>0,901</b>			4,41
MM3		<b>0,898</b>			4,19	MM5		<b>0,900</b>			4,41
MM2		<b>0,896</b>			3,98	MM3		<b>0,896</b>			4,38
MM5		<b>0,877</b>			4,18	MM2		<b>0,865</b>			4,39
MM1		<b>0,861</b>			3,96	MM1		<b>0,770</b>			3,98
<b>KMO: 0,878, P=0,000</b>						<b>KMO: 0,876, P=0,000</b>					
<b>MT</b>	<b>3,964</b>		<b>79,283</b>	<b>0,935</b>	<b>3,85</b>	<b>MT</b>	<b>4,08</b>		<b>81,598</b>	<b>0,943</b>	<b>3,79</b>
MT3		<b>0,918</b>			3,80	MT3		<b>0,921</b>			3,78
MT4		<b>0,916</b>			3,77	MT4		<b>0,917</b>			3,71
MT2		<b>0,904</b>			3,78	MT2		<b>0,904</b>			3,78
MT5		<b>0,891</b>			3,78	MT5		<b>0,898</b>			3,68
MT1		<b>0,819</b>			4,11	MT1		<b>0,874</b>			3,98
<b>KMO: 0,902, P=0,000</b>						<b>KMO: 0,904, P=0,000</b>					

Araştırmaya katılan yerli turistlerin Fethiye destinasyonu marka farkındalığına ve marka çağrışımına yönelik algılarının ortalaması yabancı turistlere kıyasla daha yüksek olduğu görülmektedir. Öte yandan yabancı turistlerin ise Fethiye destinasyonu algılanan marka kalitesine ve marka sadakatine yönelik algılarının ortalaması yerli turistlere kıyasla daha yüksektir. Katılımcıların Fethiye destinasyonu marka memnuniyetine yönelik algılarının ortalaması incelendiğinde yabancı turistlerin ortalamasının yerli turistlere kıyasla daha yüksek olduğu görülmektedir. Fethiye'yi ziyaret eden yerli turistlerin Fethiye destinasyonu marka tercihinine yönelik algılarının ortalaması ise yabancı turistlere kıyasla daha yüksek olduğu görülmektedir.

Ölçme araçlarına sonucunda uygulanan açıklayıcı faktör analizi elde edilen KMO örneklem yeterliliği sonuçları ile küresellik testi sonucunda elde edilen ki-kare değerinin anlamlılığı sonucunda verilerin faktör analizi yapmaya uygun olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Field, 2009: 647). Yapılan analizlerde birden fazla boyut altında yer aldığı gözlenen marka denkliği altındaki bir madde, marka memnuniyeti altındaki iki ifade ve marka tercihi altındaki bir ifade her iki veri grubunda da analizden çıkarılmıştır. Tekrarlanan analiz sonucuna göre Fethiye destinasyonu tüketici temelli marka denkliğini ölçmek için kullanılan ölçek gerek yerli gerekse yabancı turistler tarafından; marka farkındalığı, marka çağrışımları, algılanan kalite ve marka sadakati şeklinde 4 alt boyuttan oluştuğu gözlenmiştir. Destinasyon marka memnuniyeti ve marka tercihinine yönelik kullanılan ölçme aracı da her iki veri grubu için tek boyuttan oluştuğu görülmektedir. Yapılan güvenilirlik analizine göre kullanılan ölçme araçlarının genel güvenilirlikleri de her iki veri seti için yüksek düzeyde güvenilir olduğu görülmüştür (Kalaycı, 2014: 405).

Destinasyon pazar bölümlendirmesinde kullanılan yaygın ve etkili tekniklerden biri kümeleme analizidir (Steenkamp ve Hofstede, 2002). Araştırma kapsamında Fethiye'de tatil yapan yerli ve yabancı turistlerin kümeleme analizi ile gruplandırılması gerçekleştirilmiştir. Seçilen örneğin 250'den büyük olması, katılımcıların demografik özellikleri, tatil deneyimleri ve araştırmada kullanılan ölçme araçları gibi faktörler değerlendirilmiş kümeleme analizi yapılırken k-ortalamlar yöntemi tercih edilmiştir (Mazanec, 1984). Bu yöntemde en uygun küme sayısının hem yerli hem de yabancı turistlerin yer aldığı veriler için 4 olduğu gözlenmiştir. Katılımcılara uygulanan kümeleme analizi sonucunda belirlenen küme merkezlerinin birbirlerinden uzaklıkları Tablo-4'te özetlenmiştir.

**Tablo 4: Küme Merkezlerinin Birbirlerinden Uzaklıkları**

	Yerli Turistler			
	1.Küme	2.Küme	3.Küme	4.Küme
1.Küme	-	4,384	5,495	6,198
2.Küme	4,384	-	4,966	3,285
3.Küme	5,495	4,966	-	4,194
4.Küme	6,198	3,285	4,914	-
	Yabancı Turistler			
	1.Küme	2.Küme	3.Küme	4.Küme
1.Küme	-	5,230	3,058	5,302
2.Küme	5,230	-	5,658	6,888
3.Küme	3,058	5,658	-	4,629
4.Küme	5,302	6,888	4,629	-
	Bütün Katılımcılar			
	1.Küme	2.Küme	3.Küme	4.Küme
1.Küme	-	5,271	4,289	4,715
2.Küme	5,271	-	3,751	3,684
3.Küme	4,289	3,751	-	3,349
4.Küme	4,715	3,684	3,349	-

Kümeleme analizi sonuçlarına göre yerli turistlerde birbirine en uzak kümeler 1. ve 4. Kümeler iken en yakın kümeler ise 2. ve 4. kümeler olduğu tespit edilmiştir. Yabancı turistlerde birbirine en uzak kümeler 2. ve 4. kümeler iken en yakın kümeler ise 1. ve 3. kümelerdir. Katılımcıların tamamında ise 1. ve 2. Kümeler birbirlerine en uzak küme iken, 3. ve 4. Kümeler ise birbirlerine en yakın kümeler olarak gözlenmektedir. Kümeleme analiziyle belirlenen turist grupları yorumlanırken, analiz çıktısında anova tablosu üzerinde olasılık değeri %5'ten küçük ( $p \leq 0.05$ ) olan değişkenler dikkate alınmış, diğer değişkenler analizden çıkarılmıştır.

Araştırmaya katılan 604 yerli turistin kümeleme analiziyle belirlenen pazar bölümleri tablo-5'te özetlenmiştir. Buna göre destinasyon marka denkliliğine yönelik algılarının ortalaması en yüksek olan kümenin 3. küme olduğu, en düşük ortalamaya sahip kümenin ise 1.küme olduğu tespit edilmiştir. Öte yandan yerli turistlerin marka memnuniyeti ve marka tercihi açısından da en yüksek ortalamaya sahip olan küme 3. Küme iken en düşük ortalama 1. Kümeye aittir. Yerli turistlere ait kümeler belirlenirken katılımcıların destinasyon marka denkliliğine yönelik ortalamaları dikkate alınmış ve 1. küme "*Kalite Arayışındakiler*", 2. kümeye "*Yakın Takipçiler*", 3. kümeye "*Fethiye'den Vazgeçmeyenler*", 4. kümeye ise "*İmaj Odaklılar*" şeklinde isimlendirilmiştir.

Kümeler arasında gözlenen demografik özelliklere bakıldığında her bir kümenin medeni durum ve eğitim durumu bakımından benzer olduğu görülmektedir. Ancak 3.kümenin ağırlıklı olarak erkek, 26-35 yaş arası, 2.001-4.000 TL arası aylık kişisel gelire sahip ve işçi olarak çalışan bireyler olduğu görülmektedir. Bunun yanında 1.kümenin ise ağırlıklı olarak kadın, 18-25 yaş arası, aylık geliri 2.000TL veya altında ve öğrencilerden oluştuğu tespit edilmiştir. Kümeler arasında gözlenen Fethiye seyahatlerine ilişkin farklılıklar incelendiğinde 1.kümede yer alan yerli turistlerin ağırlıklı olarak 1-5 gün arası konaklama gerçekleştirdikleri ve yine 1-5 gün arası konaklamayı yeterli gördükleri anlaşılmaktadır. Ayrıca 1.kümede yer alan bireylerin yıllık tatil bütçelerinin ve Fethiye tatili bütçelerinin de 1.000TL veya altında olduğu, 4 veya daha az yıldızlı otellerde konakladıkları ve Fethiye'ye ilk kez geldikleri görülmektedir. Öte yandan 3. Kümede yer alan bireylerin ise 21 gün ve üzeri konaklama gerçekleştirdikleri fakat yörede 6-10 gün süreyle konaklamayı yeterli gördükleri anlaşılmaktadır. 3. Kümedeki bireylerin mevcut seyahatlerinin 3. veya daha fazla sayıdaki ziyaretleri olduğu, yıllık tatil bütçelerinin ve Fethiye tatili bütçelerinin 4.001TL ve üzeri olduğu ve apart evlerde veya villalarda konaklama gerçekleştirdikleri görülmektedir.

**Tablo 5: Yerli Turistlere Uygulanan Kümeleme Analizine İlişkin Detaylar**

	Yerli Turistler			
	1.Küme (n=53)	2.Küme (n=208)	3.Küme (n=117)	4.Küme (n=226)
Marka Farkındalığı	3,58	4,22	4,46	4,01
Marka Çağrışımı	3,28	4,17	4,31	3,84
Algılanan Kalite	3,28	4,13	4,10	3,63
Marka Sadakati	3,42	4,28	4,44	3,89
Marka Memnuniyeti	3,33	4,34	4,38	3,91
Marka Tercih	3,08	4,09	4,25	3,60
Cinsiyet	Kadın (%52,8)	Kadın (%63,5)	Erkek (%56,4)	Erkek (%54,4)
Medeni Durum	Bekar (%75,5)	Evli (%55,8)	Bekar (%57,3)	Evli (%61,1)
Yaş	18-25 (%66)	26-35 (%26,9)	26-35(%32,5)	26-35 (%41,2)
Eğitim Durumu	Üniversite (%56,6)	Üniversite (%58,7)	Üniversite (%57,3)	Üniversite (%64,2)
Aylık Gelir (TL)	≤ 2.000 (%60,4)	2.001-4.000 (%55,8)	2.001-4.000 (%42,7)	8.001 ≥ (%26,1)
Meslek	Öğrenci (%62,3)	İşçi (%39,9)	İşçi (%49,6)	İşçi (%46,5)
Organizasyon şekli	Bireysel (%83,0)	Paket Tur (%66,3)	Bireysel (%96,6)	Bireysel (%57,1)
Ziyaret Sayısı	İlk (%39,6)	İlk (%41,3)	3 veya üzeri (%68,4)	3 veya üzeri (%41,2)
Ulaşım Şekli	Özel Oto. (%47,2)	Otobüs (%53,8)	Özel Oto. (%51,3)	Özel Oto. (%36,7)
Konaklama Yeri	4 veya daha az yıldızlı otel (%20,8)	4 veya daha az yıldızlı otel (%69,7)	Apart ev-Villa (36,8)	4 veya daha az yıldızlı otel (%51,3)
Tekrar Ziyaret Niyeti	Evet (%49,1)	Evet (%68,8)	Evet (%82,9)	Evet (%51,8)
Birlikte Geline Kişi	Ailemle (%54,7)	Ailemle (%62,5)	Ailemle (%49,6)	Ailemle (%65,0)
Konaklama Süresi	1-5 gün (%62,3)	1-5 gün (%70,2)	21 gün veya üzeri (38,5)	1-5 gün (%44,7)
Uygun Konak. Sür.	1-5 gün (%54,7)	6-10 gün (%43,3)	6-10 gün (%27,4)	6-10 gün (%46,5)
Yıllık Tatil Bütçesi (TL)	≤ 1.000 (%35,8)	2.001-3.000 (%33,2)	4.001 ≥ (%39,3)	4.001TL ≥ (%82,3)
Fethiye Tatil Bütçesi (TL)	≤ 1.000 (%43,4)	1.001-2.000 (%38,9)	4.001 ≥ (%30,8)	4.001TL ≥ (%64,6)

Araştırmaya katılan 564 yabancı turistin kümeleme analiziyle belirlenen pazar bölümleri tablo-6'da özetlenmiştir. Destinasyon marka denkliği boyutlarından marka farkındalığı, marka çağrışımı, algılanan kalite ve marka sadakati boyutlarına yönelik algılarının ortalaması en yüksek kümenin 4., en düşük kümenin ise 1.küme olduğu belirlenmiştir. Benzer şekilde katılımcıların destinasyon marka memnuniyeti ve marka tercihine yönelik algılarının ortalaması en yüksek olan küme 4., en düşük olan küme ise 1. Kümedir. Kümeleme analizinde destinasyon marka denkliğini oluşturan boyutların yerli turistler tarafından algılanış biçimi dikkate alınmış ve 1. küme "*Kalite Arayışındakiler*", 2. küme, "*İmaj Odaklılar*", 3. küme "*Yakın Takipçiler*", 4. küme ise "*Fethiye'den Vazgeçmeyenler*" şeklinde isimlendirilmiştir. Kümelerin demografik özellikleri incelendiğinde 1. ve 4. Kümeler arasında farklılık görülmezken, tatil organizasyonları ve tatil deneyimlerine göre birtakım farklılıklar gözlenmiştir. Buna göre 1. Kümede yer alan yabancı turistler ağırlıklı olarak seyahatlerini paket tur ile gerçekleştirirken 4. Kümede yer alan turistler ise bireysel şekilde organize etmiştir. Öte yandan 1. Kümede yer alan yabancı turistlerin çoğunluğunun yöreye ilk kez geldiği görülmekteyken, 4. Kümede yer alan yabancı turistlerin ise son seyahatlerinin yöreye gerçekleştirdikleri 3. veya daha fazla sayıdaki ziyaret olduğu gözlenmiştir.

Konaklama yeri bakımından kümeler arası farklılıklara bakıldığında 1. Kümede yer alan bireyler ağırlıklı olarak 4 veya daha az yıldızlı otellerde konaklama gerçekleştirirken, 4. Kümede yer alan bireyler ise çoğunlukla apart ev veya villalarda konakladıkları görülmüştür. Öte 1. Kümede yer alan yabancı turistlerin Fethiye'de ağırlıklı olarak 6-10 gün arası konaklama gerçekleştirdikleri ve 11-15 gün arası konaklamayı uygun gördükleri tespit edilirken 4. Kümedeki bireyler ise hem daha uzun süre konaklama gerçekleştirmiş hem de yörede daha uzun süre konaklamayı uygun görmüşlerdir. Öte yandan 2. ve 3. kümeler arası farklılıklar incelendiğinde marka denkliği, marka memnuniyeti ve marka tercihine yönelik algılarının ortalaması daha düşük olan kümenin ağırlıklı olarak



bekar, 18-25 yaş arası, 2.001-4.000 TL arası aylık kişisel geliri bulunan, Fethiye'ye ilk defa gelmiş ve 6-10 gün arası konaklama gerçekleştirmiş bireyler olduğu gözlenmiştir. Bu bireylerin yıllık tatil bütçeleri 4.001 TL ve üzerinde olmasına rağmen Fethiye seyahatleri için çoğunlukla 1.000 TL ve altında bütçe ayırdıkları tespit edilmiştir. Bunun yanında 3. Kümede yer alan yabancı turistlerin ise ağırlıklı olarak evli, 56 veya daha yukarı yaşta, işçi, Fethiye'ye daha önce en az iki defa gelmiş ve yörede 21 günden daha uzun süreyle konaklama isteğinde oldukları görülmektedir.

**Tablo 6: Yabancı Turistlere Uygulanan Kümeleme Analizine İlişkin Detaylar**

Yabancı Turistler				
	1.Küme (n=230)	2.Küme (n=61)	3.Küme (n=179)	4.Küme (n=94)
Marka Farkındalığı	3,63	3,85	4,25	4,36
Marka Çağrışımları	3,54	3,74	4,08	4,25
Algılanan Kalite	3,87	3,89	4,27	4,18
Marka Sadakati	3,88	3,92	4,44	4,51
Marka Memnuniyeti	4,09	4,11	4,55	4,55
Marka Tercih	3,39	3,71	4,16	4,11
Cinsiyet	Kadın (%53,0)	Kadın (%63,9)	Kadın (%63,7)	Kadın (%68,1)
Medeni Durum	Evli (%66,5)	Bekar (%86,9)	Evli (%73,2)	Evli (%57,4)
Yaş	46-55 (%28,7)	18-25 (%75,4)	56 veya üzeri (%46,9)	46-55 (%34,0)
Eğitim Durumu	Üniversite(%66,1)	Üniversite (%62,3)	Üniversite (%65,3)	Üniversite(%55,3)
Aylık Gelir (TL)	8.001 ≥ (%63)	2.001-4.000(%52,5)	8.001 işçi (%68,2)	8.001 ≥ (%58,5)
Meslek	İşçi (%54,3)	Öğrenci (%62,3)	İşçi (%33,8)	İşçi (%48,9)
Organizasyon şekli	Paket Tur (%65,2)	Bireysel (%54,1)	Bireysel (%59,2)	Bireysel (%100)
Ziyaret Sayısı	İlk (%64,3)	İlk (%59,0)	3 ≥ (%76,0)	3 ≥ (%86,2)
Ulaşım Şekli	Uçak (%97,4)	Uçak (%91,8)	Uçak (%98,9)	Uçak (%97,4)
Konaklama Yeri	4 veya daha az yıldızlı otel (%62,2)	4 veya daha az yıldızlı otel (%49,2)	4 veya daha az yıldızlı otel (%74,9)	Apartment ev-Villa (%56,4)
Tekrar Ziyaret Niyeti	Evet (%53,0)	Evet (%63,9)	Evet (%76,0)	Evet (%61,7)
Birlikte Gelinen Kişi	Ailemle (%80,9)	Ailemle (%62,5)	Ailemle (%49,6)	Ailemle (%65,0)
Konaklama Süresi	6-10 gün (%42,6)	6-10 gün (%36,1)	11-15 gün (%58,1)	21 gün veya üzeri (%41,5)
Uygun Konak. Süresi	11-15 gün (%45,2)	6-10 gün (%36,1)	21 gün veya üzeri (%38,5)	21 gün veya üzeri (%54,3)
Yıllık Tatil Bütçesi (TL)	4.001 ≥ (%78,3)	4.001 ≥ (%31,1)	4.001 ≥ (%76,0)	4.001 ≥ (%71,3)
Fethiye Tatil Bütçesi (TL)	4.001 ≥ (%66,5)	≤ 1.000 (%29,5)	4.001 ≥ (%68,7)	4.001 ≥ (%62,8)

Araştırmaya katılan 1.168 turistin tamamı kümeleme analiziyle pazar bölümlerine ayrılmış ve sonuçlar Tablo-7'de özetlenmiştir. Analiz sonuçlarına göre destinasyon marka denkliği, marka memnuniyeti ve marka tercihinin yönelik algılarının ortalaması en düşük olan küme 1., en yüksek olan küme ise 3. Küme olduğu tespit edilmiştir. Kümeleme analizinde destinasyon marka denkliğini oluşturan boyutların katılımcılar tarafından algılanış biçimine göre 1. küme "Kalite Arayışındaki", 2. küme, "Yakın Takipçiler", 3. küme "Fethiye'den Vazgeçmeyenler", 4. küme ise "İmaj Odaklılar" şeklinde isimlendirilmiştir. Kümeler arasındaki demografik farklılıklara bakıldığında 1.kümede yer alan turistlerin ağırlıklı olarak yerli, erkek, bekar, 18-25 yaş aralığında, öğrenci, 2.000 TL ve altında aylık kişisel geliri bulunan bireyler olduğu gözlenmiştir. Kümede yer alan katılımcıların ise çoğunluğunun yabancı, kadın, evli, 46-55 yaş arası, 8.001 TL ve üzeri aylık kişisel geliri bulunan ve halihazırda işçi olarak çalışan bireyler olduğu gözlenmektedir.

Katılımcıların tatil organizasyon biçimleriyle tatil deneyimleri arasındaki farklılıklar incelendiğinde 1.kümede yer alan turistlerin yöreye ilk kez geldikleri, ulaşımında otobüsü tercih ettikleri, 1-5 gün arası konaklama

gerçekleştirdikleri, yıllık tatil bütçelerinin ve Fethiye tatili bütçelerinin 1.000 TL veya daha az olduğu gözlenmiştir. 3. Kümede yer alan turistlerin ise Fethiye'ye daha önce en az 2 defa geldikleri, ulaşımında uçağı tercih ettikleri, 21 gün veya daha uzun süreyle Fethiye'de konaklama gerçekleştirdikleri, yıllık tatil bütçelerinin ve Fethiye tatili için ayırdıkları bütçenin ise 4.001 TL ve üzeri olduğu tespit edilmiştir. Öte yandan 2. ve 4. Kümeler arasındaki farklılıklara bakıldığında marka denkliği, marka memnuniyeti ve marka tercihiye yönelik ortalamaların daha yüksek olduğu 2. kümenin ağırlıklı olarak yerli turistlerden oluştuğu, çoğunluğunun kadın, bekar, 18-25 yaş arasında, işçi olarak çalışan bireyler olduğu belirlenmiştir. Fethiye'de 1-5 gün arası konaklayan bu bireylerin 2.001-3.000 TL arası yıllık tatil bütçelerinin olduğu, Fethiye tatilleri için ise 1.001-2.000 TL arası bütçe ayırdıkları tespit edilmiştir.

**Tablo 7: Katılımcıların Tamamına Uygulanan Kümeleme Analizine İlişkin Detaylar**

	Yerli ve Yabancı Turistler			
	1.Küme (n=98)	2.Küme (n=268)	3.Küme (n=302)	4.Küme (n=500)
Marka Farkındalığı	3,63	4,22	4,44	3,82
Marka Çağrışımı	3,37	4,12	4,28	3,71
Algılanan Kalite	3,37	4,15	4,22	3,81
Marka Sadakati	3,49	4,30	4,53	3,91
Marka Memnuniyeti	3,51	4,35	4,56	4,04
Marka Tercihi	3,16	4,10	4,29	3,51
Cinsiyet	Erkek (%54,1)	Kadın (%63,4)	Kadın (%60,9)	Kadın (%50,8)
Medeni Durum	Bekar (%79,6)	Bekar (%51,1)	Evli (%59,9)	Evli (%65,0)
Yaş	18-25 (%65,3)	18-25 (%28,0)	46-55 (%28,5)	26-35 (%30,8)
Eğitim Durumu	Üniversite (%60,2)	Üniversite (%59,0)	Üniversite (%54,3)	Üniversite (%65,0)
Aylık Gelir (TL)	≤ 2.000 (%49,0)	2.001-4.000 (%48,9)	8.001 ≥ (%46,4)	8.001 ≥ (%49,8)
Meslek	Öğrenci (%52,0)	İşçi (%30,2)	İşçi (%43,0)	İşçi (%50,4)
Uyruk	Türk (%78,6)	Türk (%72,4)	Yabancı (%62,6)	Yabancı (%56,0)
Organizasyon şekli	Bireysel (%82,7)	Paket Tur (%58,2)	Bireysel (%87,4)	Paket Tur (%57,6)
Ziyaret Sayısı	İlk (%48,0)	3 veya üzeri (%39,2)	3 veya üzeri (%83,4)	İlk (%48,8)
Ulaşım Şekli	Otobüs (%40,8)	Uçak (%42,2)	Uçak (%68,5)	Uçak (%68,2)
Konaklama Yeri	Apart ev-Villa (%20,4)	4 veya daha az yıldızlı otel (%67,5)	Apart Ev-Villa (%29,5)	4 veya daha az yıldızlı otel (%62,6)
Tekrar Ziyaret Niyeti	Evet (%48,0)	Evet (%73,1)	Evet (%89,7)	Evet (%56,8)
Birlikte Geline Kişi	Ailemle (%46,9)	Ailemle (%66,4)	Ailemle (%61,9)	Ailemle (%74,4)
Konaklama Süresi	1-5 gün (%62,2)	1-5 gün (%53,4)	21 gün ≥ (%37,7)	6-10 gün (%39,6)
Uygun Konak. Süresi	1-5 gün (%58,2)	6-10 gün (%41,8)	21 gün ≥ (%46,4)	6-10 gün (%38,8)
Yıllık Tatil Bütçesi (TL)	1.000 (%37,4)	2.001-3.000 (%29,5)	4.001 ≥ (%69,5)	4.001 ≥ (%78,8)
Fethiye Tatili	1.000 (%42,9)	1.001-2.000 (%35,8)	4.001 ≥ (%60,3)	4.001 ≥ (%65,4)
Bütçesi (TL)				

Yerli ve yabancı turistlere ayrı ayrı yapılan kümeleme analizi ile yöreyi ziyaret eden turistlerin tamamının bir arada gruplandırıldığı analiz sonuçlarına göre temel araştırma hipotezi kabul edilmiştir. Buna göre Fethiye'yi ziyaret eden turistler, destinasyon marka denkliği, marka memnuniyeti ve marka tercihi algılarına göre doğal kümelere ayrılmaktadır.

## 5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Araştırmaya katılan yerli ve yabancı turistlerin cinsiyet, medeni durum ve meslek grubu bakımından birbirine benzer olduğu, yerli turistlerin yaş ortalamasının yabancı turistlere göre daha düşük olduğu, yabancı turistlerin daha yüksek eğitim ve gelir seviyesine sahip olduğu tespit edilmiştir. Fethiye'yi ziyaret eden yerli turistlerin yörede konaklama gerçekleştirdikleri sürenin yabancı turistlere kıyasla daha düşük ortalamaya sahip olduğu, yabancı turistlerin yerli turistlere kıyasla Fethiye'de tatil yapmak için daha uzun süre konaklamayı yeterli gördükleri belirlenmiştir. Öte yandan yabancı turistlerden son Fethiye seyahatlerini paket tur ile gerçekleştirenlerin ve gelecek bir yıllık sürede Fethiye'de yeniden tatil yapmayı planlayanların oransal olarak yerli turistlerden daha fazla olduğu gözlenmektedir.

Hem yerli hem de yabancı turistlerin ağırlıklı olarak 4 veya daha az yıldızlı otellerde konaklama gerçekleştirdikleri ve ağırlıklı olarak Fethiye'ye aileleri ile beraber geldikleri görülmektedir. Yerli turistlerin Fethiye'ye ulaşımında çoğunlukla otobüsü, yabancı turistlerin ise uçağı tercih ettikleri görülmekte iken bir liman kenti potansiyeli taşıyan Fethiye'ye; araştırmaya katılan turistlerden deniz yolu ile gelen turistin olmaması yöre turizmi açısından dikkat çekici altyapı eksikliği olarak görülmüştür. Öte yandan araştırmaya katılan çoğu yerli turistlerin araştırmaya katıldıkları tarih itibarıyla mevcut seyahatlerinin yöreye yaptıkları üçüncü veya daha yukarı bir seyahat olduğu gözlenmekte iken yabancı turistlerden ilk defa Fethiye'ye gelenlerin sayısı oransal olarak yabancıardan daha yüksektir. Katılımcıların kişisel olarak belirledikleri yıllık tatil bütçeleri ve Fethiye tatilleri için belirlemiş oldukları tatil bütçeleri incelendiğinde yabancı turistlerin yerli turistlere kıyasla daha yüksek bütçe ayırmış oldukları belirlenmiştir.

Katılımcıların Fethiye'yi ağırlıklı olarak turistik üne sahip tatil beldelerini görmek, yöredeki doğal güzellikleri ve tarihi yerleri görmek için tercih ettikleri görülmektedir. Yabancı turistlerin ise yerli turistlerden farklı olarak rahatlayıp dinlenmek, tekne gezisi yapmak, paraşütle atlamak, evlenmek için özellikle Fethiye'yi tercih ettikleri görülmektedir. Yabancı turistlerde gözlenen bu farklılık, Fethiye'nin yamaç paraşütü ile dünya çapında üne sahip Ölüdeniz beldesinde yer alan Babadağ'ın marka bilinirliğinin ön planda olduğu şekilde yorumlamak mümkündür. Ancak sadece bu sebeple tercih eden sayısının oldukça düşük olması bu alanda yerel turizm işletmelerinin ve yerel yönetimlerin daha fazla marka bilinirliği çalışmalarına ağırlık vermeleri gerektiğini işaret etmektedir. Tatil için Fethiye'yi tercih eden yerli turistlerin ağırlıklı olarak Fethiye'yi tanıma isteğinden motive oldukları, yabancı turistlerin ise çoğunlukla arkadaşlarının tavsiyesinden motive olarak Fethiye'ye geldikleri görülmektedir. Bu durum yabancı turistlerin Fethiye'yi tatil amaçlı tercih etmelerinde ağızdan ağıza iletişimin etkili olduğu şeklinde yorumlanmıştır.

Yerli ve yabancı turistlerin Fethiye hakkında çoğunlukla internetten bilgi aldıkları görülmekte iken, yabancı turistlerin yerli turistlerden farklı olarak en çok bilgi aldıkları ikinci kaynağın konaklama gerçekleştirdikleri otel olduğu tespit edilmiştir. Bu nedenle yöredeki konaklama işletmelerinde yabancı turistlerin yöre hakkında yeterli ve donanımlı bilgiye sahip olmalarını sağlayacak personel istihdam edilmesi, broşür ve buna benzer bilgi kaynaklarının artırılması ve belirli aralıklarla bu çerçevede denetlenmesi, yörenin tanıtımı ve Fethiye markasının bilinirliğinin artırılması açısından yerinde olacaktır. Yerli turistlerin yörede konaklamak için geçirdikleri süre boyunca edindikleri deneyimlere dayanarak kendilerini memnun etmeyen en önemli iki neden yöredeki kalabalık ve trafik sıkışıklığı ile yörede tatil yapmanın maliyetinin yüksek olmasıdır. Yabancı turistlerin ise Fethiye'de tatil yaparken geçirdikleri süre boyunca kendilerini memnun etmeyen önemli iki nedenin yerel halk ile olan iletişim ve çeşitli şekillerde alışverişe zorlanmak olduğu tespit edilmiştir. Buna göre özellikle yerel turizm firmaları ve yerel yönetimlerin yabancı dil bilgisi yüksek, iletişim becerileri güçlü ve insan ilişkilerinde yetenekli turizm çalışanı istihdam etmeleri, yabancı ziyaretçilerin sadece alışveriş yapmalarını teşvik etmeye yönelik agresif pazarlama stratejileri yerine onların esas ziyaret amacına uygun aktivitelere yönelmelerini sağlamak ve yöredeki tatillerinden memnun ayrılmalarını sağlamaları gerekmektedir. Bunun yanında herhangi bir memnuniyetsizlik yaşamadığını bildiren yabancı turistlerin oranının yerli turistlerden daha yüksek olduğu da tespit edilen bir diğer önemli sonuçtur.

Araştırma kapsamında kullanılan ölçme araçlarında katılımcılara yöneltilen ifadelerin ortalamaları incelendiğinde Fethiye'yi ziyaret eden yabancı turistlerin Fethiye'ye yönelik marka farkındalığı, marka çağrışımları

ve marka tercihinin yönelik algılarının ortalamasının yerli turistlere kıyasla daha düşük olduğu gözlenmektedir. Bu sonuç yörede özellikle yabancı turistlere yönelik yurt içi ve yurtdışı tanıtım faaliyetlerinin daha etkin yapılması, yabancı turistlerin tatil için Fethiye'yi tercih etmelerini sağlayacak nedenler geliştirilmesinin gerekliliğini ortaya koymuştur. Yerli turistlerin ise Fethiye'ye yönelik algılanan kalite, marka memnuniyeti ve marka sadakatine yönelik tutumlarının ortalaması yabancı turistlere göre daha düşüktür. Bu sonuç ise yöredeki yerel turizm ve konaklama işletmelerinin Fethiye'yi ziyaret eden yerli turistlerin yöreye yönelik kalite algılarını iyileştirecek ve Fethiye'ye bağlılıklarını arttırarak gelecekte de Fethiye'yi yeniden ziyaret etme isteklerini arttıracak pazarlama faaliyetlerine ağırlık vermeleri gerektiğini göstermektedir.

Yerli ve yabancı turistlere uygulanan kümeleme analizi sonucu katılımcılar destinasyon marka denkliği, marka memnuniyeti ve marka tercihinin göre dördü gruplara ayrılmıştır. Yerli ve yabancı turistlerin kümeleme analiz yardımıyla gruplara ayrılmasından sonra, her bir kümede yer alan turist gruplarının destinasyon marka denkliği algıları dikkate alınarak gruplara isim verilmiştir. Aaker (1991)'a göre marka denkliğini oluşturan en önemli boyut olan marka sadakati en yüksek olan turist grubu "*Fethiye'den Vazgeçmeyenler*" şeklinde isimlendirilirken, bu gruba en yakın marka sadakati ortalamasına sahip turistler ise "*Yakın Takipçiler*" şeklinde isimlendirilmiştir. Marka farkındalığına ve marka çağrışımına yönelik ortalamasının algılanan kalite ve marka sadakati boyutlarına yakın veya daha altında olan grup ise "*İmaj Odaklılar*" olarak isimlendirilirken, algılanan kaliteye yönelik ortalamasının en düşük olduğu küme "*Kalite Arayışındakiler*" şeklinde isimlendirilmiştir.

Demografik özellikler açısından ele alındığında yerli turistlerin oluşturduğu kümeler arasında en çok cinsiyet, yaş, aylık gelir ve meslek bakımından farklılıklar gözlenmektedir. Analiz sonuçlarına göre yerli turistlerden aylık kişisel geliri diğer kümelerdekilerin aksine daha yüksek olanların, marka denkliği ve marka memnuniyetine yönelik algılarının ortalaması daha yüksektir. Oysa Ramao ve arkadaşları (2015) Amsterdam'ı ziyaret eden turistler üzerinde yürüttükleri bir araştırmada bu durumun tam aksi yönde sonuca ulaşmıştır. Araştırma sonucuna göre aylık geliri düşük ve dolayısıyla tatil imkanları daha kısıtlı bireylerin destinasyon markasına yönelik memnuniyetlerinin daha yüksek olduğu görülmüştür. Bu açıdan bakıldığında gelecekte destinasyon marka memnuniyetini ve marka denkliğini etkilemesi bakımından kişisel geliri dikkate alan çalışmaların arttırılması literatüre katkı sağlayacaktır.

Yabancı turistler üzerinde araştırma yürüten Chebli ve arkadaşları (2020)'nin elde ettiği sonuçlarla benzer biçimde mevcut araştırmada da yabancı turistlerin oluşturduğu kümeler arasında demografik profil bakımından gözlenen en önemli fark yaş değişkeniyle ilgilidir. Yerli turistlerden bekar, öğrenci, ortalamasının altında aylık gelire sahip ve genç bireylerin; marka denkliği, marka memnuniyeti ve marka tercihi algılarının ortalamasının erkek, yetişkin ve ortalama düzeyde aylık gelire sahip bireylere kıyasla daha düşük olduğu tespit edilmiştir. Özellikle marka çağrışımı ve algılanan kalite boyutlarında gözlenen bu farklılık Rafael ve Almeida (2017)'nin çalışmalarındaki benzer sonuçlar ortaya koymuştur. Destinasyon marka imajı ilişkilendirilen marka çağrışımını etkileyen en önemli değişkenlerden biri olan aylık gelir ve yaş değişkenleri, marka yöneticileri tarafından dikkate alınması gereken bir farklılığı ortaya koymaktadır. Yabancı turistlerde de yerli turistlerdekine benzer şekilde genç bireylerin marka denkliği, marka memnuniyeti ve marka tercihi marka algılarının ortalamasının daha düşük olduğu tespit edilmiştir. Araştırmalarında Danimarka'yı ziyaret eden turistlerde de benzer sonuca ulaşan Zhang ve Marcussen (2007) genç turistlerde destinasyon marka memnuniyeti ve marka sadakatine yönelik algıların arttırılabilmesi için genç turistlere yönelik aktivite odaklı tatil olanaklarının arttırılmasını önermektedir. Bu nedenle Fethiye'de üniversite öğrencisi, genç turistlere yönelik destinasyon marka denkliği algısını yükseltecek pazarlama stratejilerine ihtiyaç duyulduğunu açıklar. Ferns ve Walls (2012) ile Kladou ve Kehagias (2014) da araştırmalarında da buna benzer sonuçlar ortaya koymuş ve marka denkliğine olan katkısını olacağı düşünülerek turistik destinasyonlarda özellikle genç turistlere yönelik çeşitli festivallerin, tatil organizasyonlarının, yılın çeşitli dönemlerine yayılabilecek festivallerin düzenli şekilde yapılması yararlı olacağını belirtmiştir. Bu tür festivaller ve tatil organizasyonları destinasyonlar açısından çekici motivasyon kaynağı yaratacağından turistlerde seyahat nedeni oluşturacak ve destinasyon markasının yeniden tercih edilmesini sağlayacaktır.

Zhang ve Marcussen (2007)'in araştırmalarında elde ettikleri sonuca göre turistlerin belirli bir destinasyona yönelik marka sadakati, marka memnuniyeti ve kalite algılarını etkileyen en önemli pazar bölümlendirme kriterlerinden biri konaklama yeri tercihidir. Buna göre Fethiye'ye ilk defa ve paket turlarla gelerek 4 veya daha az yıldızlı otellerde kısa süreyle konaklayan turist gruplarının da marka denkliği algılarının düşük olduğu

görülmektedir. Nitekim Pena ve diğerleri (2016) de yürüttükleri bir araştırmada özellikle kırsal turizm de turistlerin konaklama tercihlerinin değer algıları üzerinde etkili olduğunu tespit etmiştir. Bu sebeple destinasyon marka yönetimi sürecinde paydaşların ve aracı kurumların; tur operatörleri ve konaklama işletmeleri ile ortak hareket ederek özellikle destinasyonda ortalamanın altında harcama yapan turistlerin destinasyon markasına yönelik memnuniyet ve kalite algılarını yükseltecek çalışmalarla onlarda yeniden ziyaret niyeti oluşturmalıdır. Hem yerli hem de yabancı turistlerle ilgili kümeleme analizi sonuçlarına göre Fethiye'yi ziyaret eden turistlerin konaklama süresinin ve ziyaret sayısının artmasını sağlamak, bu kişilerin Fethiye'ye yönelik marka denkliği, marka memnuniyeti ve marka tercihi algılarının yükselmesine sebep olacağı beklenmektedir.

Turizm, küresel çapta yaşanabilecek olası bir toplumsal, siyasal, ekonomik vb. gelişmelerden hızlı ve yoğun şekilde etkilenen sektörlerden biridir. Bu nedenle turizmde pazarlama stratejilerinin hassasiyetle yürütülmesi önem arz etmektedir. Turizm sektöründe paydaşların, akademik çalışmalar ışığında stratejik kararlar alması, sürdürülebilir turizm olanakları sağlamanın ön koşullarından biridir. Turistik destinasyonlarda pazar bölümlendirme, turizmde stratejik pazarlama ve marka yönetiminin ilk aşamalarındandır. Gelecekte yürütülecek araştırmalarda bir bölgedeki birbirine komşu destinasyonları tercih eden veya herhangi bir turistik ürünü sıklıkla satın almayı tercih eden turist profilinin ortaya çıkarılması, destinasyon pazarlama stratejilerine katkı sağlayacak ve pazarın olabildiğince mikro gruplara yönelik bölümlendirme kriterindeki önem derecelerinin tespiti açısından literatüre katkı sağlayacaktır. Öte yandan bu çalışmada destinasyon pazar bölümlendirme kriteri olarak marka denkliği, marka memnuniyeti ve marka tercihi dikkate alınmıştır. Gelecekte yapılacak çalışmalarda marka kişiliği, marka imajı gibi belirli bir destinasyonun marka denkliğine katkı sağlayan marka elemanların pazar bölümlendirme kriteri olarak dikkate alınmasının algılara dayalı destinasyon pazar bölümlendirmesine yönelik olarak literatüre katkı sağlaması beklenmektedir.

#### **KAYNAKÇA**

- Aaker, D. A. (1991). *Managing Brand Equity: Capitalizing On The Value Of A Brand Name*. New York: Free Press.
- Aaker, D.A. (1996). Measuring Brand Equity Across Products And Markets. *California Management Review*, 30 (3), 102–120.
- Adan, Ö. (2015). Destinasyon Marka İmajı ve Bir Pazar Bölümü Olarak İş Amaçlı Gelen Turistlere Yönelik Uygulanması. *Journal Of Yasar University*, 10(39), 6607-6611.
- Almeida, A. M. M., Correia, A., ve Pimpão, A. (2014). Segmentation By Benefits Sought: The Case Of Rural Tourism In Madeira. *Current Issues In Tourism*, 17(9), 813-831.
- Anana, E., & Nique, W. (2010). Perception-Based Analysis: An Innovative Approach For Brand Positioning Assessment. *Journal Of Database Marketing & Customer Strategy Management*, 17(1), 6-18.
- Beh, A., ve Bruyere, B. L. (2007). Segmentation By Visitor Motivation In Three Kenyan National Reserves. *Tourism Management*, 28(6), 1464-1471.
- Bieger, T., ve Laesser, C. (2002). Market Segmentation By Motivation: The Case Of Switzerland. *Journal Of Travel Research*, 41(1), 68-76.
- Blythe, J., ve Martin, J. (2005). *Essentials Of Marketing*. United Kingdom:Pearson
- Boo, S., Busser, J., ve Baloglu, S. (2009). A Model Of Customer-Based Brand Equity And Its Application To Multiple Destinations. *Tourism Management*, 30(2), 219-231.
- Bruhn, M., Schoenmüller, V., Schafer, D., ve Heinrich, D. (2012). Brand Authenticity: Towards A Deeper Understanding Of Its Conceptualization And Measurement. *Advances In Consumer Research*, 40, 567-576.
- Buchta, C., Dolnicar, S. ve Reutterer, T. (2000). *A Non-Parametric Approach To Perceptions-Based Market Segmentation: Applications*. Series: Interdisciplinary Studies In Economics and Management, First Edition, Berlin: Springer.
- Caber, M., Albayrak, T., ve Crawford, D. (2020). Perceived Value And Its Impact On Travel Outcomes In Youth Tourism. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 31, 100327.
- Chang, H. H., ve Liu, Y. M. (2009). The Impact Of Brand Equity On Brand Preference And Purchase Intentions In The Service Industries. *The Service Industries Journal*, 29(12), 1687-1706.



- Chebli, A., Othmani, M. C., & Said, F. B. (2020). Market Segmentation In Urban Tourism: Exploring The Influence Of Personal Factors On Tourists' Perception. *Journal Of Tourism And Services*, 11(20), 74-108.
- Chen, C. F., ve Chen, F. S. (2010). Experience Quality, Perceived Value, Satisfaction And Behavioral Intentions For Heritage Tourists. *Tourism Management*, 31(1), 29-35.
- Chen, C. F., ve Tsai, D. (2007). How Destination Image And Evaluative Factors Affect Behavioral Intentions?. *Tourism Management*, 28(4), 1115-1122.
- Çamlıca, K. (2014). Sürdürülebilir Turizme İlişkin Ziyaretçi Tutumlarının ve Tekrar Ziyaret Niyetlerinin Pazar Bölümlendirme Kriteri Olarak Kullanılması: Kapadokya Bölgesi Örneği. Yüksek Lisans Tezi, Hacettepe Üniversitesi, Ankara.
- Damijanić, A. T. (2020). Travel Motivations as Criteria in the Wellness Tourism Market Segmentation Process. *Academica Turistica-Tourism and Innovation Journal*, 13 (2), 201-213.
- Díaz-Martín, A. M., Iglesias, V., Vazquez, R., ve Ruiz, A. V. (2000). The Use Of Quality Expectations To Segment A Service Market. *Journal Of Services Marketing*. 14 (2), 132-146.
- Dolničar, S. (2004). Beyond Commonsense Segmentation: A Systematics Of Segmentation Approaches İn Tourism. *Journal Of Travel Research*, 42(3), 244-250.
- Dolnicar, S. (2008). Market Segmentation In Tourism. In A. G. Woodside ve D. Martin (Eds.), *Tourism Management: Analysis, Behaviour And Strategy*, 129-150.
- Dolnicar, S., Grabler, K. ve Mazanec, J.A. (1999). A Tale Of Three Cities: Perceptual Charting For Analyzing Destination Images, In: Woodside, A.G. et al. (eds.), *Consumer Psychology of Tourism, Hospitality, and Leisure*. New York: CAB International, 39-62.
- Dolnicar, S., ve Grün, B. (2017). Methods In Segmentation. In *Segmentation In Social Marketing*, Singapore: Springer, 93-107.
- Dryglas, D., ve Salamaga, M. (2018). Segmentation By Push Motives In Health Tourism Destinations: A Case Study Of Polish Spa Resorts. *Journal Of Destination Marketing ve Management*, 9, 234-246.
- Ferns, B. H., ve Walls, A. (2012). Enduring Travel Involvement, Destination Brand Equity, And Travelers' Visit Intentions: A Structural Model Analysis. *Journal Of Destination Marketing ve Management*, 1(1-2), 27-35.
- Field, A. (2009). *Discovering Statistics Using SPSS: Book Plus Code For E Version Of text*, SAGE Publications Limited.
- Frochot, I. (2005). A Benefit Segmentation Of Tourists In Rural Areas: A Scottish Perspective. *Tourism Management*, 26(3), 335-346.
- Gartner, W. C. (2014). Brand Equity In A Tourism Destination. *Place Branding And Public Diplomacy*, 10(2), 108-116.
- Gartner, W. C., ve Ruzzier, M. K. (2011). Tourism Destination Brand Equity Dimensions: Renewal Versus Repeat Market. *Journal Of Travel Research*, 50(5), 471-481.
- Gill, J., Johnson, P. ve Clark, M. 2010. *Research Methods for Managers*, United Kingdom: Sage.
- Hausman, A. (2004). Modeling The Patient-Physician Service Encounter: Improving Patient Outcomes. *Journal Of The Academy Of Marketing Science*, 32(4), 403.
- Hsu, C. H., Oh, H., ve Assaf, A. G. (2012). A Customer-Based Brand Equity Model For Upscale Hotels. *Journal Of Travel Research*, 51(1), 81-93.
- Hsu, C. H., ve Kang, S. K. (2007). CHAID-Based Segmentation: International Visitors' Trip Characteristics And Perceptions. *Journal Of Travel Research*, 46(2), 207-216.
- <https://Data.Tuik.Gov.Tr/Bulten/Index?P=Adrese-Dayal%C4%B1-N%C3%Bcfus-Kay%C4%B1t-Sistemi-Sonu%C3%A7lar%C4%B1-2020-37210veDil=1>, Erişim Tarihi: 19.03.2021.
- Hudson, S. (2008). *Tourism And Hospitality Marketing: A Global Perspective*. United Kingdom: Sage.
- Huh, C., Lee, M. J., ve Lee, S. (2019). A Profile Of Spa-Goers In The Us Luxury Hotels And Resorts: A Posteriori Market Segmentation Approach. *Journal Of Hospitality Marketing ve Management*, 28(8), 1032-1052.
- Kalaycı, Ş. (2014), "Güvenilirlik Analizi", Şeref Kalaycı (Ed.) (2010), SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri, (6. Baskı), Asil Yayın Dağıtım Ltd. Şti., Ankara.



- Kashif, M., Samsi, S. Z. M., ve Sarifuddin, S. (2015). Brand Equity Of Lahore Fort As A Tourism Destination Brand. *Revista De Administração De Empresas*, 55(4), 432-443.
- Keskin, S. N., (2018). *Katılımcılarının Motivasyonlarına Göre Pazar Bölümlendirmesi: Alaçatı Ot Festivali Örneği*. Yüksek Lisans Tezi, Mersin Üniversitesi, Mersin.
- Kladou, S., ve Kehagias, J. (2014). Assessing Destination Brand Equity: An Integrated Approach. *Journal Of Destination Marketing ve Management*, 3(1), 2-10.
- Ko, S., Kang, S., Kang, H., ve Lee, M. J. (2018). An Exploration Of Foreign Tourists' Perceptions Of Korean Food Tour: A Factor-Cluster Segmentation Approach. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 23(8), 833-846.
- Koh, S., Yoo, J. J. E., ve Boger, C. A. (2010). Importance-Performance Analysis With Benefit Segmentation Of Spa Goers. *International Journal Of Contemporary Hospitality Management*. 22(5), 718-735.
- Kotler, P. (2002). *Marketing Management*, Millenium Edition: Tenth Edition, Prentice Hall:Pearson Publishing,.
- Kotler, P. ve Armstrong, G. (2016), *Principles Of Marketing*, London: Pearson Education.
- Laesser, C., ve Zehrer, A. (2012). Tell Me Who You Think You Are And I Tell You How You Travel. Exploring The Viability Of Market Segmentation By Means Of Travelers' Stated Personality: Insights From A Mature Market (Switzerland). *Tourism Analysis*, 17(3), 285-298.
- Leisen, B. (2001). Image Segmentation: The Case Of A Tourism Destination. *Journal Of Services Marketing*. 15(1), 49-66.
- Mayer-Schönberger, V., ve Cukier, K. (2013). *Big Data: A Revolution That Will Transform How We Live, Work, And Think*. New York: Houghton Mifflin Harcourt.
- Mazanec, J. A. (1984). How To Detect Travel Market Segments: A Clustering Approach. *Journal of Travel Research*, 23(1), 17-21.
- Mazanec, J. ve Strasser, H. (2000). A Nonparametric Approach to Perceptions-Based Market Segmentation: Foundations, First Ed. Wien: Springer.
- Middleton, V.T.C. (1994). *Marketing In Travel And Tourism*. Chichester, United Kingdom: Heinemann.
- Morgan, N. ve Pritchard, A. (2002) Contextualizing Destination Branding, In N. Morgan, A. Pritchard ve R. Pride (ed.), *Destination Branding*. Oxford: Butterworth-Heinemann, 11-41.
- Murtagh, B., Boland, P., ve Shirlow, P. (2017). Contested Heritages And Cultural Tourism. *International Journal Of Heritage Studies*, 23(6), 506-520.
- Neuts, B., Romao, J., Nijkamp, P., & Shikida, A. (2016). Market Segmentation And Their Potential Economic Impacts In An Ecotourism Destination: An Applied Modelling Study On Hokkaido, Japan. *Tourism Economics*, 22(4), 793-808.
- Pafi, M., Flannery, W., ve Murtagh, B. (2020). Coastal Tourism, Market Segmentation And Contested Landscapes. *Marine Policy*, 121, 104189.
- Page, S. (2007). *Tourism Management: Managing For Change*. Oxford: Elsevier.
- Pearce, P. L., ve Lee, U. I. (2005). Developing The Travel Career Approach To Tourist Motivation. *Journal Of Travel Research*, 43(3), 226-237.
- Perera, G., Sprechmann, M., ve Bourel, M. (2020). Benefit Segmentation Of A Summer Destination In Uruguay: A Clustering And Classification Approach. *Journal Of Tourism Analysis: Revista De Análisis Turístico*. 27(2), 185-206.
- Pérez-Priego, M. A., García, G. M., De Los Baños, M., Gomez-Casero, G., ve Caridad Y López Del Río, L. (2019). Segmentation Based On The Gastronomic Motivations Of Tourists: The Case Of The Costa Del Sol (Spain). *Sustainability*, 11(2), 409.
- Pesonen, J., Laukkanen, T., ve Komppula, R. (2011). Benefit Segmentation Of Potential Wellbeing Tourists. *Journal Of Vacation Marketing*, 17(4), 303-314.
- Polo Peña, A. I., Frías JAMILENA, D. M., Rodríguez Molina, M. Á., & Rey Pino, J. M. (2016). Online marketing strategy and market segmentation in the Spanish rural accommodation sector. *Journal of Travel Research*, 55(3), 362-379.

- Prayag, G. (2010). Images As Pull Factors Of A Tourist Destination: A Factor-Cluster Segmentation Analysis. *Tourism Analysis, 15*(2), 213-226.
- Rafael, C., & Almeida, A. (2017). Socio-Demographic Tourist Profile And Destination Image In Online Environment. *Journal Of Advanced Management Science, 5*(5), 373-379.
- Rid, W., Ezeudji, I. O., ve Pröbstl-Haider, U. (2014). Segmentation By Motivation For Rural Tourism Activities In The Gambia. *Tourism Management, 40*, 102-116.
- Romão, J., Neuts, B., Nijkamp, P., & Van Leeuwen, E. (2015). Culture, Product Differentiation And Market Segmentation: A Structural Analysis Of The Motivation And Satisfaction Of Tourists In Amsterdam. *Tourism Economics, 21*(3), 455-474.
- Şahin, S., ve Baloglu, S. (2014). City Branding: Investigating A Brand Advocacy Model For Distinct Segments. *Journal Of Hospitality Marketing ve Management, 23*(3), 239-265.
- Sánchez-Fernández, R., Iniesta-Bonillo, M. Á., ve Cervera-Taulet, A. (2019). Exploring the concept of perceived sustainability at tourist destinations: a market segmentation approach. *Journal of Travel ve Tourism Marketing, 36*(2), 176-190.
- Sarigöllü, E., ve Huang, R. (2005). Benefits Segmentation Of Visitors To Latin America. *Journal Of Travel Research, 43*(3), 277-293.
- Sato, S., Gipson, C., Todd, S., ve Harada, M. (2018). The Relationship Between Sport Tourists' Perceived Value and Destination Loyalty: An Experience-Use History Segmentation Approach. *Journal Of Sport ve Tourism, 22*(2), 173-186.
- Smith, W. R. (1956). Product Differentiation And Market Segmentation As Alternative Marketing Strategies. *Journal Of Marketing, 21*(1), 3-8.
- Steenkamp, J. B. E., ve Ter Hofstede, F. (2002). International Market Segmentation: Issues And Perspectives. *International Journal Of Research In Marketing, 19*(3), 185-213.
- Stylidis, D., Woosnam, K. M., ve Ivkov, M. (2020). Tourists' Emotional Solidarity With Residents: A Segmentation Analysis And Its Links To Destination Image And Loyalty. *Journal Of Destination Marketing ve Management, 17*, 100458.
- Swarbrooke, J., ve Horner, S. (2007). *Consumer Behaviour In Tourism* (2nd Ed.). Oxford: Elsevier.
- Tan, A. Y., ve Lo, A. S. (2008). A Benefit-Based Approach To Market Segmentation: A Case Study Of An American Specialty Coffeehouse Chain In Hong Kong. *Journal Of Hospitality ve Tourism Research, 32*(3), 342-362.
- Tsiotsou, R., ve Ratten, V. (2010). Future Research Directions In Tourism Marketing. *Marketing Intelligence ve Planning, 28*(4), 533-544.
- Villarejo-Ramos, A. F., ve Sanchez-Franco, M. J. (2005). The Impact Of Marketing Communication And Price Promotion On Brand Equity. *Journal Of Brand Management, 12*(6), 431-444.
- Wang, T. L., Tran, P. T. K., ve Tran, V. T. (2017). Destination Perceived Quality, Tourist Satisfaction And Word-Of-Mouth. *Tourism Review, 72*(4), 392-410.
- Weaver, D. B., ve Lawton, L. J. (2007). Twenty Years On: The State Of Contemporary Ecotourism Research. *Tourism Management, 28*(5), 1168-1179.
- Yoo, B., Donthu, N. ve Lee, S. (2000). An Examination Of Selected Marketing Mix Elements And Brand Equity, *Journal Of The Academy Of Marketing Science, 28*(2), 195-211.
- Zeithaml, V. A., Berry, L. L., ve Parasuraman, A. (1996). The Behavioral Consequences Of Service Quality. *Journal Of Marketing, 60*(2), 31-46.
- Zhang, J., & Marcussen, C. (2007). Tourist Motivation, Market Segmentation And Marketing Strategies. In *5th Bi-Annual Symposium Of The International Society Of Culture, Tourism, And Hospitality Research, Charleston, South Carolina*, 1-27.

**Beyan ve Açıklamalar (Disclosure Statements)**

1. Bu çalışmanın yazarları, araştırma ve yayın etiği ilkelerine uyduklarını kabul etmektedirler (The authors of this article confirm that their work complies with the principles of research and publication ethics).
2. Yazarlar tarafından herhangi bir çıkar çatışması beyan edilmemiştir (No potential conflict of interest was reported by the authors).
3. Bu çalışma, intihal tarama programı kullanılarak intihal taramasından geçirilmiştir (This article was screened for potential plagiarism using a plagiarism screening program).



Article Info/Makale Bilgisi

✓Received/Geliş:15.06.2021 ✓Accepted/Kabul:16.09.2021

DOI: 10.30794/pausbed.953054

Araştırma Makalesi/ Research Article

Şalvarcı, S. (2022). "Yönetici Bakış Açısı ile Otel İşletmelerinde Pazar Odaklılık", *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı 48, Denizli, ss. 325-339.

## YÖNETİCİ BAKIŞ AÇISI İLE OTEL İŞLETMELERİNDE PAZAR ODAKLILIK

Simge ŞALVARCI

### Öz

Otel işletmeleri uluslararası ölçekte büyümeye hızla devam etmektedir. Bununla beraber, müşterilerin ihtiyaç ve isteklerini anlayabilme ihtiyacı da bu duruma paralel olarak artmaktadır. Otel işletmelerinin içerisinde yer aldığı rekabet ortamı, bu işletmelerin değişen pazarın ihtiyaçlarını karşılamak için geniş bir kaynağa ve daha esnek biçimlere sahip olması bakımından kritik önem taşımaktadır. Günümüzde faaliyet gösteren otel işletmeleri, yoğun rekabetin yer aldığı pazarda çabalamak, üstün performans ve rekabet avantajı yaratmak için pazar odaklılık uygulamalarına ihtiyaç duymaktadır. Pazar odaklılık, hizmet işletmelerinin mevcut ve potansiyel müşterilerini anladıkları anahtar bir mekanizmadır. Aynı zamanda, otel işletmeleri gibi önemli hizmet işletmeleri için küresel pazarda, yöneticiler birçok ülkeden gelen misafirlerin davranışlarını anlamalı ve müşteri taleplerindeki artışı ortaya çıkarmalıdır. Dolayısıyla bu çalışma, otel işletmelerinde görev yapan yöneticilerin pazar odaklılık ve pazar uygulamalarına ilişkin bakış açılarını tespit etmeyi amaçlamaktadır. Çalışmada veriler Alanya bölgesinde yer alan 5 yıldızlı otel işletmelerinin yöneticileri ile derinlemesine görüşmeler yoluyla elde edilmiştir. Yöneticilere pazar odaklılık uygulamaları kapsamında yöneltilen soruların cevapları Nvivo 12 paket programında kodlanmış olup çeşitli temalar oluşturularak çıkarımlarda bulunulmuştur. Çalışma sonuçları sektör ve uygulayıcılar için güncel veriler sunması bakımından önem arz etmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** *Otel işletmeleri, Pazar Odaklılık, Yönetici Bakış Açısı, Alanya.*

## MARKET ORIENTATION IN HOTEL BUSINESS FROM MANAGER'S PERSPECTIVE

### Abstract

Hotel businesses continue to grow rapidly on an international scale. In addition, the need to understand the needs and desires of customers is increasing in parallel with this situation. The competitive environment in which hotel businesses are located is critical in that these businesses have a wide range of resources and more flexible forms to meet the needs of the changing market. Today, hotel businesses need market-oriented practices in order to strive in the intensely competitive market and to create superior performance and competitive advantage. Market orientation is a key mechanism by which service businesses understand their current and potential customers. At the same time, in the global market for important service businesses such as hotel businesses, managers must understand the behavior of guests from many countries and uncover the increase in customer demands. Therefore, this study aims to determine the perspectives of managers working in hotel businesses on market orientation and market practices. In the study, the data were obtained through in-depth interviews with the managers of the 5 star hotels in the Alanya region. The answers to the questions posed to the managers within the scope of market orientation practices were coded in the Nvivo 12 package program and inferences were made by creating various themes. The results of the study are important in terms of presenting up-to-date data for the sector and practitioners.

**Keywords:** *Hotel Businesses, Market Orientation, Manager's Perspective, Alanya.*

## **GİRİŞ**

Turizm, birçok ülkede Gayri Safi Yurtiçi Hasıla (GSYİH) üzerinde büyük bir etkiye sahip olmakla beraber ihracat kazançlarına, istihdam yaratılmasına ve sürdürülebilir büyümeye katkıda bulunarak ekonomiye büyük getiriler sağlamaktadır. Turizm pazarı hızla gelişmekte ve bu pazar dünyanın en büyük iş alanlarından birine dönüşmektedir. Turizm sektörü, çeşitli nedenlerden dolayı diğer işletmelerden farklı özelliklere sahiptir ve bu farklılıklar kurumsal yönetim biçimini ciddi oranda etkilemektedir. Bu sektörde başarılı olmak isteyen işletmeler, hem müşterilere hem de çalışanlara odaklanmak durumundadır. Bununla birlikte turizm işletmeleri, kâr ve hizmet zincirini, işletmenin kârını müşterinin memnuniyeti ve isteğiyle, çalışanlarla birleştirecek şekilde organize edilmiştir (James ve Thomas, 2000). Özellikle, son yıllarda önemli gelişmeler gösteren turizm pazarında, uluslararası pazarlarda yaşanan rekabet ve hızlı değişim ile ortaya çıkan belirsizlik, küresel pazarlardaki işletmeleri pazar odaklı olmaya adeta zorlamaktadır. Bunun nedeni ise, turizm sektöründe tanıtım ve pazarlama süreçlerinde bazı yatırımların yüksek maliyetleri beraberinde getirmesidir (Altunel ve Saldamlı, 2012: 76).

Pazar odaklılık, bir yönetim stratejisi olduğu kadar bir pazarlama kavramı olarak da değerlendirilmektedir (Mokhtar, Yusoff ve Ahmad, 2014; Ramayah, Samat ve Lo, 2011). Buna ilaveten, pazar odaklılık, bir işletmenin mevcut ve belirsiz iş ortamında rekabetçi kalabilmesi için çok önemli bir strateji veya yetenek haline gelmiştir (Goldman ve Grinstein, 2010). Günümüzde son derece rekabetçi olan küresel pazarda, üst düzey yöneticiler, daha iyi performansla bağlantılı organizasyonel stratejiler veya yeteneklerin uygulanması yoluyla organizasyonel etkinliklerini iyileştirmeye çalışmaktadır (Okumuş, 2003). Dolayısıyla, turizm sektöründeki aktif yöneticilerin, kendilerine gelecek fırsatları değerlendirme olanağı sağlamaları ve örgütsel performanslarını artırmaları gereklidir.

Literatürde otel işletmelerine yönelik pazar odaklılık konusunda yer alan çalışmalar incelendiğinde, otel işletmelerinin pazar odaklılık dereceleriyle finansal performansları arasındaki ilişki (Altunel ve Saldamlı, 2012), otel işletmeleri yöneticilerinin liderlik yönelimleri ile işletmelerinin performansları arasındaki ilişki (Akbaba ve Erenler, 2008), otel işletmeciliğinde pazar odaklılık ve pazar odaklılık- performans ilişkisi (Çakıcı ve Eren, 2005), otel işletmelerinde içsel pazarlama ve işletme performansı ilişkisinde pazar odaklılığın rolü (Çoban, 2017), pazar oryantasyonu ve otel performansı arasındaki ilişki (Alnawas ve Hemsley-Brown, 2018; Sampaio, Hernández-Mogollón ve Rodrigues, 2019), pazar odaklılık ve konumlandırma (Hinson, Abdul-Hamid ve Osabutey, 2017) vb. çalışmalara rastlanmıştır. Buna karşın otel işletmelerinde pazar odaklılığa yönelik olarak yöneticilerin görüşlerini ele alan bir çalışmaya rastlanmamıştır.

Pazar odaklılık araştırmaları, büyük ölçüde algısal veya sübjektif performans ölçümleri dâhil olmak üzere sübjektif ölçümlere dayanmaktadır (Langerak, 2001). Pazar odaklılık uygulamalarının benimsenmesi, bir otelin, kar elde ederken ve rekabet avantajı yaratırken, müşterileri tarafından üstün kaliteli olarak algılanan bir hizmet karması tasarlamasına ve sunmasına yardımcı olabilir. Bu anlamda çalışma, otel işletmelerinde üst düzey yönetici konumunda görev yapan yöneticilerin pazar odaklılık ve uygulamalarını ortaya koymaktadır. Çalışma literatürdeki boşluğu doldurmasının yanı sıra sektöre ve otel işletmeleri yöneticilerine güncel bir durum değerlendirmesi bakımından önem arz etmektedir.

## **KAVRAMSAL ÇERÇEVE**

Narver ve Slater'e (1990: 21) göre pazar odaklılık, "alıcılar için üstün değer yaratmak, dolayısıyla iş bağlamında sürekli üstün performans yaratmak için gerekli davranışları en etkili ve verimli bir şekilde yaratan organizasyon kültürüdür." Pazar odaklı bir kültür, yüksek işletme performansına yol açan bir zincirin ilk adımıdır (Dabrowski, Brzozowska-Woś, Gołqb-Andrzejak ve Firgolska, 2019: 175). Genel anlamda pazar odaklılık, "müşterilerin beklenti ve ihtiyaçlarını anlamaya, tatmin etmeye ve onlara verilen değeri azami kılmaya yönelik olarak gerçekleştirilen organizasyonel faaliyetlerin tümüdür" (Bulut, Yılmaz ve Alpkın, 2009: 513).

Çağdaş teori, pazar odaklılık kavramının iki ana kavramsallaştırmasını öne sürmektedir. Narver ve Slater (1990), pazar odaklılığın en temel şekilde; (1) bir örgüt kültürü biçimi olarak görüldüğünü ve (2) pazar odaklılığın bir örgüt kültürü biçimi olarak tanımlandığını iddia etmektedir. Narver ve Slater (1990: 21) pazar odaklı bir organizasyon kültürünün "üç davranışsal bileşen – müşteri odaklılık, rakip odaklılık ve işlevler arası koordinasyon"dan oluştuğunu öne sürmektedir. Buna karşılık Kohli ve Jaworski (1990: 3), pazar odaklılığın organizasyon içi en iyi

bilgi akışının görüldüğünü iddia etmekte olup pazar odaklılığın bileşenlerini “işletme çapında üretim, yayma ve pazar istihbaratına yanıt verme” olarak tanımlamaktadır. Bazı farklılıklara rağmen, her iki görüşün de pazara odaklanmanın organizasyon üyelerinin davranışlarına bağlı olduğuna yönelik ortak bir noktada bağlantılı olduğu görülmektedir (Harris ve Watkins, 1998: 221).

Pazar odaklılığın işletmedeki durumunun ölçümünde çeşitli ölçekler (Narver ve Slater, 1990; Lin, Peng ve Kao, 2008; Suliyanto ve Rahab, 2012) mevcuttur. Kohli, Jaworski ve Kumar (1993) istihbarat oluşturma, yayma ve yanıt vermeyi içeren geçerli bir ölçüt geliştirmiştir. Ayrıca, Gray, Matear, Boshoff ve Matheson (1998), Deng ve Dart (1994), Jaworski ve Kohli (1993) ve Narver ve Slater’ın (1990) çalışmalarına dayanan, beş boyuttan oluşan bir pazar odaklılık modeli önermiştir. Bu boyutlar; müşteri odaklılık, rakip odaklılık, işlevler arası koordinasyon, duyarlılık ve kâr vurgusundan oluşmaktadır. Bununla birlikte Anwar (2008), pazar odaklılığın müşteri odaklılık, rekabet odaklılık, çevresel tarama, strateji uygulaması ve yeni hizmet geliştirmeyi içermesi gerektiğini belirtmiştir.

Pazar odaklılık sadece bir pazarlama işlevi değildir (Webb, Webster ve Kreppa, 2000). Farklı işletmeler farklı stratejiler benimseyebilmektedir. Pazar odaklılık, üstün iş performansının elde edilmesinde oldukça önemli bir rol oynamaktadır (Pulendran, Speed ve Widing, 2000) ve bu nedenle, otel işletmelerinin her işlevine (Harris ve Ogbonna, 2000; Varey, 1995) nüfuz etmesi gereken bir iş felsefesi bütünüdür. Otel işletmeleri tarafından pazar odaklılık ve uygulamaları benimsendiğinde ortaya çıkan kültür, değişen tüketicilerin istek ve beklentilerini karşılayan ve dolayısıyla tatmin eden özellikleri yansıtan bir kültürdür. Pazar odaklılık, her departman, fonksiyon ve organizasyon kademesinde ön saflara ulaşmak zorundadır (Gummesson, 1991; Harris ve Ogbonna, 2000).

Pazar odaklılık uygulamalarına bir örnek olarak; 1980’li yıllarda Ritz Carlton (Lewis, Chambers ve Chacko, 1995)’ın sürekli olarak yüksek standartları, işlevsel faydaları karşılayan tek lüks otel işletmesi olarak kabul edildiği verilebilir. Ancak, Aaker ve Joachimsthaler’e (2000) göre, saf fonksiyonel faydalara dayalı konumlandırma günümüzün rekabet ortamında sınırlayıcı olabilmekte ve bu nedenle işletmelerin gelişmesini zorlaştırabilmektedir. Bunun nedeni, teknolojik gelişmelerin işlevsel faydaların artırılmasını giderek daha kolay hale getirmesi ve böylece işletmenin pazardaki konumunu zayıflatmasıdır (de Chernatony ve Dall’Olmo Riley, 1997; Vincent, 2000). Ritz Carlton, diğer lüks otellerin kendisi tarafından belirlenen standartları tekrarlama kolaylığı, şirketin yüksek standartlarını korumak ve aynı zamanda lüks otel pazarındaki diğer rakiplerinden farklılaşmak için bir mekanizma oluşturması konusunda yeterli motivasyona sahiptir. Bunu, misafir deneyimini dikkate alarak gerçekleştirmektedir, çünkü konuğun nihayetinde ödediği şeyin bu olduğuna inanılmaktadır. Bu durumda, Ritz Carlton’ın konumlandırmalarını saf işlevsellikten işlevsel ve sembolik/duygusal niteliklerin bir kombinasyonuna doğru geliştirdiğine dair bir pazar odaklılık yaklaşımı sergilediği görülmektedir.

Önceki çalışmalar, pazar odaklılık konusunun öncüllerini ve sonuçlarını araştırmıştır. Vieira (2010) tarafından yapılan araştırmada, departmanlar arası bağlantının, departmanlar arası ortamın ve çalışma kurallarının pazar odaklılığı önemli ölçüde ve olumlu bir şekilde etkilediği belirlenerek gelişmiş performans, örgütsel bağlılık, yenilikçilik ve öğrenme ile ilişkili olduğu ortaya konulmuştur. Pazar odaklılık, işletme performansı ile pozitif ilişkilidir (Kara, Spillan ve Deshields, 2005; Li, Zhao, Tan ve Liu, 2008; Zhou, Yim ve Tse, 2005). Sin, Alan, Heung ve Yim (2005), pazar odaklılığın otel performansı için kritik olduğunu ortaya koymuştur. Akbaba ve Erenler (2008) yaptıkları çalışmada, otellerin işletme performanslarının genel olarak “iyi düzeyde” performans gösterdiklerini tespit etmişlerdir. Ayrıca, yöneticilerin liderlik yönelimleri ile otellerin performans düzeyi arasında anlamlı bir ilişki bulunmadığı sonucuna ulaşmışlardır. Alnawas ve Hemsley-Brown (2018) pazar odaklılık ve otel performansı arasındaki bağlantının müşteri ilişkileri yeteneği, markalama yeteneği ve hizmet yenilik yeteneği aracılığıyla dolaylı olarak etkileşimde olduğu bulgusuna ulaşmıştır. İlgili çalışmalardan farklı olarak bu çalışmada, pazar odaklılık kavramı yöneticilerin bakış açısı ile değerlendirilmektedir.

## **YÖNTEM**

Çalışma, yorumlayıcı (yapılandırmacı) bir paradigma üzerine kurulmuş nitel bir araştırmadır. Araştırmanın evrenini Alanya’da bulunan 5 yıldızlı otel işletmelerinde görev yapan yöneticiler oluşturmaktadır. Bununla birlikte, evrene ulaşmanın güç olması ve zaman, para gibi kısıtlardan dolayı örneklem seçme yoluna gidilmiştir. Evren olarak üst düzey yöneticilerin seçilmesinin nedeni, yöneticilerin pazar odaklılık teorisinin temel aktörleri rolünde olmalarından kaynaklanmaktadır. Bu çalışma, Alanya bölgesindeki otel işletmelerinde görev yapan



üst düzey yöneticilerin işletmelerinde uygulanmakta olan pazar odaklılık faaliyetlerine ilişkin görüşlerini tespit etmektedir. Veriler, her biri yaklaşık 30-45 dakika süren 12 yarı yapılandırılmış görüşme sonucu elde edilmiştir. Nitel araştırmalarda örneklem sayısı kaç olursa olsun, ideal bir örneklem büyüklüğü için temel kural, bilgilerin doyuma ulaşmasıyla elde edilen tekrarlanma döngüsüdür. Bir noktadan sonra veriler örneklem tarafından yeniden sunulacaktır (Morgan ve Morgan, 2008). Bu açıdan da örneklem sayısı verilerin tekrara düştüğü noktada sonlandırılmıştır. Verilerin analizinde ve temaların geliştirilmesinde Nvivo 12 paket programı kullanılmıştır. Teorik bir modelin yapı taşlarını oluşturan temel kategoriler ve ilgili temalar oluşturulmuş ve analize tabi tutulmuştur.

Görüşme soruları Wood, Bhuian ve Kiecker (2000) tarafından geliştirilen pazar odaklılık ölçeğinden derlenerek oluşturulmuştur. Demografik sorular ile birlikte aşağıda yer alan sorular yöneticilere yöneltilmiştir:

1. İşletmenizde müşterilerin ihtiyaçlarını ve dış çevresel faktörlerin müşterinin ihtiyaçlarını nasıl etkilediğini anlamak amacıyla ne tür uygulamalar bulunmaktadır?

2. İşletmenizde rakip işletmelerin pazarlama programlarının müşterilerin beklentilerini ve hizmet tercihlerini nasıl etkilediğini anlamak amacıyla ne tür uygulamalardan faydalanılmaktadır?

3. Pazar bilgisi oluşturmak için hangi araçlardan faydalanmaktasınız?

4. Pazar bilgilerinin işletmedeki ilgili tüm departmanlara iletilmesi, pazar trendlerini ve gelişmeleri tartışmak için departmanlar arası toplantılar yapılması konusunda işletmenizde yapılan faaliyetler nelerdir?

5. Müşteri memnuniyetine ilişkin verilerin ilgili tüm departmanlara yayılmasını nasıl sağlamaktasınız?

6. Müşterilerin ihtiyaçları ile ilgili bilgilere dayalı olarak ürün ve hizmetler geliştirmek, tanıtmak, fiyatlandırmak için hangi sistemlerden faydalanmaktasınız?

7. Yeni turistik ürün ve hizmetler geliştirmek için hangi pazarlama tekniklerini kullanmaktasınız?

Araştırma sonucunda elde edilen veriler 7 ana kategoride ve 64 koddan toplanmıştır. Veriler üç farklı araştırmacı tarafından kodlanarak araştırmanın güvenilirlik katsayısı Kappa analizine göre 0,92 olarak belirlenmiştir. Miles ve Huberman'a göre (1994), verinin karmaşıklığına göre katsayının en az 0,80 olması gerekmektedir. Bu orana göre araştırmanın güvenilirliğinin yüksek olduğu söylenebilir.

## **BULGULAR**

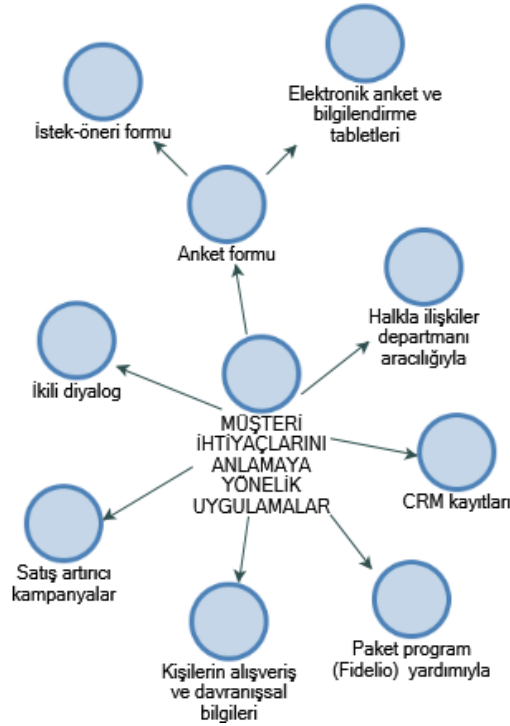
Çalışmanın bu bölümünde araştırmaya katılan yöneticilerin demografik özelliklerine ilişkin veriler ile araştırma sorularının çözümlenmelerine yer verilmektedir.

**Tablo 1: Yöneticilere Ait Demografik Veriler**

	Yaş	Cinsiyet	Eğitim Durumu	Görev Süresi	İşletme Faaliyet Başlangıç Yılı
Y1	32	Erkek	Lisans	4 yıl	2010
Y2	38	Erkek	Lisans	6 yıl	1988
Y3	34	Erkek	Lisansüstü	4 yıl	2003
Y4	36	Erkek	Önlisans	6 yıl	2009
Y5	38	Erkek	Lisans	4 ay	1995
Y6	39	Erkek	Lisans	3 yıl	2010
Y7	42	Erkek	Lisansüstü	16 yıl	1997
Y8	46	Erkek	Lisansüstü	12 yıl	2006
Y9	46	Erkek	Lisans	20 yıl	1991
Y10	41	Erkek	Lisansüstü	2 yıl	2014
Y11	44	Erkek	Lisans	27 yıl	1993
Y12	43	Erkek	Lise	5 yıl	2012

Tablo 1'e göre, araştırmaya katılan yöneticilerin 32-46 yaş aralığında bulunduğu görülmektedir. Yöneticilerin tamamı erkek olup eğitim durumları ise çoğunlukla (katılımcıların 6'sı) lisans düzeyindedir. Yöneticilerin görev süreleri incelendiğinde, 4-6 yıl aralığında ve 12-27 yıl aralığında çalışmakta oldukları görülmektedir. Bununla birlikte, yöneticilerin çalışmakta oldukları otel işletmelerinin faaliyet başlangıç yılları ise 1988 ile 2014 yılları arasında değişkenlik göstermektedir.

Pazar odaklılık uygulamalarına ilişkin olarak yöneticilere yöneltilen sorular 7 temada toplanmış olup bu temalar Nvivo 12 paket programında kodlara dönüştürülmüştür. Müşteri İhtiyaçlarını Anlamaya Yönelik Uygulamalara yöneticiler tarafından verilen yanıtlara ilişkin kodlar ve alt kodlar Şekil 1'de verilmektedir.



**Şekil 1: Müşteri İhtiyaçlarını Anlamaya Yönelik Uygulamalara Ait Kodlar ve Alt Kodlar**

Şekil 1 incelendiğinde *Müşteri İhtiyaçlarını Anlamaya Yönelik Uygulamalar* adlı temaya ait 9 alt kod tespit edilmiştir. Bu alt kodlar; anket formu, halkla ilişkiler departmanı aracılığıyla, CRM (Müşteri İlişkileri Yönetimi) kayıtları, Paket Program (Fidelio) yardımıyla, kişilerin alışveriş ve davranışsal bilgileri, satış artırıcı kampanyalar, ikili diyalogdan oluşmaktadır. Bununla birlikte anket formu, kendi içerisinde istek-öneri formu ile elektronik anket ve bilgilendirme tabletleri olmak üzere iki koda ayrılmaktadır. Yöneticilerin bu temaya yönelik ifadelerinden bazıları aşağıda yer almaktadır:

*Misafir ihtiyaçlarını karşılayabilmek ya da tespit edebilmek için otele giriş esnasında misafir ile iletişim kurarak ihtiyaç duyabileceği hizmet ve ürünlerimiz hakkında bilgi paylaşımında bulunuyoruz. Ayrıca misafir odalarında talepleri hakkında, mevcut aktivitelerimiz arasında bulunmayan taleplerini değerlendirmek için form bulundurmaktayız (Y-10).*

*Bu konuyu aslında bir pazarlama tekniği olarak değerlendirmek gerekiyor, olaya tamamen teknolojik değil insani açıdan bakarak değerlendirmek daha uygulanabilir. Örneğin biz burada satış artırabilmek için bir kampanya düzenleyip gelen talebe göre kampanyaya şekil veriyoruz. Kimler tercih etmiş, yaş aralığı, meslek grubu, cinsiyet, coğrafi konumu gibi (Y-7).*

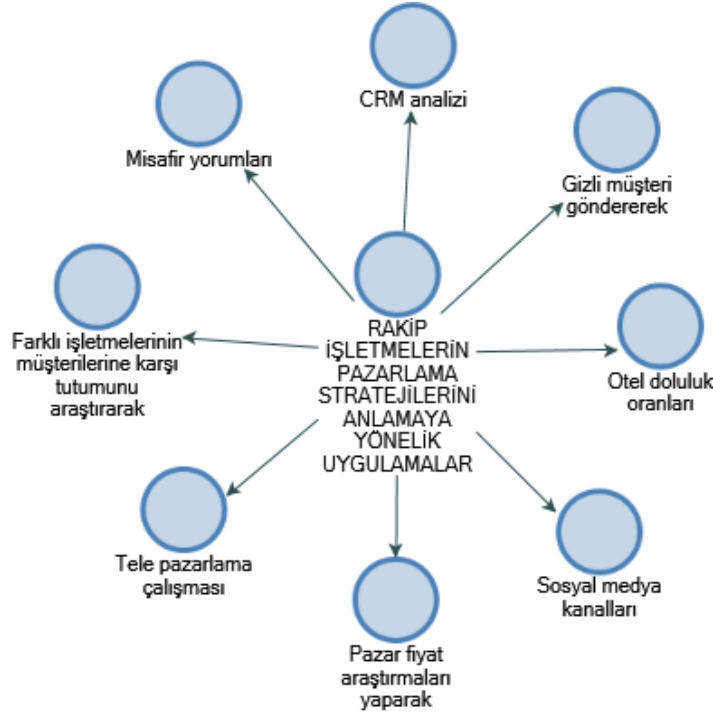
*Misafirin otele giriş sürecinde ihtiyaçlarının sorulması, odasına yerleşince guest call uygulaması, odalardaki anketler ve tavsiye notları. C/out tan sonra memnuniyet anketi için arama. Ve outletlerdeki elektronik anket ve bilgilendirme tabletleri (Y-8).*

İşletmemizde müşterilere uygulamakta olduğumuz anket formu ile müşterilerin taleplerini ve beklentilerinin neler olduğunu öğrenmekteyiz. Ayrıyeten müşterilerle ikili diyalogla müşterilerinin otel hakkında beklentilerini yani ne isteyip ne istemediğini öğrenilmektedir. Müşterilerimize yapmış olduğumuz ikramların işletme için maliyeti çok düşük olmasına rağmen *misafir memnuniyetini arttırdığı görülmektedir (Y-3)*.

*Otel misafirlerinin bir önceki kalışlarındaki hareketliliği genelde Fidelio programında kayıtlı olduğundan dolayı misafir otel zincirinin hangi oteline giderse Fidelio programına kişinin isim ve soyismi girildiğinde önceki hareketlerin tamamı görünmektedir. Kişilerin alışveriş ve davranışsal bilgileri satın alınmaktadır, genelde hangi saatte ne sever ya da nasıl hareket eder bilgileri olduğundan dolayı buna uygun hizmetler sunulmaktadır (Y-9)*.

Verilen yanıtlara göre yöneticiler müşteri ihtiyaçlarını anlama konusunda ve bu ihtiyaçların belirlenmesinde anket formlarından CRM kayıtlarına kadar uzanan çeşitli uygulamalardan faydalanmaktadır. Ayrıca, hem teknolojik hem de mevcut kaynaklar ile işletmelerinde yenilikçi faaliyetleri bir arada uygulamaktadırlar.

Şekil 2'de Rakip İşletmelerin Pazarlama Stratejilerini Anlamaya Yönelik Uygulamalara ait kodlar ve alt kodlar verilmektedir.



**Şekil 2: Rakip İşletmelerin Pazarlama Stratejilerini Anlamaya Yönelik Uygulamalara Ait Kodlar ve Alt Kodlar**

Şekil 2 incelendiğinde rakip işletmelerin pazarlama stratejilerini anlamaya yönelik uygulamaların 8 alt koda toplandığı görülmektedir. Bu kodlar; CRM analizi, gizli müşteri göndererek, otel doluluk oranları, sosyal medya kanalları, pazar fiyat araştırmaları yaparak, tele pazarlama çalışması, farklı işletmelerin müşterilerine karşı tutumunu araştırarak, misafir yorumlarıdır. Yöneticiler tarafından rakip işletmelerin pazarlama stratejilerine yönelik verilen yanıtlardan bazıları şu şekildedir:

*Misafir ilişkileri departmanının müşteri ile diyalogları ve doldurulan anket formları buna öncülük etmektedir. Ayrıca satış-pazarlama personellerinin uyguladığı stratejiler de buna yön vermektedir (Y-2)*.

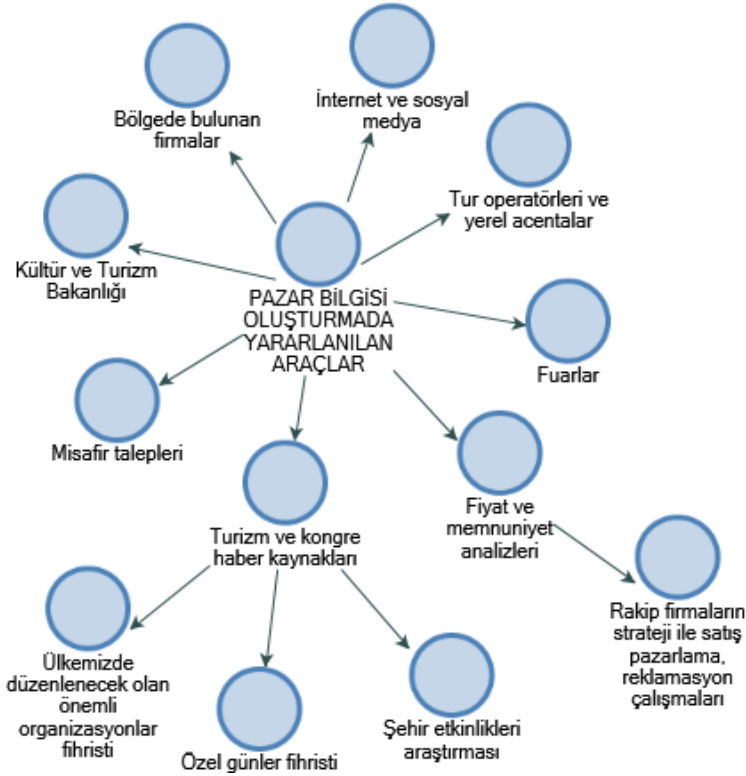
*Farklı işletmelerinin müşterilerine nasıl bir davranış sergilediğini araştırma yaparak müşterilerinin bunlara nasıl bir tepki verdiğini araştırmaktayız. Müşterilerin talepleri hakkında daha önceden bilgi alarak beklenti ve istekleri doğrultusunda hareket etmekteyiz. Müşteri en çok istemiş olduğu konu temizlik ve hizmet konusudur. Bu konuda gereken bütün işlemleri yerine getirerek müşteri sadakatini oluşturmaktayız (Y-3)*.

İşletmenizin ne pazarladığını ne sattığını çok iyi bilmeniz gerekiyor. Bununla birlikte size gelen misafir portföyünü iyi değerlendirmek, onları milliyeti, dini hassasiyeti gibi konular bu işin başında gelmektedir. Biz çalıştığımız tesis itibarıyla dini hassasiyet, helal konseptte ve aile ortamında kaliteli ve güvenilir bir konaklama hizmeti sunmamız asıl işimizdir. Misafire değer vermeniz gerekiyor. Eğer bunu yapamazsanız her zaman kaybetme ile karşı karşıya kalırsınız, bu, deneyimlenmiş bir olgudur (Y-7).

Genel olarak hizmet kalite standartlarını yüksek tutarak, pazar fiyat araştırmaları yapıp bu bağlamda ortalama rakamların ortaya çıkmasını, uygulamalarımız arasında bulunan, cost kontrollerine de bağlı kalarak mümkün olduğunca ekonomik fiyatlar sunmak üzerine online satış kanallarında belirlenmiş fiyatların rekabetçi analiz içerisinde değerlendirilmesini muadil oteller üzerinden gerçekleştiriyor, saha araştırmalarımızı da bu bağlamda gerçekleştiriyoruz (Y-10).

Buna göre, yöneticiler rakip işletmelerin uygulamalarını çeşitli biçimlerde gözlemlemekte olup müşteri beklentilerini ön planda tutmaktadır. Rakip işletmelerin fiyat politikaları izlenmekte olup ilaveten müşteri davranışları da dikkate alınmaktadır. Bu bağlamda, rekabetçi bir piyasada faaliyet gösteren otel işletmelerinin rakiplerini takip etmesi, güncel gelişmelerden ve pazar bilgisinden haberdar olması işletmelerin uzun vadede ve sürdürülebilir anlamda hayatta kalmasını sağlayabilecektir.

Şekil 3'te pazar bilgisi oluşturmada yararlanılan araçlara ait kodlar ve alt kodlar yer almaktadır.



**Şekil 3: Pazar Bilgisi Oluşturmada Yararlanılan Araçlara Ait Kodlar ve Alt Kodlar**

Otel işletmeleri tarafından Pazar bilgisi oluşturmada yararlanılan araçlara ait kodlar 12 temada toplanmış olup bu temalar; internet ve sosyal medya, tur operatörleri ve yerel acentalar, fuarlar, fiyat ve memnuniyet analizleri, turizm ve kongre haber kaynakları, misafir talepleri, Kültür ve Turizm Bakanlığı, bölgede bulunan firmalardan oluşmaktadır. Turizm ve kongre haber kaynakları ülkemizde düzenlenecek olan önemli organizasyonlar fihristi, özel günler fihristi ile şehir etkinlikleri araştırması olmak üzere 3 alt temaya ayrılmaktadır. Bununla birlikte fiyat ve memnuniyet teması ise, rakip firmaların strateji ile satış pazarlama, reklamasyon çalışmaları alt temasından oluşmaktadır. Yöneticiler tarafından pazar bilgisi oluşturmada yararlanılan araçlara yönelik verilen ifadeler aşağıda yer almaktadır:

*Pazar aracı oluşturmak için ilk önce bölgenin ne tür bir sanayi kolu olduğu konusunda bilgi sahibi olunmaktadır. Araştırma sonucunda ise müşterilerinin daha çok hangi sektörden olduğu tespit edilmiş ve bu firmalar yüz yüze görüşülerek firmaların misafirlerinin otelde konaklama yapmaları sağlanmıştır (Y-3).*

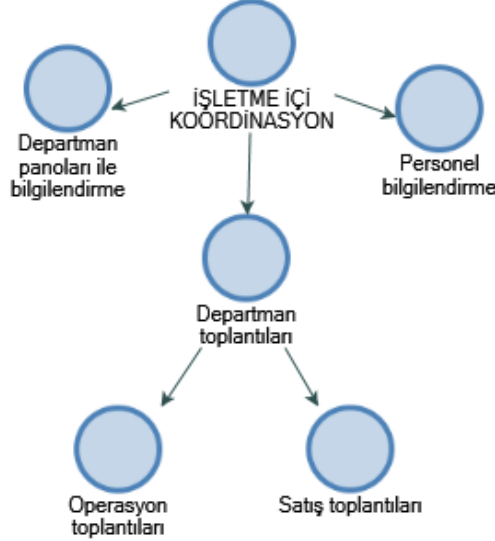
*Fuar katılımları, rakip firmaların strateji ile satış pazarlama, reklamasyon çalışmaları incelenerek gerekli adımlar atılır (Y-4).*

*Çalışılan işletmenin genel prensiplerini iyi tanımak gerekiyor. Bundan sonra sizin konseptinize uygun çalışan rakiplerinizi bilmeniz ve bu işletmeleri gizli müşteri yoluyla takip etmeniz sizin bir takım verilere ulaşmanızı sağlar. Bazen gizli müşteri yoluyla kendi ziyaretlerimizle, gerçekten gizli bir müşteriyi ilgili tesise yollayarak bazı verilerin göreceli olarak bilgi edinilmesini daha uygun görürüz. Birebir misafir görüşlerine yer verip bir süzgeçten geçirip uygulanabilirlik düzeyine bakıp değerlendiririz. Emsalimiz olan tesislerde konaklayan misafir portföyü verileri çoğu konuyu belirleyicidir. Çünkü mevcut pastadan sizin de pay almanız gerekiyor. Burada sizin bu pastanın nasıl yapıldığını öğrenmeniz yerine, bu pastayı kimler paylaşıyor, kimler tercih ediyor bu portföyü tanımanız size daha yardımcı olacaktır (Y-7).*

*Güncelliği, geçerliliği ve güvenilirliği olan her türlü haber ve iletişim araçlarından yararlanılmaktadır. Fuarlardan, yerel acentalara kadar bilgi alış veriş Dünya ve ülke gündemi takibi, turizm ve kongre haber kaynakları, protokol işlerin takibi vs. (Y-8).*

Verilen yanıtlara göre, yöneticiler pazar bilgisi oluşturmada daha çok pazar araştırması yaparak, fuarlara katılarak, yerel ve ulusal turizm kuruluşları ile iletişimlerini sürdürerek veri sağlamaktadırlar. Bu sayede yöneticiler yerelden ulusala, hatta uluslararası boyuta kadar işletmelerini geliştirme faaliyetinde bulunmaktadırlar. Ayrıca, dijital uygulamaların yöneticiler tarafından önemli olduğu görülmektedir. İnternet ve sosyal medya günümüz dünyasında oldukça etkili olan faktörler arasında olup katılımcılar tarafından da ifade edilerek kodlanmıştır.

Şekil 4'te işletme içi koordinasyona ait kodlar ve alt kodlara yer verilmektedir.



**Şekil 4: İşletme İçi Koordinasyona Ait Kodlar ve Alt Kodlar**

Yöneticiler tarafından işletme içi koordinasyona yönelik alt kodlar; departman panoları ile bilgilendirme, personel bilgilendirme ve departman toplantıları şeklinde oluşturulmuş olup departman toplantıları da kendi içerisinde operasyon toplantıları ve satış toplantıları olarak toplamda 5 alt kodda toplanmıştır. Bu temaya ilişkin yöneticilerin vermiş olduğu cevaplardan bazıları şu şekildedir:

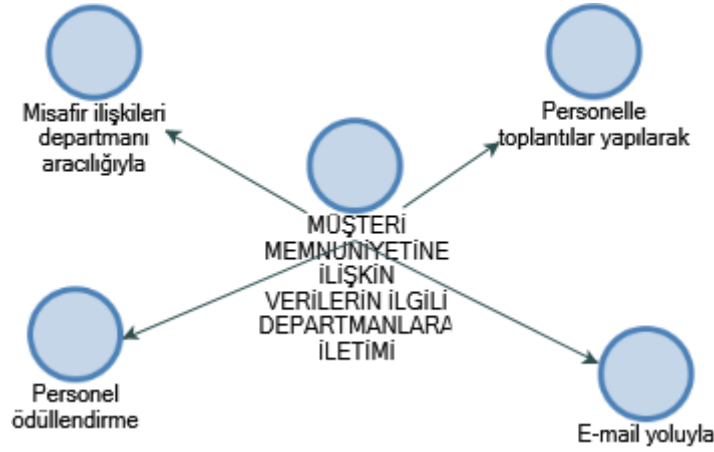
*Dünya çapında zincir işletme olduğu için her yıl uluslararası çapta (yine aynı isim ve konseptteki işletmelere) her yıl farklı bir destinasyonda, geziler yapılır ve özellikle Patron, GM, As. GM, Mutfak Şefi, Operasyon Müdürü ve FB Müdürü düzeyinde katılımlar sağlanır. Akabinde tatbiki yerelde tesise uygulanır ve isim hakkı olan acente tarafından da belirli periyotta denetlenir (Y-2).*

Personelle yapılan toplantıda hizmet kalitesi ile bilgiler verilmiştir. Bu bilgiler doğrultusunda personelin ne kadar önemli olduğu anlatılmış ve personelin yapmış olduğu hizmetin sonucunda müşteri memnuniyetinin artacağı anlatılmıştır. Burada vurgulanmak istenen sonucun personelin müşteri çekme konusunda ne kadar çok önemli olduğu vurgulanmış ve otelin işleyişinin personellere bağlı olduğu vurgulanmıştır (Y-3).

Her hafta başında bir defa operasyon toplantısı yapılır, burada genel tüm işler hakkında öne sürülen fikirler tartışılır, ona göre notlar alınır uygulanıp uygulanmaması karara bağlanır, bu hafta hangi işler yapılacak onlar konuşulur. Diğer toplantımız hafta sonunda satış toplantısı yapılır bu toplantıya sadece satış ekibi katılır, burada veriler ve satış rakamları konuşulur (Y-7).

Yöneticiler tarafından verilen yanıtlar incelendiğinde departman toplantılarında güncel durumlar paylaşılarak her bölüm organizasyonları ile ilgili bilgilendirilmektedir ve toplantı notları yapılacak olan organizasyonlar kayıt altına alındığından dolayı program üzerinde takibi yapılmaktadır. Ayrıca departmanlar arası hizmet kalitesi konusuna da önem verildiği söylenebilir.

Şekil 5'te müşteri memnuniyetine ilişkin verilerin ilgili departmanlara iletimine ait kodlar ve alt kodlara yer verilmektedir.



**Şekil 5: Müşteri Memnuniyetine İlişkin Verilerin İlgili Departmanlara İletimine Ait Kodlar ve Alt Kodlar**

Müşteri memnuniyetine ilişkin verilerin ilgili departmanlara iletimine ait kodlar ve alt kodlar incelendiğinde misafir ilişkileri departmanı aracılığıyla, personel ödüllendirme, e-mail yoluyla ve personelle toplantılar yapılarak şeklinde 4 tema altında toplandığı görülmektedir. Bu temaya yöneticiler tarafından verilen yanıtlar arasında:

*CRM’de veya o an uygulanan online iletişim programı üzerinden, ilgili departmanlara ulaşması sağlanır. Bu durum en bazda mail yoluyla Misafir İlişkileri Departmanı tarafından muhakkak ilgililere ulaştırılır (Y-2).*

*Otel puanlama anketleri ve yorumları ile gerekli değerlendirmeler yapıp Guest Relationships departmanı ile bütün departmanlar bilgilendirilir, gerekli çalışmalar yapılır (Y-4).*

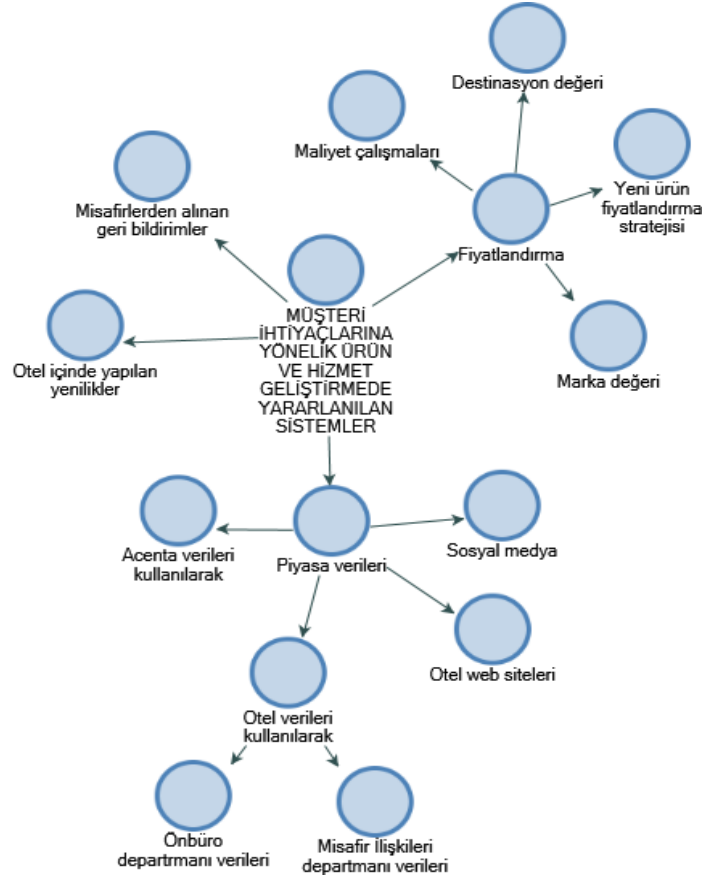
*Bu konular haftalık operasyon toplantısında konuşulur. Misafir ilişkileri departman müdürü, konuyla ilgili memnuniyet, şikayet ve önerilerden bahseder, konuyla ilgili varsa çözüm önerileri, memnuniyetten dolayı personel ödüllendirmesi konuları karara bağlanır. İlgili personele ödüllendirilip ilan panosunda tüm personelin göreceği şekilde ödüllendirme duyurusu yapılır (Y-7).*

*Guest Relation sorumlusunun hazırlamamış olduğu tablolar, sunumlar ve anketler mail ortamında paylaşılır. Personel doğum günü kutlamalarında ve personel gecelerinde önemli olaylar aktarılır. Memnuniyeti sağlayan bireysel çaba ise eğer bireysel olarak ödüllendirilir (Y-8).*

Müşteri memnuniyetine ilişkin verilerin ilgili departmanlara iletimine ilişkin olarak yöneticilerin vermiş olduğu yanıtlar incelendiğinde, personel ile çeşitli şekillerde (e-mail, toplantı vs.) iletişim kurularak istişarelerde bulunmaktadır. Ayrıca Misafir İlişkileri Departmanı (Guest Relationship) bu konuda çalışanlara gerekli bilgilendirmeleri sağlamaktadır.



Şekil 6'da müşteri ihtiyaçlarına yönelik ürün ve hizmet geliştirmede yararlanılan araçlara ait kodlar ve alt kodlara yer verilmektedir.



**Şekil 6: Müşteri İhtiyaçlarına Yönelik Ürün ve Hizmet Geliştirmede Yararlanılan Araçlara Ait Kodlar ve Alt Kodlar**

Bu koda yönelik olarak toplamda 14 alt kod elde edilmiştir. Alt kodlar; fiyatlandırma, misafirlerden alınan geri bildirimler, otel içinde yapılan yenilikler, piyasa verileri şeklinde olup fiyatlandırma ve piyasa verileri alt kodları da yine kendi içerisinde temalara ayrılmaktadır. Fiyatlandırma; maliyet çalışmaları, destinasyon değeri, yeni ürün fiyatlandırma stratejisi, marka değerinden oluşmaktadır. Bununla birlikte, piyasa verileri; acenta verileri kullanılarak, otel verileri kullanılarak, otel web siteleri, sosyal medya alt temalarına ayrılmaktadır. Otel verileri ise; önbüro departmanı verileri ve misafir ilişkileri departmanı verileri olarak 2 alt temada incelenmektedir. Yöneticiler tarafından müşteri ihtiyaçlarına yönelik ürün ve hizmet geliştirmede yararlanılan araçlara ait verilen ifadelerden bazıları şu şekildedir:

*Online, otel web adresleri, sosyal medya kanallarını kullanmaktayız (Y-5).*

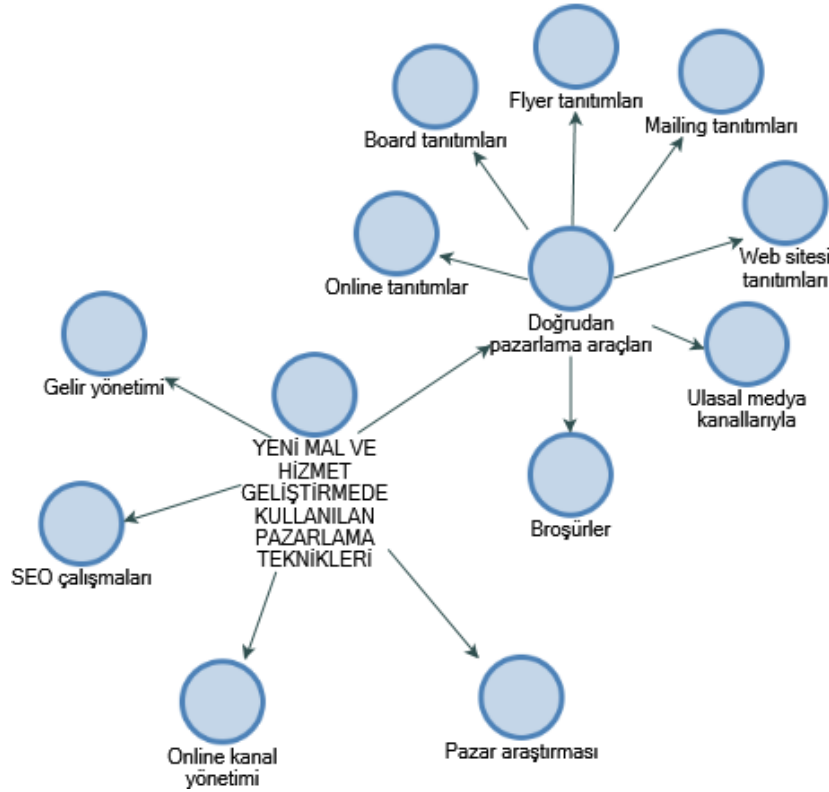
*Burada sistemden ziyade bizim için piyasa verileri önemlidir. Çünkü fiyatı piyasa rakipleriniz belirler, onlarla dengeli bir şekilde ilerlemeniz gerekmektedir, uçurumlar olmamalıdır. Gizli müşteri yoluyla rakiplerimizi zaman zaman takip ederiz. Sosyal medya ve online satış rakamlarından faydalanırız (Y-7).*

*İhtiyaç belirlemede en uygun yöntem yüz yüze görüşme yöntemidir. Bilgiyi direkt kaynağından alabilmek ve çözüm üretmede hızlı olabilmek adına. Büyük otellerde butik hizmet vermeye çalışmak zaten bunu başarabiliyor olmaktadır. Yeni ürün fiyatlandırma stratejisi kullanılmaktadır. Bu hizmetler, mailing, sms, billboard, dergi, sosyal medya, internet reklamları gibi araçlarla maliyet olarak en düşük bütçeyle hareket ediliyor. Reklam çalışmasına harcanan bütçe tabii ki de ürün fiyatının üzerine eklenmektedir (Y-8).*

Otellerde her bölüm daima kendi bölümü ile ilgili yenilikler yapmakla yükümlüdür. Bu sebeple daima piyasa araştırması yapması sonucunda ve otelde yapılan inovasyon toplantılarında çıkan yenilikler değerlendirilmektedir. Otel içinde yapılan yenilikler birçok kanaldan misafire tanıtılmaktadır, Broşürler, Bord tanıtımları, Flyer tanıtımları, Online tanıtımlar, Web sitesi tanıtımları, Mailing tanıtımları gibi sıralanabilir. Fiyatlandırma konusu ise maliyet çalışması + bölge değeri + marka değeri ile ölçeklendirilerek belirlenmektedir (Y-9).

Verilen yanıtlar incelendiğinde yöneticilerin müşteri ihtiyaçlarına yönelik ürün ve hizmet geliştirmede daha çok tanıtımlar yoluyla ve rakiplerini analiz ederek girişimlerde buldukları görülmektedir. Bu doğrultuda her departmanın kendi içerisinde örgütlenerek gerekli ve güncel değerlendirmeleri yaptığı söylenebilir. Yine, Şekil 3'te yer aldığı üzere sosyal medya faktörünün bu temada da yöneticiler tarafından önemle vurgulandığı ifade edilebilir.

Şekil 7'de yeni mal ve hizmet geliştirmede kullanılan pazarlama tekniklerine ait kodlar ve alt kodlara yer verilmektedir.



**Şekil 7: Yeni Mal ve Hizmet Geliştirmede Kullanılan Pazarlama Tekniklerine Ait Kodlar ve Alt Kodlar**

Yeni mal ve hizmet geliştirmede kullanılan pazarlama tekniklerine ait kodlar ve alt kodların toplamda 12 temada toplandığı görülmektedir. Bunlar; doğrudan pazarlama araçları, gelir yönetimi, SEO çalışmaları, online kanal yönetimi, Pazar araştırması şeklinde yer almaktadır. Doğrudan pazarlama araçları ise kendi içerisinde 7 alt temada ele alınış olup online tanıtımlar, board tanıtımları, Flyer tanıtımları, mailing tanıtımları, web sitesi tanıtımları, ulusal medya kanallarıyla, broşürler şeklindedir. Yöneticilerin bu konudaki ifadelerine ilişkin örnekler aşağıda yer almaktadır:

*Oda gelirlerinin otelin ihtiyaçlarını karşılamada yetersiz kalması sonucu ekstra hangi gelirleri elde edileceği konusunda çalışma yaparak otelin tüm kullanım alanları kullanmak zorundayız. Günümüzde internetten daha doğrusu sanal dünyadan daha fazla yararlanmaktayız. En basitinden bir düğün, evlilik teklifi, evlilik yıldönümü gibi organizasyonların Facebook, Instagram ya da Twitter gibi sosyal ağlardan insanlara daha rahat ulaşabilmekte ve daha az maliyetli reklamlar yapmaktayız. (Y-3).*

*Geleceğin yöneldiği ve artık sistemin buna döndüğünü düşünerek online kanal yönetimini bir pazarlama aracı olarak kullanıyoruz ve yüksek satışlar elde ediyoruz. Ayrıca arama motorları ile pazarlama stratejileri uygulamaktayız (Y-6).*

*Kesinlikle sosyal medya unsurunu kullanırız. Daha sonra gazete, ulusal medya kanallarıyla, SEO çalışmalarıyla, Google adwars reklamlarıyla, web sitemiz aracılığıyla teknolojik kanalları kullanırız. Aslında önemli olan diğer bir konuda “sadık” müşteri ve tavsiye edilen verileri de kullanmaya özen göstererek bu tip pazarlama tekniklerini de kullanırız (Y-7).*

*Her türlü pazarlama tekniği kullanılmaktadır aslında genel anlamda. Ama yönelim sosyal medya ve internet olunca daha çok doğrudan pazarlama yapılmaktadır. Tüketicieye direkt ulaşabilmenin en kolay ve maliyeti en düşük yöntem olması sebebiyle (Y-8).*

Yöneticiler tarafından verilen yanıtlara göre, yeni mal ve hizmet geliştirmede kullanılan pazarlama teknikleri doğrudan pazarlama araçlarının yoğun kullanımından oluşmakta olup pazar araştırmaları ile desteklenmektedir.

## **SONUÇ ve ÖNERİLER**

Hizmet sektöründe yer alan otel işletmeleri günümüzde hızla gelişme kaydetmekle beraber herhangi bir ulusun turizm gelişimi için oldukça önemli bir konumda yer almaktadır. Ülkelerin rekabet ortamında stratejik bir sektör olarak turizmin gelişmesi için kilit bir unsur olan otel işletmelerinin pazar odaklılık uygulamalarını araştırmak, turizmi motive edecek eylemler için önemlidir.

Günümüzde son derece rekabetçi küresel pazarda, üst düzey yöneticiler, daha iyi performansla bağlantılı kurumsal stratejiler veya yeteneklerin yürütülmesi yoluyla kurumsal etkinliklerini geliştirmeye çalışmaktadırlar. Bu bağlamda pazar odaklılık, bir işletmenin mevcut belirsiz iş ortamında rekabetçi kalabilmesi için çok önemli bir strateji veya yetenek haline gelmektedir (Goldman ve Grinstein, 2010).

Çalışmanın amacını otel işletmelerinde görev yapmakta olan üst düzey yöneticilerin pazar odaklılık konusuna bakış açıları ve işletmeleri bünyesinde uygulanmakta olan pazar odaklılık faaliyetlerinin araştırılması oluşturmaktadır. Bu doğrultuda, Türkiye'nin en önemli turizm destinasyonları arasında yer alan Alanya'da faaliyet gösteren 4 ve 5 yıldızlı otel işletmeleri araştırmanın örneklemini oluşturmaktadır. Bu işletmelerde üst düzey yönetici olarak çalışan bireylere pazar odaklılığa ilişkin olarak yapılandırılmış sorular yöneltilmiş, verilen yanıtlar 7 tema ve 64 alt tema altında kodlanmıştır.

Araştırma bulgularına göre yöneticiler otellerinde, *Müşteri İhtiyaçlarını Anlamaya Yönelik Uygulamalar* arasında anket formlarından CRM kayıtlarına kadar uzanan çeşitli uygulamalardan faydalanmaktadırlar. Buna göre, hem teknolojik hem de mevcut kaynaklar ile işletmelerinde yenilikçi faaliyetleri bir arada uygulamaktadırlar. *Rakip İşletmelerin Pazarlama Stratejilerini Anlamaya Yönelik Uygulamalar* konusunda yöneticiler müşteri beklentilerini ön planda tutmaktadır. Rakip işletmelerin fiyat politikaları izlenmekte olup müşteri davranışları da dikkate alınmaktadır. Bu bağlamda, rekabetçi bir piyasada faaliyet gösteren otel işletmelerinin rakiplerini takip etmesi, güncel gelişmelerden ve pazar bilgisinden haberdar olması işletmelerin daha uzun vadede ve sürdürülebilir anlamda hayatta kalmasını sağlayabilecektir. *Pazar bilgisi oluşturmada yararlanılan araçlara* yönelik olarak verilen yanıtlara göre, yöneticiler pazar bilgisi oluşturmada daha çok pazar araştırması yaparak, fuarlara katılarak, yerel ve ulusal turizm kuruluşları ile iletişimlerini sürdürerek veri sağlamaktadırlar. Bu sayede yöneticiler yerelden ulusala, hatta uluslararası boyuta kadar işletmelerini geliştirme faaliyetinde bulunmaktadır.

İşletme içi koordinasyon konusunda Yöneticiler tarafından verilen yanıtlar incelendiğinde departman toplantılarında güncel durumlar paylaşarak her bölüm organizasyonlarla ilgili bilgilendirilmektedir ve toplantı notları yapılacak olan organizasyonlar kayıt altına alındığından dolayı program üzerinde takibi yapılmaktadır. Ayrıca departmanlar arası hizmet kalitesi konusuna da önem verildiği söylenebilir. *Müşteri memnuniyetine ilişkin verilerin ilgili departmanlara iletimine* ilişkin olarak, personel ile çeşitli şekillerde (e-mail, toplantı vs.) iletişim kurularak istişarelerde bulunmaktadır. Ayrıca Misafir İlişkileri Departmanı (Guest Relationship) bu konuda çalışanlara gerekli bilgilendirmeleri sağlamaktadır. Müşteri ihtiyaçlarına yönelik ürün ve hizmet geliştirmede yararlanılan araçların neler olduğu sorusuna verilen yanıtlara göre, yöneticilerin müşteri ihtiyaçlarına yönelik

ürün ve hizmet geliştirmede daha çok tanıtımlar yoluyla ve rakiplerini analiz ederek girişimlerde buldukları görülmektedir. Bu doğrultuda her departmanın kendi içerisinde örgütlenerek gerekli ve güncel değerlendirmeleri yaptığı söylenebilir. *Yeni mal ve hizmet geliştirmede kullanılan pazarlama tekniklerine* yöneticiler tarafından verilen yanıtlara göre, yeni mal ve hizmet geliştirmede kullanılan pazarlama teknikleri doğrudan pazarlama araçlarının yoğun kullanımından oluşmakta olup pazar araştırmaları ile desteklenmektedir.

Araştırma, pazar odaklılık uygulamalarını tespit eden farklı temaları vurgulamakta olup aynı zamanda yöneticilerin bir işletmenin pazar odaklılık yaklaşımlarına bakış açısını ortaya koymaktadır. Bulgular, yöneticilerin, daha yüksek kurumsal performans sergilemek ve rakiplerine karşı daha başarılı konumda bulunabilmek için pazar odaklılık yaklaşımlarını uygulamaları gerektiğini göstermektedir. Bir işletmenin başarısının, bir işletmenin üst düzey yöneticilerinin yönetim anlayışına bağlı olduğu düşünüldüğünde yöneticilerin pazarlama faaliyetleri ve uygulamalarını ne oranda hayata geçirdikleri de önem teşkil etmektedir. Bu bakımdan çalışma sonuçlarının turizm ve seyahat işletmelerinde pazar odaklılık konusunu üst düzey yönetim açısından ele alan Upadhyay ve Baber (2013) tarafından yapılan çalışma sonuçları ile desteklendiği söylenebilir.

Bu araştırmadan elde edilen sonuçlar, nitel araştırma metodolojisinin benimsenmesinin doğasında var olan özellikler ışığında teoriye genellenebileceğinden, bu alanda daha fazla araştırma yapılması önerilmektedir. Özellikle, yöneticilerin bakış açısını daha da geliştirmek için pazar odaklı stratejilerin uygulanmasında otel işletmeleri çalışanlarının perspektifleri ve uygulamaların onlar üzerindeki etkileri değerlendirilebilir. Bu sayede pazar odaklılık ilkelerini işlevsel hale getirme konusunda hangi temaların daha önemli olduğunun anlaşılması sağlanabilir. Ayrıca, bu alanda yapılacak daha fazla araştırma, pazar odaklı tüm otel işletmelerinin stratejilerini değerlendirirken göz önünde bulundurması gereken test edilmiş temalar geliştirme potansiyeline sahiptir. Bununla birlikte, sektör ve uygulayıcılar için öneriler ise şu şekilde sıralanabilir:

- Otel yöneticileri, üstün performans elde etmek için pazar odaklılık uygulamaları oluşturmalı ve sürdürmelidir.
- Otel işletmeleri için oldukça önemli bir konuma sahip olan dijital pazarlama uygulamalarına yer verilerek günümüz post-modern turistin beklentileri karşılanmalıdır.
- Pazar odaklılık felsefesiyle ilgili olarak çalışanlara başarılı bir bilgi aktarımı sağlanmalıdır.
- İşletmenin marka değerlerini yansıtarak çalışanlarla sürekli ilişki kurulmalıdır.
- Otel işletmeleri rakip ve diğer paydaşlara yönelik pazarlama araştırmaları yapmalıdır.

#### **KAYNAKÇA**

- Aaker, D. ve Joachimsthaler, E. (2000). *Brand Leadership*, Free Press, New York.
- Akbaba, A. ve Erenler, E. (2008). "Otel İşletmelerinde Yöneticilerin Liderlik Yönelimleri ve İşletme Performansı İlişkisi". *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 19(1), 21-36.
- Alnawas, I. ve Hemsley-Brown, J. (2018). "Market Orientation and Hotel Performance: Investigating The Role Of High-Order Marketing Capabilities". *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. Vol. 31 No. 4, pp. 1885-1905.
- Altunel, M. C. ve Saldamlı, A. (2012). "Otel İşletmelerinin Pazar Odaklılık, Kurumsal Strateji ve Finansal Performanslarının Analizi: İstanbul Örneği". *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Yıl: 11 Sayı: 21 Bahar 2012 / 1 s.75-86.
- Anwar, S. A. (2008). "A Factor Analytic Investigation Of The Construct Of Market Orientation". *International Journal of Management*, 25(1), 186.
- Bulut Ç., Yılmaz, C. ve Alpkan, L. (2009). "Pazar Oryantasyonu Boyutlarının İşletme Performansına Etkileri". *Ege Akademik Bakış*, 9(2): 513-538.
- Çakıcı, A. C. ve Eren, D. (2005). "Otel İşletmeciliğinde Pazar Yönlülük ve Pazar Yönlülük-Performans İlişkisi Üzerine Bir Araştırma ve Sonuçları". *Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 23(1), 157-178.

- Çoban, G. (2017). Otel İşletmelerinde İçsel Pazarlama ve İşletme Performansı İlişkisinde Pazar Odaklılığın Rolü: Nevşehir Örneği. Doktora Tezi. Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Dabrowski, D., Brzozowska-Woś, M., Gołąb-Andrzejak, E., ve Firgolska, A. (2019). "Market Orientation and Hotel Performance: The Mediating Effect of Creative Marketing Programs". *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 41, 175-183.
- de Chernatony, L. ve Dall'Olmo Riley, F. (1997). "The Chasm Between Managers' and Consumers' Views of Brands: The Experts' Perspectives", *Journal of Strategic Marketing*, Vol 5, pp. 89-104.
- Deng, S. ve Dart, J. (1994). "Measuring Market Orientation: A Multi-Factor, Multi-Item Approach", *Journal of Marketing Management*, Vol. 10 No. 8, pp. 725-742.
- Goldman, A. ve Grinstein, A. (2010). "Stages in the Development of Market Orientation Publication Activity". *European Journal of Marketing*, 44, 1384-1409.
- Gray, B., Matear, S., Boshoff, C. ve Matheson, P. (1998). "Developing a Better Measure of Market Orientation". *European Journal of Marketing*, Vol 32, 884-903.
- Gummesson, E. (1991). "Marketing – Orientation Revisited: The Crucial Role of the Part Time Marketer", *European Journal of Marketing*, Vol 25 No 2, pp. 60-75.
- Harris, L. ve Ogbonna, E. (2000). "The Responses of Front Line Employees to Market Oriented Culture Change", *European Journal of Marketing*, Vol 34 No 3/4, pp. 318-340.
- Harris, L. C. ve Watkins, P. (1998). "The Impediments to Developing A Market Orientation: An Exploratory Study of Small UK Hotels". *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. 10 (6):221–6.
- Hinson, R. E., Abdul-Hamid, I. K. ve Osabutey, E. L. (2017). "Investigating Market Orientation and Positioning in Star-Rated Hotels in Ghana". *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. Vol. 29 No. 10, pp. 2629-2646.
- James L. ve Thomas, O. (2000). "Putting the Services –Profit Chain to Work". *Harvard Business Review*, 164-174.
- Jaworski, B. J. ve Kohli, A. K. (1993). "Market Orientation: Antecedents and Consequences", *Journal of Marketing*, Vol. 57 No. 3, pp. 53-70.
- Kara, A., Spillan, J. E. ve Deshields, O.W. (2005). "The Effect Of A Market Orientation On Business Performance: A Study Of Small-Sized Service Retailers Using MARKOR Scale", *Journal of Small Business Management*, Vol. 43No. 2, pp. 105-118.
- Kohli, A. ve Jaworski, B. (1990). "Market Orientation: The Construct, Research Propositions and Managerial Implications", *Journal of Marketing*, Vol 54 No 2, pp. 35-58.
- Kohli, A. K., Jaworski, B. J. ve Kumar, A. (1993). "MARKOR: A Measure of Market Orientation". *Journal of Marketing Research*, 30, 467-477.
- Langerak, F. (2001). "Effects of Market Orientation On The Behaviors Of Salespersons And Purchasers, Channel Relationships, And Performance Of Manufacturers". *International Journal of Research in Marketing*, 18(3), 221-234.
- Lewis, R. C., Chambers, R. E. ve Chacko, H. E. (1995). *Marketing Leadership in Hospitality: Foundations and Practices* (2nd ed), Van Nostrand Reinhold, United States of America.
- Li, Y., Zhao, Y., Tan, J. ve Liu, Y. (2008). "Moderating Effects of Entrepreneurial Orientation on Market Orientation-Performance Linkage: Evidence from Chinese Small Firms". *Journal of Small Business Management*, 46 (1), 113–133.
- Lin, C.H., Peng, C.H. ve Kao, D.T. (2008). "The Innovativeness Effect of Market Orientation and Learning Orientation on Business Performance", *International Journal of Manpower*, 29(8), 752-772.
- Miles, M. B. ve Huberman, A. M. (1994). *Qualitative Data Analysis: An Expanded Sourcebook*, SAGE Publications, inc., London.
- Mokhtar, S. S. M., Yusoff, R. Z. ve Ahmad, A. (2014). "Key Elements of Market Orientation on Malaysian SMEs Performance". *International Journal of Business and Society*, 15, 49-64.

- Morgan, D. L. ve Morgan, R. K. (2008). *Single-Case Research Methods For The Behavioral And Health Sciences*. SAGE Publications.
- Narver, J. ve Slater, S. (1990). "The Effect of a Market Orientation on Business Profitability", *Journal of Marketing*, Vol 54 No 5, pp. 20-35.
- Okumuş, F. (2003). "A Framework to Implement Strategies in Organizations". *Management Decision*, 41, 871-882.
- Pulendran, S., Speed, R. ve Widing II, R. (2000). "The Antecedents and Consequences of Market Orientation in Australia", *Australian Journal of Management*, Vol 25 No 2, pp. 119-144.
- Ramayah, T., Samat, N. ve Lo, M. C. (2011). "Market Orientation, Service Quality and Organizational Performance in Service Organizations in Malaysia". *Asia-Pacific Journal of Business Administration*, 3, 8-27.
- Sampaio, C. A., Hernández-Mogollón, J. M. ve Rodrigues, R. G. (2019). "Assessing the Relationship between Market Orientation and Business Performance in the Hotel Industry—The Mediating Role of Service Quality". *Journal of Knowledge Management*. Vol. 23 No. 4, pp. 644-663.
- Sin, L. Y., Alan, C. B., Heung, V. C. ve Yim, F. H. (2005). "An Analysis of the Relationship Between Market Orientation and Business Performance in the Hotel Industry". *International Journal of Hospitality Management*, 24(4), 555-577.
- Suliyanto, S. ve Rahab, R. (2012). "The Role of Market Orientation and Learning Orientation in Improving Innovativeness and Performance of Small and Medium Enterprises", *Asian Social Science*, 8(1), 134-145.
- Upadhyay, Y. ve Baber, R. (2013). "Market Orientation and Organizational Performance in Tourism and Travel Industry". *Journal of Business and Management*, 10(2), 17-27.
- Varey, R. (1995). "Internal Marketing: A Review and Some Interdisciplinary Research", *International Journal Of Service Industry Management*, Vol 6 No 1, pp. 40.
- Vieira, V. A. (2010), "Antecedents and Consequences of Market Orientation: A Brazilian Meta-Analysis and an International Mega-Analysis", *BAR - Brazilian Administration Review*, Vol. 7 No. 1, pp. 40-58.
- Vincent, L. (2000). "The Brand That Binds", *Bank Marketing Washington*, Vol 32 No 11, pp. 24 –29.
- Webb, D., Webster, C. ve Kreppa, A. (2000). "An Exploration of the Meaning and Outcomes of A Customer Defined Market Orientation", *Journal of Business Research*, Vol 48, pp. 101-112.
- Wood, V. R., Bhuian, S. ve Kiecker, P. (2000). "Market Orientation and Organizational Performance in Not-For-Profit Hospitals". *Journal of Business Research*, 48(3), 213-226.
- Zhou, K. Z., Yim, C. K. ve Tse, D. K. (2005). "The Effects of Strategic Orientations on Technology- and Market-Based Breakthrough Innovations". *Journal of Marketing*, 69 (2), 42–60.

#### **Beyan ve Açıklamalar (Disclosure Statements)**

1. Bu çalışmanın yazarları, araştırma ve yayın etiği ilkelerine uyduklarını kabul etmektedirler (The authors of this article confirm that their work complies with the principles of research and publication ethics).
2. Yazarlar tarafından herhangi bir çıkar çatışması beyan edilmemiştir (No potential conflict of interest was reported by the authors).
3. Bu çalışma, intihal tarama programı kullanılarak intihal taramasından geçirilmiştir (This article was screened for potential plagiarism using a plagiarism screening program).







Article Info/Makale Bilgisi

✓Received/Geliş:04.09.2020 ✓Accepted/Kabul:24.03.2021

DOI:10.30794/pausbed.790532

Araştırma Makalesi/ Research Article

Uğur, U. ve Kılıçer, T. (2021). "Tüketicilerin Kurumsal Sosyal Sorumluluk Uygulamalarına Yönelik Algıları: Şüphencilik ve Marka Bağlılığı Üzerine Bir Profil Araştırması", *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı 48, Denizli, ss. 341-363.

## TÜKETİCİLERİN KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK UYGULAMALARINA YÖNELİK ALGILARI: ŞÜPHECİLİK VE MARKA BAĞLILIĞI ÜZERİNE BİR PROFİL ARAŞTIRMASI\*

Uğur UĞUR\*\*, Tuğba KILIÇER\*\*\*

### Öz

Bu araştırmanın amacı, tüketicilerin kurumsal sosyal sorumluluk uygulamalarına yönelik algılarını şüphencilik perspektifinden inceleyerek profillerini ortaya koymak ve farklı profillere sahip tüketicilerin marka bağlılığının farklılaşp farklılaşmadığını belirlemektir. Araştırmada tüketicilerin sosyal sorumluluk uygulamalarına yönelik şüphencilik eğilimleri "İkna Bilgi Modeli" açısından incelenmiştir. Veriler analiz edilirken açıklayıcı faktör analizi, kümeleme analizi, diskriminant analizi ve tek yönlü varyans analizi kullanılmıştır. Araştırmada sosyal sorumluluk uygulamalarına yönelik şüphencilik boyutları; işletme bilgisi, konu bilgisi, ikna bilgisi ve tutundurma karşıtlığı olmak üzere dört boyuttan oluşmaktadır. Marka bağlılığının boyutları ise bilişsel, duygusal, davranışsal ve çoklu marka bağlılığı olarak belirlenmiştir. Katılımcılar şüphencilik eğilimlerine göre sosyal sorumluluk karşıtları, ılımlı şüphencilik, sosyal sorumluluğu destekleyenler ve şüpheli olmayanlar olarak dört kümede toplanmaktadır. Dört küme arasında marka bağlılığı boyutları bakımından da anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir. Kümeleri birbirlerinden en iyi ayırt eden özellikler arasında birinci en güçlü fonksiyon işletme bilgisi, ikincisi ise ikna bilgisidir. Bu sonuçlar doğrultusunda uygulamaya ve gelecekteki araştırmalara dönük önerilerde bulunulmuştur.

**Anahtar Kelimeler:** Kurumsal Sosyal Sorumluluk, İkna Bilgi Modeli, Tüketici Şüphenciliği, Marka Bağlılığı.

## CONSUMERS' PERCEPTIONS ABOUT CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY PRACTICES: A PROFILE RESEARCH ON SKEPTICISM AND BRAND LOYALTY

### Abstract

This research aims to determine the profiles of consumers' perceptions about corporate social responsibility practices from the perspective of skepticism and whether the brand loyalty of consumers with different profiles differed. In research, the skepticism tendencies of the consumers towards social responsibility practices were examined in terms of the "Persuasion Knowledge Model". In the analysis of the data, explanatory factor analysis, cluster analysis, discriminant analysis, and one-way variance analysis were used. It is determined that the dimensions of skepticism as agent knowledge, topic knowledge, persuasion knowledge and opposition of promotion, dimensions of brand loyalty as cognitive, affective, action, and multi-brand loyalty. Participants are divided into four clusters according to the tendencies of skepticism: social responsibility opponents, moderate skeptics, social responsibility supporters, and non-skeptics. Significant differences are also found among the four clusters in terms of brand loyalty dimensions. Among the features that distinguish the clusters from each other best the first powerful function is agent knowledge, the second is persuasion knowledge. In the direction of the results, suggestions were offered for implementation and future research.

**Keywords:** Corporate Social Responsibility, Persuasion Knowledge Model, Consumer Skepticism, Brand Loyalty.

\*Bu çalışma, Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü'nde tamamlanan "Tüketiciler Kurumsal Sosyal Sorumluluk Uygulamalarını Nasıl Algılıyor? Tüketici Şüphencilik Perspektifinden Bir Araştırma" başlıklı doktora tezinden türetilmiştir.

\*\*Dr. Öğr. Üyesi, Cumhuriyet Üniversitesi, Gemerek Meslek Yüksekokulu Büro Hizmetleri ve Sekreterlik Bölümü, SİVAS.  
e-posta:uugur@cumhuriyet.edu.tr, (<https://orcid.org/0000-0001-6009-6356>)

\*\*\*Doç. Dr., Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü Taşlıçiftlik Yerleşkesi TOKAT.  
e-posta:tugba.kilicer@gop.edu.tr, (<https://orcid.org/0000-0003-4583-7915>)

## 1. GİRİŞ

Günümüzde özellikle küreselleşme ve teknolojik gelişmelerin etkisiyle, başta çevresel konular olmak üzere pek çok sosyal sorumluluk konusunda tüketicilerin farkındalık ve bilinç düzeyi artmıştır. Böylece işletmelerin ekonomik fayda yaratmanın yanı sıra toplumun refahını artırmaya yönelik girişimleriyle ilgili beklentiler farklılaşmıştır. Bu durum, genel olarak işletmelerin topluma karşı yükümlülüklerini temsil eden Kurumsal Sosyal Sorumluluk kavramını gündeme getirmiştir. Sosyal sorumluluk uygulamaları, bir yandan işletmelere çevrelerine verdikleri zararı telafi etme ya da en aza indirme imkânı vermektedir. Bu uygulamalar diğer taraftan işletmenin olumlu imaj ve itibar oluşturma sürecine katkı sağlayarak işletmeye rekabet üstünlüğü sağlamaktadır. Bu açıdan bakıldığında kurumsal sosyal sorumluluk kilit bir başarı faktörü olarak değerlendirilmektedir. Kâr amacı gütmeyen kuruluşların yaşamlarını sürdürebilmek için işletmelerle işbirliğine ihtiyaç duymaları da kurumsal sosyal sorumluluğun yükselişinde etkili bir faktör olarak görülmektedir (Dalal, 2020). Birçok işletmenin bu motivasyonlarla toplumu ilgilendiren farklı konularda çeşitli sosyal sorumluluk kampanyaları yürüttükleri göze çarpmaktadır. Bu kampanyaların gerçek anlamda amacına ulaşmasında sosyal sorumluluk uygulamalarının tüketiciler tarafından nasıl algılandığı önemlidir. Sosyal sorumluluk uygulamaları ile işletmenin tam olarak neyi amaçladığı, samimi mi yoksa stratejik mi davrandığı yönündeki algılar, tüketicilerin bu uygulamalara karşı geliştireceği tepkileri etkilemektedir. Tüketicilerin sosyal sorumluluk uygulamalarına şüpheyle bakması ikna olmalarını zorlaştırmakta, markaya karşı tutum ve davranışlarını da etkilemektedir. Yapılan araştırmalar tüketicilerin kurumsal sosyal sorumluluk uygulamalarına yönelik şüpheli eğilimlerinin marka sadakatini, markaya yönelik tutumları olumsuz yönde etkilediğini göstermektedir. Tüketiciler, sosyal sorumluluk meselesini işletmenin tamamıyla bütünleştiremeyen, sosyal sorumluluğa işletmenin özvarlığından kaynaklanan bir iyilik hareketi olarak bakamayan işletmeleri samimiyetsiz bulmakta, bu durum sadakati olumsuz yönde etkileyebilmektedir. Literatürde sosyal sorumluluk algılarının marka sadakati üzerindeki olumlu etkisi farklı araştırmalarda ele alınmasına rağmen, sektörler açısından bir değerlendirme yapıldığında araştırmacıların fast food markalarının sosyal sorumluluk uygulamalarına yönelik algılara çok odaklanmadıkları göze çarpmaktadır. Oysa fast food markaları insan sağlığı ve çevresel konular açısından kamuoyu tarafından ciddi biçimde eleştirilen sektörlerin başında gelmektedir. Dolayısıyla fast food markalarının sosyal sorumluluk girişimleri samimiyetsiz bulunmakta ve bu markaların kendilerini aklama çabası olarak değerlendirilebilmektedir. Bu durum fast food gibi sektörlerde tüketicilerin sosyal sorumluluk profillerinin belirlenmesini önemli hale getirmektedir.

Kurumsal sosyal sorumluluk pazarlama perspektifinden değerlendirildiğinde sosyal amaçlı teşvikler, kurumsal hayırseverlik, kurumsal sosyal pazarlama, amaca yönelik pazarlama, toplum gönüllüğü, sosyal sorumluluk esaslı iş uygulamaları gibi farklı uygulamaları bünyesinde barındırmaktadır. Yapılan araştırmalar incelendiğinde araştırmacıların bu uygulamalar içerisinde özellikle amaca yönelik pazarlama uygulamalarına yoğun ilgi gösterdikleri göze çarpmaktadır. Bununla birlikte fast food sektörünü de kapsayan birçok sektörde faaliyet gösteren işletmelerin farklı uygulamalarla sosyal sorumlu davranma çabası içine girdikleri görülmektedir. Bu nedenle işletmelerin sosyal sorumluluk uygulamalarına yönelik algıları, işletmenin sosyal sorumluluk amacı taşıyan tüm girişimleri açısından belirlemek konunun daha bütüncül bir bakış açısıyla ele alınmasını sağlayacaktır.

Kurumsal sosyal sorumluluğa yönelik şüpheli eğilimler belirlenirken şüpheliğin kaynağının ortaya çıkarılması da oldukça önemlidir. Tüketicilerin şüpheli eğilimlerinin işletmenin kendisiyle ilgili algılardan mı kaynaklandığı, işletmenin sosyal sorumluluk girişimlerinin nasıl algılandığı ile ilgili mi olduğu, sosyal sorumluluk mesajlarının tüketicilere ulaştırılması ile ilgili mi olduğu gibi soruların cevaplanması işletmelerin stratejik dönüşümü açısından fayda sağlayacaktır. Bu durum tüketicilerin şüpheli eğilimlerinin, işletmeye ve sosyal sorumluluk girişimlerine yönelik bilgisi üzerinden değerlendirilmesini önemli hale getirmektedir. Bu araştırma; kurumsal sosyal sorumluluk, marka bağlılığı ve şüphelilik bağlamında teori ve uygulamaya yönelik yukarıda ifade edilen katkıları ortaya çıkarmaya odaklanmaktadır. Araştırma ile fast food sektöründe faaliyet gösteren bir markanın kurumsal sosyal sorumluluk uygulamalarına yönelik tüketici eğilimleri şüphelilik perspektifiyle incelenmiş, farklı şüphelilik düzeylerinin marka bağlılığına nasıl yansıtıldığı belirlenmiştir.

## 2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Günümüzde işletmeler için kaliteli mal veya hizmet üretmenin yanı sıra toplumsal sorunların çözümüne sundukları katkı da onları farklı kılan önemli bir konudur. İçinde faaliyet gösterdikleri topluma karşı sorumluluklarını yerine getirmek ve işletme, çalışanlar ve tüm toplumun çıkarlarını koruma konusunda dengeyi sağlamak işletmeler için başarı şansını artıran unsurlardır (Özgen, 2007: 1-2). Sosyal sorumluluk bugünün dünyasında bireylerin yanı sıra tüm kurum ve kuruluşları sosyal sorumluluklarını yerine getirme yönünde çalışmalar yapmaya teşvik eden güncel bir alan olmuştur (Saran vd., 2011: 3734). Sosyal sorumluluk kurumsal açıdan değerlendirildiğinde, işletmelerin topluma karşı ekonomik, yasal, etik ve gönüllülük olmak üzere dört alandaki sorumluluklarını kapsayan bir dizi yükümlülüğü ifade etmektedir (Carroll, 1979: 499). İşletmeler hissedarlar için kârlılık, çalışanlar için iyi istihdam olanakları ve verimli çalışma koşulları sağlayarak, müşteriler için uygun fiyatlı ve kaliteli ürünler üreterek ekonomik anlamda sorumlu davranırlar. Devlet ve yerel yönetimler tarafından yazılı hale getirilen kurallara uyarak yasal sorumluluklarını, yasalarda yer almayan ancak toplumun işletmelerden beklediği doğru ve adil davranışlarla etik sorumluluklarını yerine getirmektedir. İşletme yöneticileri ve çalışanları zorunluluk dışında gönüllü davranışlarla da toplumsal refahı geliştirmeye katkı sağlamaktadır (Serinikli, 2018). Sosyal sorumluluk işletme ve toplum arasındaki örtük sosyal bir sözleşmedir. Kurumsal sosyal sorumlu davranmak, işletmelerin toplumun uzun vadeli istek ve ihtiyaçlarına cevap vermelerini, toplumu ilgilendiren önemli sorunlara olumlu katkı sağlamalarını, faaliyetlerinin toplum üzerindeki olumsuz etkilerini en aza indirmelerini sağlayan bir zorunluluk olarak görülmektedir (Lantos, 2001: 600). Sosyal sorumluluk faaliyetleri ile işletmeler faaliyetlerinde toplum yararını gözetmekte ve bir anlamda toplumdaki aldığını topluma geri vermektedir (Özdemir, 2009: 57). Kurumsal sosyal sorumluluk ile işletmeler ekonomik sorumluluklarının yanı sıra sosyal ve çevresel konularla ilgili faaliyetleri hayata geçirmektedir. Böylelikle sosyal sorunların çözümüne katkı sağlayarak toplumun yaşam kalitesini artırmaktadırlar. Bunun yanı sıra enerji tüketimini ve çevresel atıkları azaltacak politikaları hayata geçirerek sürdürülebilirlik konusunda sorumlu hareket etmektedirler (Elmas Atay ve Tüzüner, 2018). Kurumsal anlamda sosyal sorumlu davranmak, yoğun rekabetin yaşandığı günümüz pazar ortamında işletmelere avantajlar sağlamaktadır. Sosyal sorumluluk çabaları işletmelerin kendilerini rakiplerinden farklılaştırmasını kolaylaştırmaktadır. Müşteri ve çalışan memnuniyetinin artması, kurumsal imaj ve itibarın gelişimine katkı sağlaması (Erkman ve Şahinoğlu, 2012: 268), marka bağlılığı ve olumlu ağızdan ağıza iletişim gibi performans kriterlerini olumlu yönde etkilemesi sosyal sorumluluğun diğer avantajları olarak karşımıza çıkmaktadır.

Sosyal sorumluluk faaliyetleri günümüzde işletmelerin pazarlama iletişim çabalarının önemli bir bölümünü oluşturmaktadır. Bu açıdan ele alındığında kurumsal sosyal sorumluluk kapsamında işletmelerce farklı uygulamaların yapıldığı görülmektedir. Kotler ve Lee (2005) kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerini pazarlama perspektifinden altı farklı uygulama açısından ele almaktadır. Buna göre, işletmeler sosyal amaçlı teşvikler, amaca yönelik pazarlama uygulamaları, kurumsal sosyal pazarlama, kurumsal hayırseverlik, toplum gönüllülüğü ve sosyal sorumluluk esaslı iş uygulamaları gibi farklı uygulamalarla topluma karşı sorumluluklarını yerine getirmektedirler. *Sosyal amaçlı teşviklerde*, işletmenin amacı sosyal bir konudaki farkındalık ve ilgiyi arttırmak veya sosyal bir amaca yönelik fon toplamaktır. Bu doğrultuda sosyal amaçlı teşviklere katılım sağlamak veya gönüllü toplamak için işletme fon, mal ve hizmet yardımı gibi kaynaklar sağlayarak sosyal sorumluluğunu yerine getirmektedir (Kotler ve Lee, 2005: 51). Sosyal amaçlı teşvikleri diğer uygulamalardan ayıran en önemli iki özellik şudur: Sosyal amaçlı teşvikler ürün satışına bağlı olmayan uygulamalardır ve bu teşvikler ile bireysel anlamda davranış değişikliği yaratmak amaçlanmaz. *Amaca yönelik pazarlama uygulamaları*, işletmeler ile kâr amacı gütmeyen kuruluşların iş birliğine dayanan ticari uygulamalardır. Amacı yönelik pazarlama uygulamalarında her iki taraf uygulamadan karşılıklı yarar sağlar. Amaca yönelik pazarlama uygulamalarında amaç tarafların iş birliğiyle bir imajı, ürünü veya hizmeti pazarlamaktır (Mir, 2015: 171). Amaca yönelik pazarlama uygulamalarında işletme satış gelirlerinin belirli bir yüzdesini sosyal bir sorunu çözmek için bir hayır kurumuna bağışlamakta veya kamusal olaylarla ilişkilendirmektedir (Dwivedi, 2016: 26). Dolayısıyla bu uygulamalarda yapılacak bağış miktarı ürün satışına bağlıdır. *Sosyal pazarlama*, ticari pazarlama ilkelerinin hedef kitlelerin kişisel refahını arttırmaya ve toplumu iyileştirmeye yönelik gönüllü davranışları desteklemek için tasarlanan programların analizine, planlanmasına, uygulanmasına ve değerlendirilmesine uygulanmasıdır (Andreasen, 2003: 296). Davranış değiştirmeye odaklanması, sosyal pazarlama uygulamalarını diğer uygulamalardan farklılaştırmaktadır. *Kurumsal hayırseverlik*, işletmenin bir hayır kurumuna ya da bir sosyal amaca, nakit yardımı, bağış veya mal ve

hizmet sağlama şeklinde doğrudan destekte bulunmasıdır. Kurumsal hayırseverlik, kurumsal sosyal sorumluluk uygulamaları içerisinde en geleneksel olanıdır. Bu uygulamalar toplum sağlığı, eğitim, sanat ve çevresel konularda sorumluluk faaliyetleri yürüten organizasyonlara büyük kaynaklar sağlamaktadır (Kotler ve Lee, 2005: 141). Kurumsal hayırseverlik uygulamalarında, herhangi bir kuruluş ile ortaklık kurulmamaktadır. Bu uygulamalar ürün satışına bağlı değildir. Ayrıca kurumsal hayırseverlik ile herhangi bir davranış değişikliği amaçlanmamaktadır. *Toplum gönüllülüğü*, işletmenin özellikle çalışanlarını, perakende ortaklarını ve acentelerini gönüllü olarak sosyal amaçlı etkinlikleri desteklemek üzere yönlendirdiği bir uygulamadır. Toplum gönüllülüğü uygulamalarında işletmenin çalışanları, bireysel ve gönüllülük esasına dayalı olarak yerel organizasyonların sosyal faaliyetlerine (örneğin, yollara atılmış çöpleri toplamak gibi) destek vermektedir (Kotler ve Lee, 2005: 171). *Sosyal sorumluluk esaslı iş uygulamaları*, bizzat işletmenin benimsediği ve yürüttüğü uygulamalardır. Bu uygulamaların amacı daha çok işyerindeki faaliyetlerle toplumun refahını iyileştirmeye ve çevreyi korumaya destek olmaktır (Kotler ve Lee, 2005: 201).

Toplumsal pazarlama anlayışını benimseyen işletmeler bu uygulamalarla toplumun uzun vadedeki refahını artırmaya yönelik girişimlerde bulunmaktadır. İşletmeler sosyal sorumluluk uygulamalarının içeriği, hedefi ve kapsamı konusunda tüketicilerle ve genel anlamda kamuoyuyla iletişim kurmaktadır. İşletme ile tüketici arasında kurulan bu etkileşim tüketicilerin sosyal sorumluluk uygulamalarına yönelik algılarını şekillendirmektedir. Tüketiciler, sosyal sorumluluk ile ilgili bir mesajla karşılaştıklarında ya mesajı destekleme yönünde ya da şüpheli yönde eğilimler sergilemektedir. Tüketicilerin sosyal sorumluluk mesajlarına karşı kuşkuyla bakmaları işletmelerin sosyal sorumluluk amaçlarına ulaşması önünde önemli bir engeldir. Bu açıdan şüpheli eğilimlerin azaltılması ve giderilmesi, işletmenin sosyal sorumluluk misyonunun anlaşılması ve sosyal sorumluluk amaçlarının hayata geçirilmesi bakımından önemlidir.

Tüketici şüpheliği, en genel anlamıyla tüketicilerin işletmelerin pazarlama uygulamalarına inanmama eğilimlerini ifade etmektedir (Obermiller ve Spangenberg, 1998: 160). Bu eğilimler, kimi zaman tüketicilerin sosyal çevreleriyle yaşadıkları etkileşimler sonucu dolaylı öğrenme yoluyla oluşmaktadır. Şüpheli eğiliminin oluşumunda tüketicilerin markayla yaşadıkları kişisel deneyimler sonucu kazandığı bilgi ve değerlendirmeler de etkilidir. Bu durumda şüpheli doğrudan tecrübelerle kazanılmaktadır (de Pechpeyrou ve Odou, 2012: 48). Tüketicilerin şüpheli eğilimlerinde yararlandıkları bilgi, literatürde ikna bilgisi olarak adlandırılmaktadır. İkna bilgisi, insanlara ikna girişimlerini tanıma, analiz etme, yorumlama, değerlendirme, hatırlama olanağı sağlamaktadır (Friestad ve Wright, 1994: 3).

İkna bilgisi konusunda geliştirilen önemli modellerden biri Friestad ve Wright tarafından 1994 yılında geliştirilen İkna Bilgisi Modeli'dir. İletişimde alıcının aktif rol aldığı görüşünü temel alan bu model, tüketicinin kullandığı bilgi türlerini, bilgiyi işleme ve karar verme şeklini, seçim yaparken kullandığı kriterleri açıklamaya çalışmaktadır (Elpeze Ergeç, 2004: 49). İkna Bilgisi Modeli'nin temel iddiası, tüketicilerin ikna bilgisini kullanarak, işletmelerin kendilerini nasıl etkileyebileceğini anladıkları ve ikna olayını kendi amaçları doğrultusunda yönettikleridir. İkna Bilgisi Modeli'nde tüketicilerin ikna bilgisi, konu bilgisi ve ajans (işletme) bilgisi olmak üzere üç çeşit bilgidir yararlanarak şüpheli olup olmama konusunda bir tavır geliştirdikleri ifade edilmektedir. İkna bilgisi, işletmenin sosyal sorumluluk uygulamaları konusunda kurduğu iletişimin nasıl algılandığı ile ilgilidir. Tüketiciler sosyal sorumluluk uygulamalarının duyurulmasına kuşkuyla bakıyorlarsa, şüpheli eğilimleri artmaktadır. Tüketici, ikna bilgisi ile ikna girişimlerini anlamakta, yorum ve değerlendirme yapmaktadır. Ayrıca ikna bilgisi, tüketicinin, ikna mesajlarına karşı etkili ve uygun taktikler oluşturmaya yardımcı olmaktadır (Elpeze Ergeç, 2004: 54). Konu bilgisi, tüketicinin mesaja konu ürün ve hizmet hakkında bilgi birikimidir. Ajans bilgisi ise iknayı sunan yani mesajı kurgulayan işletmeye ilişkin tüketicinin düşünceleridir (Çavuşoğlu vd., 2016: 291). Ajans (işletme) bilgisi yalnızca kaynağa ilişkin bilgi ve değerlendirme yapmak için değil, aynı zamanda mesajla ilgili işletmenin gerekçeleri hakkında fikir yürütmeye de yardımcı olmaktadır (Ahluwalia ve Burnkrant, 2004: 27). Bu bilgilerle elde edilen öngörüler yoluyla ikna çabasına karşı bir tutum geliştirilmektedir. Bu bilgilerin toplamı ikna bilgisini oluşturmaktadır (Çavuşoğlu vd., 2016: 291). İkna Bilgisi Modeli'ne göre, tüketici şüpheliği, tüketicinin sahip olduğu ikna bilgisi düzeyine göre değişmektedir. İkna bilgisi azaldıkça tüketici şüpheliği ve işletmelerin ikna çabalarına karşı direnç de azalmaktadır (Feick ve Gierl, 1996: 228; Groza vd., 2011: 641). Tüketicilerin pazardaki artan deneyimleri ve ikna bilgisi, ikna girişimi ile ilgili farkındalıklarını da artırmaktadır. Bu farkındalık da şüpheliği arttırmaktadır (Aytekin, 2015: 12). Şüpheli eğiliminin yüksek olması ise, tüketicilerin pazarlama uygulamalarına

karşı olumsuz tepkilerine yol açabilmektedir. Ayrıca tüketicilerin işletmenin iletişim çabalarına direnmelerine neden olabilmektedir (Lee, 2013: 11).

### **3. LİTERATÜR TARAMASI**

Kurumsal sosyal sorumluluk tüketici şüpheliği ve/veya marka bağlılığı bağlamında incelendiğinde, sosyal sorumlulukla ilgili algıların bağlılık ve satın alma niyeti ile ilişkisini inceleyen pek çok araştırma olduğu görülmektedir (Sen ve Bhattacharya, 2001; Schramm-Klein ve Zentes, 2008; Akbaş, 2010; Shabbir vd., 2010; Mishra vd., 2013; Öztürk ve Topuz Savaş, 2014; Chaudary ve Ali, 2016; Vlachos vd., 2016; Fatma ve Rahman, 2017; Söylemez ve Kayabaşı, 2017; Yapraklı vd., 2017; Summak, 2018; Cuesta-Valiño vd., 2019; Rivera vd., 2019; Urkut ve Cengiz, 2019). Aljarah ve Ibrahim (2020) yaptıkları meta-analiz çalışmasında kurumsal sosyal sorumluluğun marka sadakati üzerindeki etkisinin pozitif ve orta düzeyli bir etki olduğu üzerinde durmaktadır.

Tüketici şüpheliği konusunda ise yapılan ampirik araştırmaların çoğunluğunun reklama yönelik şüphelik üzerine yoğunlaştığı (Ford vd., 1990; Campbell, 1995; Obermiller ve Spangenberg, 1998; Bailey, 2007; Darke ve Ritchie, 2007; Elpeze Ergeç, 2009; Pomeroy ve Johnson, 2009; Tien ve Phau, 2009; Jackson, 2011; Akram vd., 2012; Richards, 2013; Lee, 2013; Deneçli, 2015; Şahin vd., 2016), son yıllarda tüketici tercihi açısından belirleyici rol oynayan sosyal sorumluluk konusunu, tüketici şüpheliği perspektifinden inceleyen araştırmaların azlığı dikkat çekmektedir.

Kurumsal sosyal sorumluluk uygulamalarını şüphelik açısından ele alan araştırmalar incelendiğinde; Yoon vd. (2006), tüketici şüpheliğinin sosyal sorumluluk uygulaması ile elde edilen faydaya göre değiştiği üzerinde durmaktadır. Chaisurivirat (2009) tüketicilerin Starbucks Coffee'nin sosyal sorumluluk uygulamalarına yönelik tutumları, markaya yönelik tutumları ve satın alma niyeti arasında olumlu ilişki olduğunu vurgulamaktadır. İşletmenin sosyal sorumluluk uygulamaları içerisinde, kurumsal hayırseverliğin diğer sosyal sorumluluk uygulamalarına göre daha olumlu etki yarattığı ortaya çıkmıştır. Elving (2012), tarafından yapılan araştırmada da iyi bir işletme itibarı ile sosyal uygulamaların amacı ve işletme arasındaki uyumun tüketici şüpheliğini düşürdüğü tespit edilmiştir. Skarmeas ve Leonidou'nun (2013) araştırmalarında, sosyal sorumluluk uygulamaları ile tüketicilerin şüpheli tepkileri arasındaki ilişkiyi inceledikleri görülmektedir. Araştırmacılar sosyal sorumluluk uygulamalarını; egoist odaklı (işletmenin ününü ve karlılığını artırmaya odaklandığı, gerçek anlamda bir desteğin algılanmadığı sosyal sorumluluk faaliyetleri), değer odaklı (gerçek anlamda toplumsal refahı artırdığı düşünülen sosyal sorumluluk faaliyetleri), stratejik odaklı (işletmenin sosyal bir amacı desteklerken işle ilgili amaçlara ulaşmaya çalıştığı faaliyetler) ve paydaş odaklı (paydaşların beklentilerini karşılamak için gerçekleştirilen faaliyetler) olmak üzere dört boyutta ele almışlardır. Araştırma sonuçları egoist ve paydaş odaklı uygulamalara karşı tüketici şüpheliğinin ortaya çıktığını, buna karşılık değer odaklı uygulamaların şüpheliği engellediğini göstermektedir. Araştırmada stratejik odaklı nedenler ile şüphelik arasında bir ilişki olmadığı tespit edilmiştir.

Sosyal sorumluluk faaliyetleriyle ilgili mesajların içeriğinin ve duyuru biçiminin şüphelik eğilimlerini farklılaştıracağını ileri süren araştırmacılar da bulunmaktadır. Örneğin, Yoon vd.'ne (2006) göre sosyal sorumluluk mesajlarının kitle iletişim araçları (gazete, dergi, vb.) yerine bizzat işletme tarafından duyurulması şüpheliği artırmaktadır. Tüketiciler bu durumda işletmenin sosyal sorumluluk amacını samimi bulmamakta ve sosyal sorumluluk uygulamalarına kuşkuyla bakmaktadır. Araştırmada işletme itibarının da şüphelik ile ilişkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Albayrak vd. (2010) çevre dostu (yeşil) ürünleri satın alan katılımcıların bile işletmelerin abartılı iddialarından ve mesajlarından rahatsızlık duyduklarını öne sürmektedir. Pouw (2013), Philips'in sosyal sorumluluk mesajlarının şüphelik ve işletmenin itibarı üzerindeki etkisini araştırmıştır. Araştırma sonuçları yüksek düzeyde bilgi içeren sosyal sorumluluk mesajı karşısında, şüphelik düzeyinin düşük, algılanan itibarın yüksek olduğunu göstermektedir.

Bu araştırmaların yanı sıra tüketici şüpheliğini amaca yönelik pazarlama uygulamaları özelinde inceleyen araştırmalar da dikkat çekmektedir. Brønn ve Vrioni (2000), Norveçli tüketicilerin amaca yönelik pazarlama davranışsal olarak olumlu tepki verdiğini, amaca yönelik pazarlama faaliyeti yürüten bir işletme ile yürütmeyen bir işletme arasında tercih durumunda sosyal amaçlar gözetilen işletmeyi tercih ettiklerini ve bu durumda fiyat konusunda daha az duyarlı olduklarını vurgulamaktadır. Aynı araştırmada katılımcıların işletmelerin kâr amacı gütmeyen kuruluşlarla birlikte yürüttükleri faaliyetler konusundaki açıklamalarını inandırıcı ancak abartılı



buldukları sonucuna ulaşılmıştır. Bu durum tüketicilerin amaca yönelik pazarlama mesajları konusunda şüpheli eğilimlere sahip olduklarını göstermektedir. Anghel vd.'ne (2011) göre, McDonald's şirketinin yardıma muhtaç çocuklar ile yaptığı amaca yönelik pazarlama uygulaması konusunda, katılımcıların %61'i kampanyanın satışları artırmak için olduğunu düşünmektedir. Katılımcılar kampanya amacının işletme kârlarını maksimize etmek ve kurum imajını yükseltmek olduğunu düşünmektedir. Bu durumda hayırseverlikten ziyade şirket çıkarlarının gözetildiği düşüncesi şüpheli eğilimleri artırmaktadır. Rehmat vd. (2015) amaca yönelik pazarlama uygulamalarına yönelik şüpheli eğilimleri ile satın alma niyeti arasında olumsuz yönde güçlü bir ilişki olduğunu öne sürmektedir. Bunun yanı sıra amaca yönelik pazarlama uygulaması yapan markaya yönelik bağlılığın yüksek olması durumunda satın alma niyeti de artmaktadır. Angjelova ve Sundström (2015), amacı yönelik pazarlama uygulamalarında amaca uyum ve amaca bağlılık unsurlarının tüketici şüpheliğini azaltmada etkili olduğunu ancak birbirleriyle karşılaştırıldığında amaca bağlılık unsurunun şüpheliğini azaltmada daha etkili olduğunu vurgulamaktadır. Barkah'ın (2015) ulaştığı sonuçlar da amaca uyum unsurunun tüketici şüpheliğini azalttığını göstermektedir. Ayrıca amaca uygunluk, müşteri bağlılığı üzerinde belirgin bir pozitif etkiye sahiptir. Şüpheli ise marka bağlılığı üzerinde olumsuz bir etkide bulunmaktadır. Dwivedi (2016) tüketicilerin işletmelerin pazarlama kampanyalarına karşı genel tutumlarının ve şüpheli düzeylerinin, amaca yönelik pazarlama uygulamalarına yönelik tepkilerini etkilediğini ortaya çıkarmıştır. Ayrıca dürüstlük, sosyal amaca uzun vadeli bağlılık ve kâr amacı gütmeyen kuruluşların katılımı, müşterilerin amaca yönelik pazarlama uygulamalarıyla ilgili şüphelerini aşmalarına yardımcı olan faktörlerdir.

Literatürdeki araştırmalar incelendiğinde kurumsal sosyal sorumluluk uygulamalarına yönelik şüpheli eğilimlerin marka bağlılığı ve satın alma ile ilişkisini ortaya koyan farklı araştırmaların bulunduğu görülmektedir. Kurumsal sosyal sorumluluk uygulamaları pazarlama perspektifinden ele alındığında ise şüpheliğin daha çok amaca yönelik pazarlama uygulamaları açısından incelendiği göze çarpmaktadır. Oysa amaca yönelik pazarlama uygulamaları dışında işletmelerin sosyal pazarlama, hayırseverlik, toplum gönüllüğü çalışmaları gibi farklı uygulamalarla sosyal sorumlu işletme olma adına çaba harcadıkları görülmektedir. Bu uygulamaların ötesinde işletmeler sosyal sorumluluk esaslı iş uygulamaları ile bizzat üretim süreçlerindeki değişikliklerle toplum refahını artırmaya dönük girişimlerde bulunmaktadır. Bu durum nedeniyle tüketicilerin sosyal sorumluluk uygulamalarına yönelik eğilimleri belirlenirken amaca yönelik pazarlama uygulamalarının ötesinde daha bütüncül bir bakış açısıyla durumun tespit edilmesi önemlidir. Kurumsal sosyal sorumluluk uygulamalarına yönelik şüpheli eğilimlerinin oluşumunda tüketicilerin o işletmeye yönelik algıları, sosyal sorumluluk mesajlarının sunuluş biçimi ve sosyal sorumluluğa konu olan olayın kapsamı önemli faktörlerdir. Dolayısıyla şüpheli eğilimleri ele alınırken şüpheliğin mesajdan mı, işletmenin kendisinden kaynaklanan algılar nedeniyle mi ortaya çıktığını belirlemek önemlidir. Literatür incelendiğinde tüketicilerin pazarlama perspektifinden kurumsal sosyal sorumluluk uygulamalarına yönelik şüpheli eğilimlerini bu açıdan ortaya koyan bir çalışmaya rastlanmamıştır. Bu araştırma ile tüketicilerin sosyal sorumluluk uygulamalarına yönelik şüpheli düzeyleri ikna bilgi modeli açısından değerlendirilerek profilleri ortaya konulmuştur.

#### **4. YÖNTEM**

Araştırmanın amacı, tüketicilerin kurumsal sosyal sorumluluk uygulamalarına yönelik algılarını şüpheli perspektifinden inceleyerek profillerini ortaya koymak ve farklı profillere sahip tüketicilerin marka bağlılığının farklılaşma farklılaşmadığını belirlemektir. Araştırmada tüketicilerin kurumsal sosyal sorumluluk algıları uluslararası bir fast food markasının uygulamaları açısından ele alınmıştır. Araştırmanın evreni, Sivas ilinde yaşayan, ilgili fast food markasının ürünlerini tüketen, 18 yaş üstü tüketicilerden oluşmaktadır. Araştırmada örneklem çerçevesine ilgili işletmeden yazılı olarak ulaşılamaması ve restoran içerisinde anket yapılmasına izin verilmesi nedeniyle tesadüfi örneklem yöntemi ile örneklem belirlenememiştir. Bunun yerine zaman ve maliyet kısıtları da göz önünde bulundurularak araştırma için temel ölçütleri sağlayan (18 yaş üstü olma ve ilgili fast food markasını tüketme) tüketicilere kolayca örneklem tekniğiyle ulaşılmıştır. Araştırmada verilerin toplanmasında anket tekniğinden yararlanılmıştır. Saha çalışmasında toplam 616 katılımcıya ulaşılmıştır. Saha çalışması yüz yüze anket tekniğiyle araştırmacılar tarafından yürütülmüştür.

Araştırmada dört bölümden oluşan bir veri toplama aracı kullanılmıştır. Veri toplama aracının birinci bölümünde tüketicilerin şüpheli eğilimlerini ölçmek için, öncelikle fast food markasının yaptığı sosyal sorumluluk

faaliyetlerinin içeriği hakkında katılımcılara bilgi verilmiştir. Bu açıklamanın ardından şüphecilik ile ilgili ifadeler yer verilmiştir. Tüketicilerin sosyal sorumluluk uygulamalarına ne düzeyde ikna edici buldukları toplam 26 ifade ile ölçülmüştür. Üçüncü bölümde tüketicilerin ilgili fast food markasına yönelik bağlılıklarını belirlemeye yönelik toplam 34 ifadeye yer verilmiştir. Tüketici şüpheciliği ve marka bağlılığı ile ilgili ifadeler 5'li Likert tipi yapıda derecelendirilmiştir. Son bölümde ise katılımcıların fast food tüketim alışkanlıklarına ve demografik özelliklerine yönelik kapalı uçlu sorulara yer verilmiştir.

Veri toplama aracındaki ifadeler geliştirilirken öncelikle literatür taraması yapılarak tüketici şüpheciliğini ikna bilgi modeli temelinde ölçen çalışmalar ile marka bağlılığı ölçekleri incelenmiştir. Literatürde Friestad ve Wright (1994) tarafından geliştirilen İkna Bilgisi Modeli temel alarak şüphecilik eğilimlerini belirleyen çalışmalara (Skarmeas ve Leonidou, 2013; Rim ve Kim, 2016; Yoon vd., 2006; Chaisurivirat, 2009; Mohr vd., 1998; Pouw, 2013; Boush vd., 1994; Bearden vd., 2001; Saghini, 2008) ve marka bağlılığını ölçen çalışmalara (Oliver, 1999; Hussein vd., 2015; Ahmed vd., 2014; Yehia ve Massimo, 2016; Douglas, 2006; Guest, 1942; Lau ve Lee, 1999) ulaşılmıştır. Daha sonra ölçeklerdeki İngilizce ifadeler Hambleton ve Bollwark'ın (1991) önerdiği tek yönde çeviri yönteminden (single translation method) yararlanılarak Türkçe'ye çevrilmiştir. Çeviri sonrası oluşturulan taslak ifadelerin uygunluğu araştırmacılar ve dil uzmanları tarafından değerlendirilmiştir. Değerlendirme sonrasında gerekli düzeltmeler yapılarak ifadeler son şekli verilmiştir. Bu yöntem ile özgün dildeki ifadelerin hedef dile uzman görüşleri doğrultusunda uyarlanabilmesi sağlanmıştır.

Araştırmada, tüketici şüpheciliği ve marka bağlılığı değişkenlerine ilişkin geçerlilik çalışmaları kapsamında yapı geçerliliğine ve görünüş geçerliliğine başvurulmuştur. Görünüş geçerliliği çalışması araştırmacılar dışında pazarlama alanındaki iki uzman ile yürütülmüştür. Uzmanlardan gelen dönütlere göre veri toplama aracının nihai formu elde edilmiştir. Yapı geçerliliğini test etmek için açıklayıcı faktör analizinden yararlanılmıştır. Çalışmada yapıların güvenilirliği ise Cronbach katsayısı hesaplanarak test edilmiştir. Araştırmanın amacı doğrultusunda katılımcıların sosyal sorumluluk uygulamalarına yönelik profillerini belirlemek için kümeleme analizi kullanılmıştır. Kümeleme analizi ile elde edilen farklı profilleri ayırt eden özellikleri belirlemek için ise diskriminant analizinden faydalanılmıştır. Farklı profillere sahip katılımcıların marka bağlılığına ilişkin farklılıkları tespit etmek için tek yönlü varyans analizi kullanılmıştır. Analizde farklılıklar incelenirken grup varyanslarının homojen olması durumunda Scheffe testi, homojen olmaması durumunda Dunnett C testi uygulanmıştır. Katılımcıların demografik özellikleri ve fast food kullanım alışkanlıkları belirlenirken yüzde-frekans hesaplamaları yapılmıştır.

## **5. BULGULAR**

### **5. 1. Katılımcıların Demografik Özellikleri**

Katılımcıların cinsiyete göre dağılımı incelendiğinde kadın katılımcıların toplam katılımcı sayısının yarısından fazla olduğu görülmektedir. Her 100 katılımcıdan 42'si erkeklerden oluşmaktadır. Benzer bir dağılım katılımcıların medeni durumlarında göze çarpmaktadır. Evli olmayan katılımcı sayısının (%56) evli olanlardan (%44) daha fazla olduğu görülmektedir. Katılımcıların büyük bölümü (%88) 40 yaş altı tüketicilerden oluşmaktadır. Yaş açısından katılımcılardan en fazla 21-30 (%46) yaş aralığında olduğu görülmektedir. Katılımcılar ailesinin aylık geliri bakımından incelendiğinde 1001-3000 TL aralığında %44'lük oranla bir yoğunlaşma bulunmaktadır. Eğitim durumu incelendiğinde, katılımcıların yarısından fazlasının (%52) üniversite mezunu olduğu görülmektedir. Bu gruba lise mezunu katılımcılar (%21) ve lisansüstü dereceye sahip katılımcılar (%18) izlemektedir. Katılımcılar mesleklerine göre incelendiğinde öğrenciler (%26) ilk sırada yer almakta, ikinci sırada özel sektör çalışanları (%20) gelmektedir. Bu gruba kamuda görev yapan uzman personeller (%15), memurlar (%10), ev kadınları (%9) ve işçiler (%8) izlemektedir.

### **5. 2. Tüketici Şüpheciliğine İlişkin Açıklayıcı Faktör Analizi Sonuçları**

Analiz sonucunda tüketici şüpheciliği ölçeğine ait Bartlett Küresellik Testi değeri  $p < 0,001$  olduğundan değişkenler arasında anlamlı bir ilişkiden söz edilebilmektedir. Tüketici şüpheciliği ölçeğine ait KMO değeri 0,91 olup faktör analizi için örneklem yeterliliğinin "mükemmel" olduğu söylenebilmektedir. Her iki test sonucu değerlendirildiğinde araştırma verilerinin faktör analizi için uygun olduğu görülmektedir. Analiz sonucunda iki ifadeye binışiklik sorunu tespit edilmiş ve bu ifadeler çıkarılarak analiz yapılmıştır. Kalan 24 madde dört faktör altında toplanmıştır (bkn. Tablo 1).

**Tablo 1: Tüketici şüpheliği açıklayıcı faktör analizi sonuçları**

<b>Maddeler</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>
<b>İşletme Bilgisi</b>				
Toplumun refahını geliştirmeye ilgilenmeme	0,827			
İşletmenin sosyal sorumlu olmaması	0,812			
Faaliyetlerinde etik ilkeleri benimsememesi	0,783			
Sosyal sorumluluk bilinciyle hareket etmemesi	0,765			
Toplumsal sorunları önemseyemediğini göstermemesi	0,707			
Toplumsal sorunlarla gerçekten ilgilenmemesi	0,610			
Sosyal sorumluluk uygulamalarının tüketiciye yararlı olduğunu düşünmeme	0,544			
Sosyal sorumluluk uygulamalarıyla toplumun çıkarını düşünmeme	0,515			
<b>Konu Bilgisi</b>				
İşletmenin gerçekte yaptığından daha çok şey yapıyormuş gibi göstermesi		0,693		
İşletmenin sosyal sorumluluk faaliyetlerinden şüphelenme		0,677		
İşletmenin sosyal sorumluluk uygulamalarında bir çıkarının olabileceğine inanma		0,658		
İşletmenin sosyal sorumluluk uygulamalarını sadece kârını artırmak için yaptığını düşünme		0,602		
İşletmenin sosyal sorumluluk konusunda art niyetli olduğuna inanma		0,561		
İşletmenin toplumsal sorunları önemseyemediği konusunda şüphelenme		0,530		
İşletmenin sosyal sorumluluk faaliyetlerini insanları bilgilendirmek için duyurduğunu düşünmeme		0,430		
İşletmenin söylediği ile yaptığı farklı olduğunu düşünme		0,402		
<b>İkna Bilgisi</b>				
İşletmenin sosyal sorumluluk faaliyetlerini insanlar markaya sempati duysun diye duyurması			0,810	
İşletmenin sosyal sorumluluk faaliyetlerini insanların dikkatini çekmek için duyurması			0,808	
İşletmenin sosyal sorumluluk faaliyetlerini ürününü daha iyi göstermek için duyurması			0,788	
İşletmenin sosyal sorumluluk faaliyetlerini ürünleri daha çok satılsın diye duyurması			0,693	
Sosyal sorumluluk reklamlarının bir pazarlama taktiği olduğunu düşünme			0,641	
<b>Tutundurma Karşıtlığı</b>				
Sosyal sorumluluk faaliyetlerinin zaman ve para kaybı olduğunu düşünme				0,734
Sosyal sorumluluk faaliyetlerinin duyurulması, insanları bilgilendirmekten çok yanıltmaktadır				0,628
İşletmenin sosyal sorumluluk faaliyetlerini tüketicilere duyurmasını doğru bulmama				0,622
Özdeğer	29,556	5,725	14,827	4,556
<b>Açıklanan Varyans (%)</b>	<b>17,903</b>	<b>13,664</b>	<b>15,305</b>	<b>7,793</b>
<b>Cronbach α</b>	<b>0,857</b>	<b>0,880</b>	<b>0,804</b>	<b>0,583</b>

Birinci, ikinci ve üçüncü faktörler İkna Bilgisi Modelindeki işletme bilgisi, konu bilgisi ve ikna bilgisi ile ilgili ifadeleri kapsadığından bu faktörler aynı şekilde adlandırılmıştır. Birinci faktör katılımcıların sosyal sorumluluk faaliyetlerini yürüten işletmenin toplumsal fayda yaratma noktasında niyetine yönelik şüpheli algılarını kapsamaktadır. İkinci faktör odak işletmenin yürüttüğü sosyal sorumluluk uygulamalarına yönelik şüpheli algıları kapsamaktadır. Üçüncü faktör, odak işletmenin tüketicileri sosyal sorumluluk mesajları konusunda ikna etme çabalarına ilişkin şüpheli algıları içermektedir. Dördüncü faktör ise tüketicilerin genel olarak iletişim uygulamalarına karşı olmasıyla ilgili ifadeleri içerdiğinden bu faktör tutundurma karşıtlığı olarak adlandırılmıştır. Dört faktör altında toplanan ifadeler, açıklanan toplam varyansın 0,54'ünü temsil etmektedir. Tüketici şüpheliği

yapılarına ilişkin güvenilirlik değerlerinin 0,80'in üzerinde olduğu dolayısıyla yapıların yüksek güvenilirlikte olduğu söylenebilmektedir. Bununla birlikte tutundurma karşıtlığına ilişkin güvenilirlik değeri kabul edilebilir değer 0,60'ın biraz altında olmasına rağmen yapıya ait maddelerin faktör yüklerinin yüksek olduğu görülmektedir.

## 5. 2. Marka Bağlılığına İlişkin Açıklayıcı Faktör Analizi Sonuçları

Marka bağlılığı ölçeğine ait Bartlett Testi değeri  $p < 0,001$  ve KMO değeri 0,93 olup verilerin faktör analizi için uygun olduğu görülmektedir. Analiz neticesinde, faktörler arasında binişik özellik gösteren dokuz ifade ölçekten çıkarılmıştır. Kalan 25 madde için uygulanan analiz sonuçlarına göre ölçek maddelerinin dört faktör altında toplandığı görülmektedir (bkn. Tablo 2).

**Tablo 2: Marka bağlılığı açıklayıcı faktör analizi sonuçları**

Maddeler	1	2	3	4
<b>Bilişsel Bağlılık</b>				
Diğer markalarından iyi bulma	0,861			
Diğer markalarından daha kaliteli bulma	0,842			
Markanın satın alımlarda ilk tercih olması	0,789			
Markaya ödediği paranın karşılığını alma	0,600			
Diğer markalardan daha çok beğenme	0,587			
Diğer markaların promosyon, fiyat indirimi yaptıklarında dahi bu markayı tüketmeye devam etme	0,563			
Kendi kategorisindeki diğer markalardan daha faydalı olması	0,476			
<b>Duygusal Bağlılık</b>				
Markayı bulamadığı zaman başka bir markayı satın almama		0,782		
Başka bir markayı satın almak zorunda kaldığında üzülme		0,767		
Markanın kendisini yansıttığını düşünme		0,716		
Markayı satın aldığı zaman mutlu olma		0,635		
Gelecekte fiyatı yükselse de bu markadan tüketmeye devam etme		0,634		
Gelecekte diğer markaların fiyatı daha düşük olsa bile bu markadan tüketmeye devam etme		0,594		
Kendini markanın sadık bir müşterisi olarak görme		0,594		
Aynı ürünü satın aldığı zaman her zaman aynı markayı tercih etme		0,562		
Marka hakkında olumsuz haberler duysa bile bu markayı almaya devam etme		0,559		
<b>Davranışsal Bağlılık</b>				
Marka, başka ürünler üretirse onları da deneme			0,742	
Gelecekte çevredeki insanlara marka hakkında olumlu şeyler söyleme			0,712	
Gelecekte markayı çevredeki insanlara tavsiye etme			0,687	
Markayı uzun zamandır satın alma			0,675	
Gelecekte çevredeki insanları markayı kullanmaya teşvik etme			0,665	
<b>Çoklu Marka Bağlılığı</b>				
Aynı ürünü satın alırken farklı markaları tercih etme				0,863
Farklı markaları denemekten hoşlanma				0,860
Bir markadan diğerine geçmekten hoşlanma				0,799
Genellikle marka değiştirme				0,773
Özdeğer	11,553	41,472	6,319	4,317
<b>Açıklanan Varyans (%)</b>	17,056	19,446	15,895	11,265
<b>Cronbach <math>\alpha</math></b>	0,909	0,889	0,873	0,848

Faktörler altında toplanan ifadeler incelendiğinde, birinci faktör tüketicilerin fast food markasına dönük rasyonel bağlılık eğilimlerine ilişkin ifadeleri kapsadığından bilişsel bağlılık olarak adlandırılmıştır. İkinci faktör tüketicilerin fast food markasına dönük duygusal bağlılık eğilimlerini içerdiği için duygusal bağlılık olarak isimlendirilmiştir. Üçüncü faktör tüketicilerin fast food markasıyla ilgili eyleme dönük bağlılık eğilimlerini içerdiğinden davranışsal bağlılık olarak adlandırılmıştır. Son faktör ise tüketicilerin birden fazla fast food markasına dönük bağlılığıyla ilgili ifadeleri kapsadığından çoklu marka bağlılığı olarak isimlendirilmiştir. Dört faktör altında toplanan veriler, açıklanan toplam varyansın 0,63'ünü temsil etmektedir. Marka bağlılığına ilişkin güvenilirlik değerlerinin yüksek güvenilirlikte olduğu görülmektedir.

### **5. 3. Katılımcıların Tüketici Şüpheliği Açısından Profillerine İlişkin Bulgular**

Araştırmada, katılımcıların şüpheliği açısından profillerinin belirlenmesinde kümeleme analizinden yararlanılmıştır. Önce hiyerarşik kümeleme tekniklerinden Ward tekniği ideal küme sayısı belirlenmiş, ardından hiyerarşik olmayan kümeleme tekniklerinden K-ortalamlar tekniği ile sonuçlar karşılaştırılmıştır. Buna göre, İkna Bilgi Modeli çerçevesinde katılımcılar sosyal sorumluluk uygulamalarına yönelik şüpheliği düzeylerine göre dört farklı grupta toplanmaktadır. Kümeler arasındaki farklılıkları belirlemek için tek yönlü varyans analizi yapılmıştır. Analiz sonucunda kümelere ait grup varyansları homojen olduğundan ( $p>0,05$ ), gruplar arası farklılıkların incelenmesi aşamasında Scheffe testi uygulanmıştır. Buna göre, tüm şüpheliği boyutlarında tüm kümeler arasında 0,05 güven düzeyinde anlamlı farklılıklar bulunmaktadır.

Kümeleme analizi ve tek yönlü varyans analizi sonuçları incelenerek kümeler adlandırılmıştır. Kümelere ilişkin ortalamalar Tablo 3'te yer almaktadır. Buna göre birinci kümedeki katılımcılar "sosyal sorumluluk karşıtları", ikinci kümedeki katılımcılar "ılımlı şüpheliçiler", üçüncü kümedeki katılımcılar "sosyal sorumluluğu destekleyenler" ve son olarak dördüncü küme "şüpheli olmayanlar" olarak adlandırılmıştır.

**Tablo 3: Tüketici şüpheliğine göre küme ortalamaları**

Şüpheliği boyutları	Sosyal sorumluluk karşıtları (%28)		ılımlı şüpheliçiler (%41)		Sosyal sorumluluğu destekleyenler (%16)		Şüpheli olmayanlar (%15)	
	Ort.	S	Ort.	S	Ort.	S	Ort.	S
İşletme bilgisi	2,14	0,63	3,28	0,47	3,88	0,42	2,16	0,55
Konu bilgisi	3,86	0,68	3,04	0,48	2,18	0,58	2,56	0,55
İkna bilgisi	4,45	0,46	3,56	0,60	2,50	0,71	2,00	0,50
Tutundurma karşıtlığı	3,58	0,74	3,00	0,68	1,88	0,53	2,28	0,76

Kümelere ilişkin özellikleri değerlendirildiğinde, birinci küme olan sosyal sorumluluk karşıtları, işletmenin kurumsal sosyal sorumluluk uygulamalarını taktiksel bir araç olarak kullandığı (ikna bilgisi) yönünde çok yüksek şüpheliği eğilimine sahiptirler. Sosyal sorumluluk uygulamalarının taktiksel olmasından, ürünleri olduğundan daha iyi gösterme ve daha çok satılmasını sağlama, markaya karşı dikkat çekme ve sempati oluşturma anlaşılmaktadır. Bu küme, sosyal sorumluluk uygulamalarının toplumsal sorunları çözmede yeterli olduğu, işletmenin sosyal sorumluluk uygulamaları ile ilgili niyeti (konu bilgisi) konusunda yüksek düzeyde şüpheliçilerdir. İşletmenin bu uygulamalarla kendini yaptığından daha fazla şey yapıyor gibi gösterdiğine ve daha çok kâr hedeflediğine yüksek düzeyde inanmaktadır. Bu kümedeki katılımcıların sosyal sorumluluk uygulamalarının zaman ve para kaybı olduğunu düşünme, bu uygulamaların tüketicilere duyurulmasını doğru bulmama ve tüketicileri bilgilendirmekten çok yanılttığını düşünme eğilimleri de yüksektir. Sosyal sorumluluk karşıtlarının, işletmenin toplum refahını düşünen, faaliyetlerini sürdürürken sosyal sorumlu ve etik ilkelere uygun hareket eden bir işletme olduğu (işletme bilgisi) ile ilgili şüpheliği düzeyi ise düşüktür. Dolayısıyla bu küme, işletme hakkında olumlu düşünürken, işletmenin sosyal sorumluluk uygulamalarının amacı ve sosyal sorumluluk mesajlarının tüketicilere iletilmesi ile ilgili çok yüksek düzeyde şüpheliçi yaklaşıma sahiptir.

ılımlı şüpheliçiler, işletmenin kendisi, sosyal sorumluluk uygulamaları ve bu uygulamaların tutundurma aracı olarak kullanılması konularında orta derecede şüpheliği göstermektedirler. Bununla birlikte sosyal sorumluluk mesajlarının tüketicilere duyurulmasının bir pazarlama taktiği olduğu konusunda yüksek şüpheliği düzeyine

sahiptirler. İlimli şüphecilerin işletmenin sosyal sorumluluk uygulamalarının altında bir neden olabileceği yönünde şüpheli davrandıkları söylenebilmektedir.

Üçüncü küme olan sosyal sorumluluğu destekleyenler, birinci küme ile ters profile sahiptir. Bu kümenin, tek şüpheli olduğu konu, işletmenin toplumu düşünen ve etik ilkelere göre hareket eden bir işletme olduğu konusundadır. Sosyal sorumluluğu destekleyenler, sosyal sorumluluk uygulamalarının faydası, bu uygulamaların pazarlama taktiği olduğu ve tutundurma aracı olarak kullanılması konusunda ise düşük şüphelilik düzeyine sahiptirler. Dolayısıyla bu küme işletmenin kendisi ile ilgili olumsuz algısına rağmen, sosyal sorumluluk uygulamalarının gerekli olduğunu düşünmektedir. Böylesi bir algı ve bu küme profili, odak işletmenin insan sağlığına yararlı olmayan ürünler üreten bir işletme olmasından kaynaklanabilir.

Son küme olan şüpheli olmayanların tüm boyutlarda şüphelilik düzeyinin düşük olduğu görülmektedir. Şüpheli olmayanlar kümesindeki katılımcılar işletmenin topluma ve işe bakış açısıyla, geliştirdiği sosyal sorumluluk kampanyalarıyla, bu kampanyalardaki mesajları tüketicilere duyururken kullandığı taktiklerle ve iletişim faaliyetleriyle ilgili olarak diğer kümelerle daha olumlu yaklaşmakta ve daha az şüphe duymaktadırlar. Bu küme hem işletmenin topluma karşı samimi olduğuna hem de sosyal sorumluluk çabalarının amacına inanmaktadır.

Küme ortalamaları ve dağılımları birlikte incelendiğinde sosyal sorumluluk uygulamaları konusunda genel olarak daha ilimli bir görünüm sergileyen katılımcıların diğer kümelerin önünde yer aldığı görülmektedir. Hali hazırdaki işletmeye güvenmekle birlikte sosyal sorumluluk uygulamalarının amacı, sosyal sorumluluk mesajlarındaki ikna taktikleri ve bu uygulamaların bir tutundurma aracı olarak kullanılması yönünde şüphe duyan katılımcılar oransal olarak ikinci sırada yer almaktadır ve toplam katılımcıların dörtte birinden fazla bir ağırlığa sahiptir. Sosyal sorumluluk uygulamalarını yapan işletmeye güveni nispeten daha düşük olup sosyal sorumluluk meselesine karşı olumlu yaklaşan katılımcılar ile sosyal sorumluluğa koşulsuz destek veren katılımcılar ise oransal olarak birbirine yakındır.

#### **5. 4. Kümeleri Birbirinden Ayıran Özelliklere İlişkin Bulgular**

Araştırmada, kümeleme analizi ile önceden belirlenmiş olan kümeleri birbirinden ayıran faktörleri belirlemek ve kümeleme analizi ile gözlemlerin kümelere ne kadar doğru atandığını tespit etmek amacıyla diskriminant analizi yapılmıştır. Diskriminant analizi ile grupların hangi değişkenler açısından birbirinden farklılaştığı ortaya çıkarılmaya çalışılmaktadır (Oğuzlar, 2006: 77). Bu doğrultuda analizde, kümeleme analizi ile belirlenen dört küme bağımlı değişken ve faktör analizi ile belirlenen dört şüphelilik bağımsız değişken olarak değerlendirilmiştir.

Diskriminant analizi için verilerin normal ya da normale yakın dağılması gerekmektedir. Araştırma verilerinin çarpıklık ve basıklık değerleri  $\pm 1$  aralığında olduğundan ve dağılım grafiğinde aşırı değerler bulunmadığından normal dağıldığı söylenebilmektedir. Bununla birlikte diğer bir koşul olan değişkenler arası korelasyon değerleri incelendiğinde, değişkenler arasında yüksek korelasyon olmadığı yani çoklu bağlantı sorununun olmadığı söylenebilmektedir.

Diskriminant analizine başlamak için grup kovaryanslarının eşitliği test edilmiştir. Kovaryans eşitliğinin test edilmesinde, Box's M testi sonuçları değerlendirilmektedir. Araştırma verilerine ait Box's M değeri anlamlı ( $p=0,000<0,05$ ) çıktığı için "grup kovaryansları eşittir" hipotezi reddedilmiştir. Bu durumda analize, karesel ayırma koşuluna uygun olarak devam edilmiştir. Karesel ayırma yapıldığında kovaryans eşitliği aranmamaktadır. Katsayıların hesaplanmasında ortak kovaryans matrisi yerine grupların kovaryans matrislerinin farkları alınmaktadır (Özdamar, 2010: 374).

Grupları ayırmada değişkenlerin ayırıcı etkilerinin anlamlı olup olmadığının test edilmesi amacıyla Wilks' Lambda değerleri incelenmiştir. Buna göre, şüphelilik boyutlarının ayırıcı etkilerinin istatistiksel olarak anlamlı olduğu görülmektedir. Dolayısıyla analiz sonucunda hipotezin kabul edildiği görülmektedir.

Değişkenleri ayırmada etkili olan fonksiyon sayısı ve her bir fonksiyonun toplam varyansın ne kadarını açıkladığını belirlemede özdeğerler tablosu incelenmiştir. Tablo 4 incelendiğinde ayırma işleminde üç fonksiyon kullanılmış olup toplam varyansın büyük bölümünü (%75,9) ilk fonksiyon temsil etmektedir. Toplam varyansın tamamına yakını (%99,6) ilk iki fonksiyon açıklamaktadır.



**Tablo 4: Fonksiyonların özdeğerleri**

Fonksiyonlar	Özdeğer	% Varyans	Birikimli %	Kanonik Korelasyon
1.Fonksiyon	4,234	75,9	75,9	0,899
2.Fonksiyon	1,322	23,7	99,6	0,755
3.Fonksiyon	0,025	0,4	100,0	0,156

Ayırma analizinin istatistiksel açıdan anlamlı olup olmadığını test etmek için fonksiyonlara ait Wilks' Lambda değerlerinin anlamlılığı Ki-kare testine tabi tutulmuştur. Buna göre, fonksiyonların kümeleri anlamlı olarak ayırdığı görülmektedir.

Sonraki adımda değişkenlerin ayırma fonksiyonlarına katkılarını belirlemek amacıyla standardize edilmiş kanonik diskriminant fonksiyon katsayıları incelenmiştir. Tablo 5'te görüldüğü üzere birinci fonksiyona göre tüketici şüpheliği açısından tüketici gruplarını ayırmadaki en önemli değişkenler ikna bilgisi ve tutundurma karşıtlığı iken, ikinci fonksiyona göre işletme bilgisi ve ikna bilgisidir. Üçüncü fonksiyona göre grupların ayrılmasındaki en önemli değişken tutundurma karşıtlığıdır. Üçüncü ayırma fonksiyonuna diğer değişkenlerin etkisi yok denecek kadar azdır.

**Tablo 5: Değişkenlerin fonksiyon güçleri**

Değişkenler	Fonksiyonlar		
	1	2	3
İşletme Bilgisi	-0,491	<b>0,830</b>	0,154
Konu Bilgisi	0,368	-0,182	-0,021
İkna Bilgisi	<b>0,633</b>	0,588	-0,408
Tutundurma Karşıtlığı	0,470	0,117	<b>0,849</b>

Ayırma fonksiyonlarının isimlerinin belirlenmesinde fonksiyonların değişkenlerle korelasyonları dikkate alınmaktadır. Değişkenler ile fonksiyonların korelasyon değerleri incelendiğinde, birinci fonksiyon yüksek korelasyon gösterdiği işletme bilgisi, ikinci fonksiyon ikna bilgisi ve üçüncü fonksiyon tutundurma karşıtlığı olarak nitelendirilebilmektedir.

Analizde gözlemlerin gruplara doğru olarak atanıp atanmadığını kontrol etmek amacıyla gerçek ve tahmini atamaları da incelenmiştir. Tablo 6'da hangi gruba kaç gözlemin doğru yerleştirildiği ve hatalı yerleştirilen gözlem sayısı verilmekle birlikte hatalı yerleştirilen gözlemlerin hangi gruplara dahil olması gerektiği ve toplam doğru yerleştirme oranı görülmektedir. Gözlemlerle ilgili atama sonuçları incelendiğinde, birinci kümeye 171 (%99,4), ikinci kümeye 250 (%98,4), üçüncü kümeye 95 (%96,9) ve dördüncü kümeye 82 (%89,1) gözlemin doğru yerleştirildiği görülmektedir. Dört küme için şansa bağlı yerleştirme oranı %25 olduğundan ve doğru yerleştirme oranları bu değerlerin oldukça üstünde gerçekleştiğinden kümelere şansa bağlı yerleştirme olmadığı söylenebilmektedir. Ayrıca toplamda gözlemlerin kümelere çok yüksek bir doğruluk oranıyla (%97,1) yerleştirildiği görülmektedir.

**Tablo 6: Gözlemleri atama sonuçları**

	Küme	Tahmini gruplar				Toplam	
		Sosyal sorumluluk karşıtları	İlimli şüpheliler	Sosyal sorumluluğu destekleyenler	Şüpheli olmayanlar		
Gerçek gruplar	Değer	1	171	1	0	0	172
		2	4	250	0	0	254
		3	0	3	95	0	98
		4	0	9	1	82	92
	%	1	99,4	,6	,0	,0	100,0
		2	1,6	98,4	,0	,0	100,0
		3	,0	3,1	96,9	,0	100,0
		4	,0	9,8	1,1	89,1	100,0

Genel olarak değerlendirildiğinde, uygulanan diskriminant analizi sonucunda üç ayırma fonksiyonu yardımıyla dört kümenin meydana geldiği görülmektedir. Küme sayısı ve kümelerine ait gözlem sayısı, kümeleme analizi ile belirlenen değerleri desteklemektedir. Ayırmada kullanılan fonksiyonlar, istatistiksel olarak anlamlı ayırma yapmaktadır ve en güçlü fonksiyon işletme bilgisi iken, ikinci en güçlü fonksiyon ikna bilgisidir. Üçüncü sırada tutundurma karşıtlığı gelmektedir. Bir başka ifadeyle kümeleri birbirinden ayıran en temel özellikler katılımcıların işletmenin kendisiyle ilgili algıları ile işletmenin tüketicileri sosyal sorumluluk mesajları konusunda ikna etmek için kullandığı taktikler ile ilgili algılarından oluşmaktadır. İki fonksiyon toplam varyansın tamamına yakını (%99,6) açıklamaktadır. Ayırma fonksiyonları vasıtasıyla gözlemleri kümelerine yerleştirme işleminde %97,1'lik oldukça yüksek doğru sınıflandırma yapılmıştır.

#### 5. 5. Şüphelilik Bakımından Farklı Profile Sahip Katılımcıların Marka Bağlılığına İlişkin Bulgular

Araştırmada şüphelilik düzeyine göre belirlenen dört tüketici grubunun dört farklı marka bağlılığı ile ilgili farklılıklarının incelenmesine ilişkin analizler her bir marka bağlılığı boyutu için ayrı ayrı ele alınmıştır.

Tablo 7'de görüldüğü üzere kümeler arasında bilişsel marka bağlılığı açısından anlamlı farklılık ( $p < 0,05$ ) bulunmaktadır. Grup varyansları homojen olduğundan ( $p > 0,05$ ), gruplar arasındaki farklılığın incelenmesinde Scheffe çoklu karşılaştırma tekniğinden yararlanılmıştır. Buna göre, bilişsel marka bağlılığı açısından sosyal sorumluluk karşıtları ile şüpheli olmayanlar arasında anlamlı bir farklılık olmamasına karşılık diğer kümeler arasında anlamlı farklılıklar söz konusudur.

**Tablo 7: Kümelerin bilişsel marka bağlılığına ilişkin tek yönlü varyans analizi sonuçları**

	Kareler toplamı	sd	Kareler ortalaması	F	p
Gruplar arası	143,553	3	47,851	67,026	,000
Gruplar içi	436,94	612	,714		
Toplam	580,468	615			

Tablo 8'deki sonuçlara göre bilişsel marka bağlılığı açısından sosyal sorumluluğu destekleyenler kümesinin diğer kümelerden oldukça farklılaştığını, diğer kümelerine göre daha yüksek düzeyde bilişsel bağlılık gösterdiklerini söylemek mümkündür. Sosyal sorumluluk çabalarına yönelik şüpheli bakımından ilimli bir eğilime sahip olan katılımcıların ilgili fast food markasına rasyonel nedenlerle bağlılık düzeyleri sosyal sorumluluk karşıtlarına ve şüpheli olmayanlara göre daha güçlüdür. Sosyal sorumluluk karşıtlarının bilişsel marka bağlılıkları ise ilimli şüphelilere ve sosyal sorumluluğu destekleyenlere göre düşüktür. Bununla birlikte sosyal sorumluluk çabalarını tam anlamıyla destekleyen katılımcıların da bilişsel marka bağlılıkları düşüktür (bkn. Tablo 8).

**Tablo 8: Bilişsel marka bağlılığı bakımından kümelere ait tanımlayıcı istatistikler**

Kümeler	Ortalama	S
Sosyal sorumluluk karşıtları	2,05	0,96
İlimli şüpheçiler	2,88	0,80
Sosyal sorumluluğu destekleyenler	3,37	0,80
Şüpheli olmayanlar	2,20	0,76

Tablo 9’da görüldüğü üzere kümeler arasında duygusal marka bağlılığı açısından anlamlı farklılık ( $p < 0,05$ ) bulunmaktadır. Grup varyansları homojen olduğundan ( $p > 0,05$ ), gruplar arasındaki farklılığın incelenmesinde Scheffe çoklu karşılaştırma tekniğinden yararlanılmıştır. Buna göre, duygusal marka bağlılığı açısından üç küme (ılımlı şüpheçiler, sosyal sorumluluğu destekleyenler, şüpheli olmayanlara) arasında anlamlı bir fark bulunmamaktadır. Sosyal sorumluluk karşıtları ile ilimli şüpheçiler, sosyal sorumluluğu destekleyenler, şüpheli olmayanlar arasında anlamlı farklar söz konusudur.

**Tablo 9: Kümelerin duygusal marka bağlılığına ilişkin tek yönlü varyans analizi sonuçları**

	Kareler toplamı	sd	Kareler ortalaması	F	p
Gruplar arası	93,650	3	31,217	43,160	,000
Gruplar içi	442,640	612	,723		
Toplam	536,290	615			

Sosyal sorumluluk karşıtları duygusal bağlılık açısından da diğer kümelerin tümünden farklılaşmaktadır ve bilişsel bağlılıkta olduğu gibi en düşük bağlılık düzeyine sahiptir. Duygusal marka bağlılığı bakımından diğer bir anlamlı farklılık sosyal sorumluluğu destekleyenler ile şüpheli olmayanlar arasındadır. Sosyal sorumluluğa inananların duygusal marka bağlılığı şüpheli olmayanlara göre daha güçlüdür (bkn. Tablo 10).

**Tablo 10: Duygusal marka bağlılığı bakımından kümelere ait tanımlayıcı istatistikler**

Kümeler	Ortalama	S
Sosyal sorumluluk karşıtları	1,75	0,91
İlimli şüpheçiler	2,59	0,84
Sosyal sorumluluğu destekleyenler	2,78	0,84
Şüpheli olmayanlar	2,39	0,73

Tablo 11’de görüldüğü üzere kümeler arasında davranışsal marka bağlılığı açısından anlamlı farklılık ( $p < 0,05$ ) bulunmaktadır. Grup varyansları homojen olmadığından ( $p < 0,05$ ), gruplar arasındaki farklılığın incelenmesinde Dunnett C çoklu karşılaştırma tekniğinden yararlanılmıştır. Buna göre, davranışsal marka bağlılığı açısından tüm kümeler arasında anlamlı farklılık bulunmaktadır.

**Tablo 11: Kümelerin davranışsal marka bağlılığına ilişkin tek yönlü varyans analizi sonuçları**

	Kareler toplamı	sd	Kareler ortalaması	F	p
Gruplar arası	149,119	3	49,706	62,205	,000
Gruplar içi	489,038	612	,799		
Toplam	638,157	615			

Sosyal sorumluluk karşıtlarının ilgili markayı satın alma eğilimleri (davranışsal bağlılık) diğer bağlılık eğilimlerinde olduğu gibi diğer kümelere göre düşüktür. Sosyal sorumluluğu destekleyenler diğer kümelere göre eyleme yönelik marka bağlılığı bakımından güçlü eğilimlere sahiptir. İlimli şüpheçilerde sosyal sorumluluk karşıtları ile şüpheli olmayanlara göre markayı daha çok tekrar satın almaktadırlar. Şüpheli olmayanların marka bağlılığı konusundaki eğilimi davranışsal bağlılık bakımından da duygusal ve bilişsel bağlılığa benzemektedir ve ilimli şüpheçilerin ve sosyal sorumluluğa inananların gerisindedir (bkn. Tablo 12).

**Tablo 12: Davranışsal marka bağlılığı bakımından kümelere ait tanımlayıcı istatistikler**

Kümeler	Ortalama	S
Sosyal sorumluluk karşıtları	2,06	1,04
İlimli şüpheçiler	2,90	0,82
Sosyal sorumluluğu destekleyenler	3,50	0,80
Şüpheli olmayanlar	2,45	0,86

Tablo 13'te görüldüğü üzere kümeler arasında çoklu marka bağlılığı açısından anlamlı farklılık ( $p < 0,05$ ) bulunmaktadır. Grup varyansları homojen olmadığından ( $p < 0,05$ ), kümeler arasındaki farklılığın incelenmesinde Dunnett C çoklu karşılaştırma tekniğinden yararlanılmıştır. Buna göre, çoklu marka bağlılığı açısından şüpheli olmayanlar ve ilimli şüpheçiler, şüpheli olmayanlar ve ilimli şüpheçiler, şüpheli olmayanlar ile sosyal sorumluluk karşıtları arasında anlamlı farklılık bulunmaktadır. İlimli şüpheçiler ve sosyal sorumluluğu destekleyenler, sosyal sorumluluk karşıtları ve ilimli şüpheçiler ile sosyal sorumluluğu destekleyenler arasında anlamlı fark tespit edilmemiştir.

**Tablo 13: Kümelerin çoklu marka bağlılığına ilişkin tek yönlü varyans analizi sonuçları**

	Kareler toplamı	sd	Kareler ortalaması	F	p
Gruplar arası	93,650	3	31,217	43,160	,000
Gruplar içi	442,640	612	,723		
Toplam	536,290	615			

Çoklu marka bağlılığı ile ilgili eğilimler ve anlamlı farklılıklar incelendiğinde ilgili markaya bağlılıkları genel olarak diğer kümelerden düşük olan sosyal sorumluluk karşıtlarının diğer fast food markalarına bağlılıkları da çok yüksek değildir. Bunun yanı sıra sosyal sorumluluk ile ilgili şüphecilik eğilimleri çok düşük olan şüpheli olmayanlar kümesinin de çoklu markaları tercih etme eğilimleri düşüktür. İlimli şüpheçilerin ve sosyal sorumluluğu destekleyenlerin ise fast food ile ilgili farklı markaları tercih etme eğilimleri diğer iki kümeye göre yüksektir (bkn. Tablo 14).

**Tablo 14: Çoklu marka bağlılığı bakımından kümelere ait tanımlayıcı istatistikler**

Kümeler	Ortalama	S
Sosyal sorumluluk karşıtları	2,94	1,04
İlimli şüpheçiler	3,11	0,82
Sosyal sorumluluğu destekleyenler	3,11	0,80
Şüpheli olmayanlar	2,64	0,86

## 6. SONUÇ VE TARTIŞMA

Bu araştırma ile tüketicilerin kurumsal sosyal sorumluluk uygulamalarına yönelik şüphecilik profilleri ikna bilgi modeli perspektifiyle ele alınmış, farklı şüphecilik profiline sahip tüketicilerin marka bağlılığı eğilimlerinin nasıl farklılaştığı incelenmiştir. Saha çalışması Sivas'ta ikamet eden 616 katılımcıyla, bir fast food markasının sosyal sorumluluk faaliyetleri bağlamında gerçekleştirilmiştir. Araştırma sonuçlarına göre, sosyal sorumluluk uygulamalarına yönelik şüphecilik eğilimi; işletme bilgisi, konu bilgisi, ikna bilgisi ve tutundurma karşıtlığı olmak üzere dört boyuttan oluşmaktadır. İşletme bilgisi işletmenin toplumsal pazarlama anlayışı doğrultusunda toplum refahını geliştirici bir bakışa sahip olmamasıyla ilgili kuşkucu eğilimleri içermektedir. Konu bilgisi, işletmenin hali hazırdaki sosyal sorumluluk faaliyetleriyle samimi olmadığı ya da bu faaliyetlerden elde ettiği başka bir çıkarının olduğu konusundaki şüpheli eğilimleri kapsamaktadır. İkna bilgisi, işletmenin sosyal sorumluluk mesajlarını kamuoyuna duyurmasıyla elde edeceği bir çıkarı olacağına ilişkin kuşkucu eğilimleri içermektedir. Tutundurma karşıtlığı ise, sosyal sorumluluk mesajlarının kamuoyuna duyurulmasını doğru bulmamaya ilişkin eğilimleri kapsamaktadır.

Tüketicilerin markaya dönük bağlılığı; bilişsel bağlılık, duygusal bağlılık, davranışsal bağlılık ve çoklu marka bağlılığı olmak üzere dört boyuttan oluşmaktadır. Bilişsel bağlılık, tüketicilerin ilgili markaya bağlılığını rasyonel güdülerle açıklayan bağlılığı ifade etmektedir. Duygusal bağlılık, tüketicilerin ilgili markayı satın aldıklarında duyduğu hisler ve bu hislerle gelecekteki bağlılık eğilimine ilişkin unsurları içermektedir. Davranışsal bağlılık, tüketicilerin ilgili markayla ilgili gelecekteki eyleme dönük eğilimlerini kapsamaktadır. Çoklu marka bağlılığı ise, tüketicilerin aynı ürün kategorisinde farklı markaları deneme eğilimlerini içermektedir.

Katılımcılar işletme bilgisi, konu bilgisi, ikna bilgisi ve tutundurma karşıtlığı boyutlarına göre dört farklı kümede yer almaktadır. Kümelerin karakteristik özellikleri göz önünde bulundurulduğunda kümeler; (1) Sosyal sorumluluk karşıtları, (2) İlimli şüpheciler, (3) Sosyal sorumluluğu destekleyenler ve (4) Şüpheli olmayanlar olarak adlandırılmıştır.

Kümeler içinde en fazla katılımcının olduğu küme “ılımlı şüpheciler” kümesidir. Diğer bir deyişle, tüketiciler arasında sosyal sorumluluğu ilgilendiren tüm konularda ortalama bir duruşu olan tüketicilerin ağırlığı fazladır. Bu tüketiciler işletmeye, sosyal sorumluluk uygulamasının samimiyetine, sosyal sorumluluk mesajlarının kamuoyuyla paylaşılmasına karşı ne çok güvenen ne de güvensiz bir bakış açısına sahiptir. En fazla tüketicinin olduğu ikinci küme “sosyal sorumluluk karşıtlarıdır”. Bu küme fast food markasının toplumsal fayda yaratma ve etik ilkelerle çalışmaya yönelik duruşunu sorgulamamakta, ancak sosyal sorumluluk uygulamalarının içeriğine, samimiyetine, taktiksel yönüne ve bir tutundurma aracı olarak kullanılmasına kuşkuyla bakmaktadır. “Sosyal sorumluluğu destekleyenler” ve “şüpheli olmayanlar” kümelerinin ise oransal ağırlığı bu iki kümenin oldukça gerisinde kalmaktadır. Bilişsel, duygusal ve davranışsal marka bağlılıkları sosyal sorumluluk karşıtlarının önünde, sosyal sorumluluğu destekleyenlerin gerisindedir. Diğer fast food markalarını satın almaya sosyal sorumluluğu destekleyenler gibi kayıtsız kalmamaktadırlar.

Sosyal sorumluluk karşıtları, işletmenin toplumun refahını artırma çabalarından ve etik ilkelere göre iş yaptığından kuşku duymamaktadır. Bununla birlikte bu küme, işletmenin sosyal sorumluluk kampanyalarını taktiksel bir araç olarak kullandığı yönünde çok yüksek şüphecilik sergilemektedir. Sosyal sorumluluk uygulamalarıyla gözetilen diğer çıkarlar, bu uygulamaların samimiyeti ve bu uygulamaların bir tutundurma aracı olarak kullanılması konusunda yüksek düzeyde şüphelidirler. Bu kümedeki tüketicilerin bilişsel, duygusal ve davranışsal marka bağlılığı diğer kümelerin oldukça gerisindedir. Farklı fast food markalarını satın alma (çoklu marka bağlılığı) eğilimleri ise şüpheli olmayanların önünde, diğer kümelerin gerisindedir.

Sosyal sorumluluğu destekleyenler, sosyal sorumluluk karşıtları kümesiyle zıt bir profile sahiptir. Bu kümedeki tüketiciler fast food markasının toplumsal fayda ürettiğini pek düşünmemekte, sorgulamaktadır. Bununla birlikte sosyal sorumluluk uygulamalarının faydası, bu uygulamaların tüketicilere duyurulmasının bir pazarlama taktiği olduğu ve tutundurma aracı olarak kullanılması konusunda düşük şüphecilik düzeyine sahiptirler. Bağlılık düzeyleri değerlendirildiğinde genel olarak diğer kümelere göre fast mood markasına daha sadıktırlar.

*Şüpheli olmayanlar*, sosyal sorumluluk uygulamalarını şüphe ile sorgulama konusunda en düşük eğilimlere sahip kümedir. Bu kümedeki tüketicilerin tüm boyutlarda şüphecilik düzeyinin düşük olduğu görülmektedir. Kümeler içerisinde en az katılımcının olduğu bu küme sosyal sorumluluğu ilgilendiren konulara pozitif yaklaşmakta, şüphe duymamakta ve fast food markasının faaliyetleriyle toplumsal fayda yarattığına inanmaktadır. Ancak bu kümenin şüphecilik eğilimleri düşük olmasına rağmen, fast food markasının sadık müşterileri olduğunu söylemek güçtür. Bu sonuç literatürdeki çalışmalarla (örneğin, Aljarah ve Ibrahim, 2020) benzerlik göstermemektedir. Bu kümedeki tüketicilerin bağlılık düzeylerinin düşük olması fast food ürünlerini tüketmekten hoşlanmalarından kaynaklanabilir.

Araştırmada ulaşılan sonuçlar tüketicilerin tercih ettikleri fast food markasının sosyal sorumluluk çabalarına yönelik farklı düzeylerde şüphecilik eğilimine sahip olduklarını göstermektedir. Sosyal sorumluluk karşıtları, ilimli şüpheciler ve sosyal sorumluluğu destekleyenler kümelerinin ilgili markaya bağlılıkları şüphecilik eğilimleriyle zıtlık göstermektedir. Bir başka deyişle sosyal sorumluluk karşıtlarının ilgili markaya bilişsel, duygusal ve davranışsal açıdan bağlılıkları ilimli şüphecilere, ilimli şüphecilerin ilgili markaya bağlılıkları sosyal sorumluluğu destekleyenlere göre daha düşüktür. Bununla birlikte sosyal sorumluluk olma konusunda işletmeye ve uygulamalarına güvenen katılımcılardan oluşan şüpheli olmayanların ilgili markaya bilişsel, duygusal ve davranışsal bakımdan bağlılıkları diğer kümelere göre düşüktür. Bu durum marka bağlılığı üzerinde tüketicilerin sosyal sorumluluk algısı dışında farklı değişkenlerin etkili olduğunu göstermektedir.

Kümelere diğer fast food markalarını tercih etme eğilimlerini gösteren çoklu marka bağlılıkları incelendiğinde de benzer bir sonuca ulaşılabılır. Sosyal sorumluluğu destekleyenler ve ılımlı şüpheçiler diğer fast food markalarını diğer kümelere göre daha çok satın almaktadırlar. Bir başka ifadeyle, bu kümelere hem ilgili markaya bağlılıkları hem de çoklu marka bağlılıkları sosyal sorumluluk karşıtlarına ve şüpheci olmayanlara göre güçlüdür. Dolayısıyla sosyal sorumluluk çabalarına yönelik şüphecilik eğilimi, çoklu markaları tercih etme üzerinde çok fazla etkili olmayabilmektedir.

Araştırmada ulaşılan sonuçlar doğrultusunda uygulamacıların farklı şüphecilik eğilime sahip tüketici gruplarına yönelik yaklaşımlarının farklılaşması gerektiği düşünülmektedir. Örneğin, sosyal sorumluluk karşıtları, işletmeye güvenmekle birlikte sosyal sorumluluğa fayda, samimiyet, ikna ve iletişim açısından şüphe ile yaklaşmaktadır ve tüm boyutlarda marka bağlılığı düşüktür. Bu kümenin işletmeye güvenirken diğer konularda şüphecilik eğiliminin yüksek olması, tüketicilerin işletmenin yürüttüğü sosyal sorumluluk kampanyalarını faaliyet alanı ile çok bağdaştırmamalarından kaynaklanabilir. Sosyal sorumluluk uygulamaları ile işletmenin faaliyet konusu arasında bir ilişki kurulamaması (amaca uyum) tüketici şüpheciliğini etkilemektedir. Tüketiciler işletmenin faaliyet alanı ile sosyal amaç arasındaki uyum ve bağlılığa dikkat etmektedirler (Angjelova ve Sundström, 2015; Dwivedi, 2016; Barkah, 2015; Pouw, 2013; Becker-Olsen vd., 2006). Özellikle fast food ürünlerinin sağlığa zararlı olması nedeniyle, işletmenin sosyal sorumluluk çabaları içinde yer alması tüketici nezdinde çok samimi görülmeyebilmekte, bir şeyleri aklama çabası olarak yorumlanabilmektedir. Böyle durumlarda tüketiciler bu uygulamaların bir pazarlama taktiği olduğunu düşünebilmektedirler. Bu noktada işletmelerin faaliyet konusuna uygun sosyal sorumluluk alanlarını seçmesi tüketici şüpheciliğini düşürebilecektir. Örneğin Lee'ye (2020) göre fast food ürünlerini satın alan tüketiciler, işletmenin menülerinde sağlık endişelerini giderecek girişimler içinde bulunmasını daha samimi bir sosyal sorumluluk girişi olarak algılamakta ve bu durum şüphecilik eğilimlerini azaltmaktadır. Sosyal sorumluluk karşıtlarının şüphecilik eğiliminin yüksek olması, işletmelerin sosyal sorumluluk uygulamalarının tüketiciler nezdinde göstermelik çabalar olarak algılanmasından kaynaklanabilir. Nitekim Lee (2020) bu noktaya işaret ederek, fast food markalarının egoistik sosyal sorumluluk uygulamalarının tüketicilerin şüphelerini artırdığını vurgulamaktadır. İşletmelerin sosyal sorumluluğa dönemsel bir bakış açısıyla değil, bir iş felsefesi olarak yaklaşması, zor zamanlarda markaya sempati uyandırmak için değil kesintisiz bir şekilde sürdürmesi bu olumsuz algıların azaltılmasında etkili olabilir. Bu eğilim, işletmenin iletişim mesajlarında, toplumsal faydanın amacından uzak daha taktiksel bir dil kullanımından da kaynaklanabilir. Bu noktada işletmelerin sosyal sorumluluk mesajlarında sosyal sorunun çözümüne dönük somut eylemlerin anlatıldığı bir dil kullanmaları faydalı olabilir. Bu çabalar tüketicilerin sosyal sorumluluğa dönük algılarını ve dolayısıyla markaya olan bağlılığını olumlu yönde etkileyebilir.

ılımlı şüpheçiler, işletme açısından kritik öneme sahip tüketicilerdir. İkna olma ile reddetme arasında kaygan bir zeminde olan ve diğer markaları deneme istekliliği ilgili markaya dönük bağlılığın önünde olan bu tüketicilerin şüpheciliği, uygun ve doğru kanıtlar sunularak düşürülüp marka bağlılığı yükseltilebilir. İkna bilgisi ile ilgili yüksek şüphecilik sergileyen bu tüketicilere, işletmenin ürün kalitesi ve satış profilinin böyle bir taktiksel müdahaleye ihtiyaç duymadığı yönünde iletişim çabaları etkili olabilecek bir yöntemdir. Ayrıca işletmenin sosyal sorunlarla ilgili samimiyeti ve gerçekleştirdiği uygulamaların toplumsal sorunları çözmede etkili olduğu yönündeki somut kanıtlarla desteklenmiş bilgilendirici çalışmalar ılımlı tüketicilerin ikna olmasını kolaylaştırabilecektir. Sosyal sorumluluk karşıtları ile ılımlı şüpheçiler kümelerinin şüphecilik düzeyini düşürebilecek bir başka uygulama sosyal sorumluluk uygulamalarına yönelik ilgilenim düzeylerini yükseltmeye çalışmaktır. Tüketici ilgileniminin davranışlara yansıdığı (Neuninger vd., 2017: 104) ve yüksek ilgilenim gösterilen konularda şüphecilik olasılığının düşeceği öne sürülmektedir (Obermiller ve Spangenberg, 1998: 184). Tüketicinin sosyal sorumluluk uygulamalarına destek vererek sosyal sorunun çözümünde pay sahibi olacağına yönelik vurgular, dikkat çekici mesajlar ilgilenimi artırabilir.

Sosyal sorumluluğu destekleyenler kümesindeki tüketicilerin işletmenin kendisiyle ilgili şüphelerini gidermenin bir yolu, sosyal sorumluluk ile ilgili pazarlama iletişimi mesajlarında işletmenin gerçekten sosyal sorunlarla ilgili olduğu vurgusunun yapılmasıdır. Skarmeas ve Leonidou, (2013) araştırmalarında özellikle değer odaklı algıların şüpheciliği azalttığını ortaya koymuşlardır. Dolayısıyla işletmenin niyetiyle ilgili şüpheleri gidermek amacıyla tüketiciye bu uygulamaların değer odaklı olduğu yönünde kanıtlar sunmak olumlu etki yaratabilecektir. Brønne ve Vrioni (2000), Albayrak vd.'nin (2010) araştırmalarına göre sosyal sorumluluk konusunda işletmenin



açıklamalarını abartılı bulan tüketicilerin şüphencilik düzeyi yükselmektedir. Yine bazı araştırmalarda sosyal sorumluluk mesajlarında aşırı motive olmuş ve kendisini belirgin bir şekilde ortaya çıkaran (Bosmans ve Warlop, 2005) ve hırslı davranan (Morsing ve Schultz, 2006) işletmelere yönelik şüphencilik yüksek olacağı ortaya konmuştur. Sosyal sorumluluğa ve iletişime inananlar kümesinin işletmeye yönelik şüphencilik düzeyini azaltmak için uygulanabilecek bir başka strateji ise halkla ilişkiler faaliyetleri ile hedef kitlede olumlu imaj ve itibar yaratma ve işletmenin toplum çıkarlarını düşünen iyi niyetli bir işletme olduğuna dair güven oluşturulmasıdır. Zira başarılı halkla ilişkiler çalışmalarının hedef kitlenin güvenini kazanma konusunda çok etkili bir araç olduğu pek çok araştırma ile ortaya konmuştur. Hedef kitle içerisindeki bireyler arasında farklılıklar söz konusu olsa da halkla ilişkiler faaliyetleri işletmeye yönelik genel bir güven düzeyi oluşturmada etkili olmaktadır (Göktürk, 2017: 77). Bu kümenin işletmeye yönelik güven düzeyinin düşük olmasına rağmen marka bağlılığı düzeyleri diğer kümelerden yüksektir. İnsan sağlığı, çevre gibi konularda kötü ünü olan işletmelere karşı tüketici şüphenciliği kimi zaman daha yüksek olabilmektedir (Scarlett, 2011: 49). Bu noktadaki marka bağlılığı tüketicilerin sağlığa zararlı olduğunu bilseler dahi fast food tüketmeyi sevmelerinden ya da bağımlılıktan kaynaklanabilir. Buna ek olarak sosyal sorumluluk meselesini gerçekçi bulan ve önemseyen bu tüketicilerin markaya dönük bağlılık eğilimleri daha yüksek olabilir.

Günümüzde iletişim teknolojisinde yaşanan gelişmeler sosyal sorumluluk konusunda da belirleyici etkiye sahiptir. Özellikle internet ve akıllı telefonların yoğun olarak kullanıldığı, tüketicilerin tüm deneyimlerini, tavsiye ve şikâyetlerini anlık olarak sosyal medyadan paylaştığı bir ortamda, bu iletişim araçlarını etkili bir şekilde kullanmak sosyal sorumluluk faaliyetlerinin başarı şansını artırabilecektir. Dikkat çekici, etkileyici ve eğlendirici reklam, video vb. tanıtım araçlarının sosyal ağlarda ve internet ortamında yayınlanması, konuyla ilgilenen tüketicilerin de paylaşımlarıyla toplumsal farkındalık oluşmasını ve söz konusu uygulamaya yüksek katılımı sağlayabilecektir. Ayrıca tüketicilerin sosyal ağlarda yakın çevrelerindeki insanlardan gelen paylaşımlara daha fazla güvenmeleri, sosyal sorumluluk uygulamalarının yayılması konusunda tüketiciler tarafından yapılan paylaşımların çok daha önemli olduğunu göstermektedir. Dolayısıyla hazırlanan tanıtım aracının tüketicilerin paylaşmaya degeceğini düşüneceği etkileyici dokümanlar olması başarı şansını artırabilecektir. Teknolojinin sunduğu diğer bir önemli avantaj ise hedef kitlenin üyelerine kişiselleştirilmiş mesajlar ulaştırılabilmesidir. Bu sayede işletme her bir tüketici grubu için uygun içerikler oluşturup daha etkili mesajlar iletebilmektedir.

Bu araştırma ile fast food sektöründe faaliyet gösteren bir markanın sosyal sorumluluk uygulamaları tüketici şüphenciliği perspektifinden ele alınarak markayı satın alan tüketicilerin profilleri ortaya konulmuştur. Sosyal sorumluluğu şüphencilik perspektifinden ele alan çalışmada daha çok diğer sektörlerde odaklanıldığı fast food sektörüyle ilgili araştırmaların çok sınırlı sayıda olduğu dikkat çekmektedir. Oysa fast food sektörü, ürünlerinin obeziteye ve başka sağlık sorunlarına neden olması, çalışanlarının olumsuz çalışma koşulları altında çalışması ve çevresel sorunlar üzerindeki etkileri nedeniyle kamuoyu tarafından ağır biçimde eleştirilen bir sektördür. Bu durum nedeniyle fast food markalarının kurumsal sosyal sorumluluk uygulamaları kamuoyu tarafından kimi zaman samimi bulunmamakta, bu markaların özvarlığından kaynaklanan bir iyilik hareketi içerisinde olmaktan çok kamuoyu baskısını azaltmak için sosyal sorumluluk faaliyetlerini yerine getirdikleri öne sürülmektedir. Bu araştırma ile faaliyetleri konusunda kamuoyu tarafından sıkça kritik edilen bir sektörün sosyal sorumluluk uygulamalarına ilişkin profil ortaya çıkarılmıştır. Çalışmanın bu yönüyle literatüre katkı sağladığına inanılmaktadır. Araştırmada tüketicilerin şüphencilik eğilimleri hem ilgili fast food işletmesine yönelik algılar hem de işletmenin sosyal sorumluluk uygulamaları ve bunları sunuş biçimi açısından ele alınmıştır. Çalışmada şüphencilik daha bütüncül bir bakış açısıyla ele alınmasının da literatüre katkı sağladığı düşünülmektedir.

Bu araştırmada verilerin kolayda örneklem tekniğiyle toplanmış olması çalışmanın önemli bir sınırlılığını oluşturmaktadır. Ayrıca çalışmada tüketicilerin kurumsal sosyal sorumluluk uygulamalarına yönelik şüphencilik eğilimleri bir fast food markasıyla sınırlıdır.

Bu araştırmada sosyal sorumluluk konusunda şüphencilik düzeyi farklı olan tüketici grupları belirlenmiştir. Sonuçlar katılımcıların büyük bölümünde sosyal sorumluluk uygulamalarına yönelik yüksek ve orta düzeyde kuşkucu eğilimin olduğunu göstermektedir. Gelecekte yapılacak araştırmalarda şüphenci eğilimlerin öncüllerinin neler olabileceğini belirlemeye dönük nedensel araştırmalar tasarlanabilir. Gelecekte yapılacak araştırmalarda şüphenci eğilimlerin marka bağlılığı dışında satın alma niyeti, ağızdan ağıza iletişimde bulunma, boycot davranışı

gibi değişkenler üzerindeki etkisini inceleyen araştırmalar tasarlanabilir. Gelecekte yapılacak çalışmalarda nitel yöntemden yararlanılması, şüphecilik eğilimi farklı olan tüketicilerin markaya, satın almaya dönük diğer özellikleri ortaya koyacak daha ayrıntılı sonuçlara ulaşılmasına katkı sağlayacaktır. Gelecekte farklı örneklemeler üzerinde sınıflandırma çalışmaları karşılaştırmalar yapılması noktasında yararlı olacaktır. Bu araştırmada bir fast food işletmesinin sosyal sorumluluk uygulamalarına yönelik şüpheli eğilimler incelenmiştir. Özellikle insan sağlığı üzerinde olumsuz etki yaratmayan ürün kategorileri ile olumsuz etkiye sahip ürün kategorilerinde (sigara, alkol gibi) tüketicilerin kuşkucu eğilimleri farklılaşabilir. Gelecekte yapılacak araştırmalarda farklı ürün kategorileri özelinde araştırmalar tasarlanabilir. Tüketici şüpheliği, tüketicilerin bilgi, farkındalık ve bilinç seviyesiyle ilişkilidir. Gelecekte yapılacak çalışmalar, bu özellikleri etkilemesi boyutuyla az gelişmiş, gelişmekte olan ve gelişmiş ülkeler arasındaki farklılıklar ekseninde yürütülebilir. Böylece gelişmişlik düzeyi ile tüketici eğilimleri arasındaki farklılıklara ilişkin sonuçlar elde edilebilir.

#### **KAYNAKÇA**

- Ahluwalia, R. ve Burnkrant, R.E. (2004). "Answering Questions about Questions: A Persuasion Knowledge Perspective for Understanding the Effects of Rhetorical Questions", *Journal of Consumer Research*, 31: 26-42.
- Ahmed, Z., Rizwan, M., Ahmad, M. ve Haq, M. (2014). "Effect of Brand Trust and Customer Satisfaction on Brand Loyalty in Bahawalpur", *Journal of Sociological Research*, 5(1): 306-326.
- Akbaş, E. (2010). *Kurumsal Sosyal Sorumluluk Uygulamalarının Tüketici Marka Bağlılığına Etkisinin Araştırılması*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Akram, M.U., Pervaiz, R. ve Riaz, T. (2012). "Impact of Viewer Response Profile on Skepticism Toward Advertising", *Global Journal of Management and Business Research*, 12(12): 11-15.
- Albayrak, T., Caber, M. ve Aksoy, Ş. (2010). "Clustering Consumers According to Their Environmental Concerns and Scepticisms", *International Journal of Trade, Economics and Finance*, 1(1): 84-88.
- Aljarah, A. ve Ibrahim, B. (2020). "The Robustness of Corporate Social Responsibility and Brand Loyalty Relation: A Meta-Analytic Examination", *Journal of Promotion Management*, 26(7): 1038-1072.
- Andreasen, A.R. (2003). "The Life Trajectory of Social Marketing: Some Implications", *Marketing Theory*, 3(3): 293-303.
- Anghel, L.D., Grigore, G.F. ve Roşca, M. (2011). "Cause-Related Marketing, Part of Corporate Social Responsibility and Its Influence Upon Consumers' Attitude", *Amfiteatru Economic*, XIII(29): 72-85.
- Angjelova, A. ve Sundström, P. (2015). *Reducing Consumer Skepticism when Communicating CSR*. (Bachelor Thesis). Sweden: Jököping International Business School.
- Aytekin, P. (2015). "Persuasion Knowledge and Ad Skepticism", *International Journal of Research in Social Sciences*, 4(10): 8-14.
- Bailey, A.A. (2007). "Public Information and Consumer Skepticism Effects on Celebrity Endorsements: Studies among Young Consumers", *Journal of Marketing Communications*, 13(2): 85-107.
- Barkah (2015). "The Influence of Affinity for the Cause, Cause Proximity and Company-Cause Fit on Customer Loyalty with Skepticism as Intervening Variable (Study on Aqua Drinking Water Customerin Pontianak, West Kalimantan)", *European Journal of Business and Management*, 7(10): 182-191.
- Bearden, W.O., Hardesty, D.M. ve Rose, R.L. (2001). "Consumer Self-Confidence: Refinements in Conceptualization and Measurement", *Journal of Consumer Research*, 28: 121-134.
- Becker-Olsen, K.L., Cudmore, B.A. ve Hill, R.P. (2006). "The Impact of Perceived Corporate Social Responsibility on Consumer Behavior", *Journal of Business Research*, 59(1): 46-53.
- Bosmans, A.M.M. ve Warlop, L. (2005). "How Vulnerable are Consumers to Blatant Persuasion Attempts?". SSRN: <https://ssrn.com/abstract=869978>, (16.04.2018).
- Boush, D.M., Friestad, M., ve Rose, G.M. (1994). "Adolescent Skepticism toward TV Advertising and Knowledge of Advertiser Tactics", *Journal of Consumer Research*, 21(1): 165-175.

- Brønn, P.S. ve Vrioni, A.B. (2000). *Measuring Skepticism to Cause Related Marketing: Preliminary Norwegian Results*. (Discussion Paper). Norwegian School of Management BI.
- Campbell, M.C. (1995). "When Attention-Getting Advertising Tactics Elicit Consumer Inferences of Manipulative Intent: The Importance of Balancing Benefits and Investments", *Journal of Consumer Psychology*, 4(3): 225-254.
- Carroll, A. (1979). "A Three-Dimensional Conceptual Model of Corporate Performance", *The Academy of Management Review*, 4(4): 497-505.
- Chaisurivirat, D. (2009). *The Effect of Corporate Social Responsibility: Exploring The Relationship among CSR, Attitude Toward The Brand, Purchase Intention and Persuasion Knowledge*. Graduate Theses and Dissertations. University of South Florida, U.S.A.
- Chaudary, S. ve Ali, M. (2016). "The Spillover Effect of CSR Initiatives on Consumer Attitude and Purchase Intent: The Role of Customer-Company Identification with the Moderating Effect of Awareness", *Pakistan Journal of Commerce and Social Sciences*, 10(2): 368-387.
- Cuesta-Valiño, P., Rodríguez, P. G. ve Núñez-Barriopedro, E. (2019). "The Impact of Corporate Social Responsibility on Customer Loyalty in Hypermarkets: A New Socially Responsible Strategy", *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 26:761-769.
- Çavuşoğlu, S.B., Karaman, Ö. ve Dal. S. (2016). "İstanbul Üniversitesi Spor Bilimleri Fakültesi Öğrencilerinin, Ünlü Kullanılan ve Kullanılmayan Spor Ürünü Dergi Reklamlarına Yönelik Yorumlarının İkna Bilgi Modeline Göre Değerlendirilmesi", *Sosyal Bilimler Dergisi*, 8: 287-300.
- Dalal, B. (2020). "The Antecedents and Consequences of CSR Skepticism: An Integrated Framework", *Journal of Sustainable Marketing*, 1(1):1-9.
- Darke, P.R. ve Ritchie, R.J.B. (2007). "The Defensive Consumer: Advertising Deception, Defensive Processing, and Distrust", *Journal of Marketing Research*, 44(1): 114-127.
- De Pechpeyrou, P. ve Odou, P. (2012). "Consumer Skepticism and Promotion Effectiveness", *Recherche et Applications en Marketing*, (English Edition), 27(2): 45-69.
- Deneçli, C. (2015). "The Relationship Between Scepticism towards Advertising and The Five-Factor Personality Traits", *Marmara Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, XXXVII(II): 213-232.
- Douglas, N. (2006). *An Examination of How Product Involvement Affects Brand Loyalty*. (Master Thesis). New Zealand: Auckland University.
- Dwivedi, A. (2016). "Influence of Cause Related Marketing on Consumer Purchase Decisions", *Pristine International Journal of Management Research (PIJMR)*, 1(I): 25-36.
- Elmas Atay, S. ve Tüzüner, V. L. (2018). "Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve İnsan Kaynakları Uygulamaları Birbirlerini Destekliyor Mu? Bankaların Web Sitelerinin İçerik Analizi ile Değerlendirilmesi", *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 32: 271-285.
- Elpeze Ergeç, N. (2004). "Televizyon Reklamlarına Yönelik Şüphe (İkna Bilgi Modelinin Yorumlanması)", *Anadolu Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları*, 1553: 1-186.
- Elpeze Ergeç, N. (2009). "Reklama Şüpheli Yaklaşımın İncelenmesi", *Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 18(2): 172-193.
- Elving, W.J.L. (2012). "Scepticism and Corporate Social Responsibility Communications: The Influence of Fit and Reputation", *Journal of Marketing Communications*, (First article, 2012): 1-16.
- Erkman, T. ve Şahinoğlu, F. (2012). "Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetlerine İlişkin Çalışan Algıları ile Örgütsel Bağlılığın Hizmet Sektöründe İncelenmesi", *Marmara Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, XXXIII(II): 267-294.
- Feick, L. ve Gierl, H. (1996). "Skepticism about advertising: A Comparison of East and West German Consumers", *International Journal of Research in Marketing*, 13: 227-235.
- Fatma, M. ve Rahman, Z. (2017). "An Integrated Framework to Understand How Consumer-Perceived Ethicality Influences Consumer Hotel Brand Loyalty", *Service Science*, 9(2):136-146.

- Ford, G.T., Smith, D.B. ve Swasy, J.L. (1990). "Consumer Skepticism of Advertising Claims: Testing Hypotheses from Economics of Information", *Journal of Consumer Research*, 16(4): 433-441.
- Friestad, M. ve Wright, P. (1994). "The Persuasion Knowledge Model: How People Cope with Persuasion Attempts", *Journal of Consumer Research*, 21: 3-31.
- Groza, M.D., Pronschinske, M.R. ve Walker, M. (2011). "Perceived Organizational Motives and Consumer Responses to Proactive and Reactive CSR", *Journal of Business Ethics*, 102: 639-652.
- Göktürk, B. (2017). "Halkla İlişkilerde Güven Kavramının Önemi". *Yalova Sosyal Bilimler Dergisi*, 13: 76-89.
- Guest, L.P. (1942). "Last vs. Usual Purchase Questions", *Journal of Applied Psychology*, 26(2): 180-186.
- Hussein, A.S., Ismail, T. ve Hapsari, R. (2015). "The Formation of Brand Loyalty in Indonesian Restaurant Industry", *European Journal of Tourism, Hospitality and Recreation*, 6(2): 67-98.
- Jackson, A.S. (2011). "Advertising to Adolescents: An Examination of Skepticism", *Global Journal of Business Research*, 5(3): 85-91.
- Kotler, P. ve Lee, N. (2005). *Corporate Social Responsibility: Doing the Most Good for Your Company and Your Cause*. Hoboken, New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Lantos, G.P. (2001). "The Boundaries of Strategic Corporate Social Responsibility", *The Journal of Consumer Marketing*, 18(7): 595-649.
- Lau, G.T. ve Lee, S.H. (1999). "Consumers Trust in a Brand and the Link to Brand Loyalty", *Journal of Market Focused Management*, 4(4): 341-370.
- Lee, J. (2013). *The Effects of Persuasion Knowledge on Consumers' Responses to Green Advertising: Focusing on Skepticism as Mediator*. Master's Thesis, University of Tennessee, Knoxville, USA.
- Lee, K. (2020). "Consumer Skepticism about Quick Service Restaurants' Corporate Social Responsibility Activities", *Journal of Food Service Business Research*, 23(5): 417-441.
- Mikolajczak-Degrauwe, K. ve Brengman, M. (2014). "The Influence of Advertising on Compulsive Buying-The Role of Persuasion Knowledge", *Journal of Behavioral Addictions*, 3(1): 65-73.
- Mir, R.A. (2015). "Cause-Related Marketing v/s Corporate Social Responsibility (An Exploitative Marketing Or A Giving Strategy)", *Research Journal of Social Science and Management*, 5(1): 171-178.
- Mishra, H.G., Sinha, P.K., Singh, S. ve Koul, S. (2013). "Impact of Consumer Social Responsibility and Brand Social Responsibility Image on Brand Loyalty", *International Journal of Management and Business Research*, 3(4): 297-309.
- Mohr, L.A., Eroğlu, D. ve Scholder, P. (1998). "The Development of a Measure of Scepticism Toward Environmental Claims in Marketers' Communications", *The Journal of Consumer Affairs*, 32(1): 30-55.
- Morsing, M. ve Schultz M. (2006). "Corporate Social Responsibility Communication: Stakeholder Information, Response and Involvement Strategies", *Business Ethics*, 15(4): 323-38.
- Neuninger, R., Mather, D. ve Duncan, T. (2017). "Consumer's Scepticism of Wine Awards: a Study of Consumers' Use of Wine Awards", *Journal of Retailing and Consumer Services*, 35: 98-105.
- Obermiller, C. ve Spangenberg, E.R. (1998). "Development of a Scale to Measure Consumer Skepticism Toward Advertising", *Journal of Consumer Psychology*, 7(2): 159-186.
- Oğuzlar, A. (2006). "Hanehalkı Tipi ve Kır-Kent Ayırımının Diskriminant Analizi İle İncelenmesi", *Akdeniz İ.İ.B.F. Dergisi*, 11: 70-84.
- Oliver, R.L. (1999). "Whence Customer Loyalty?", *Journal of Marketing*, 63(Special Issue): 33-44.
- Özdamar, K. (2010). *Paket Programlar İle İstatistiksel Veri Analizi -Çok Değişkenli Analizler-*. Ankara: Kaan Kitabevi.
- Özdemir, H. (2009). "Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Marka İmajına Etkisi", *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 15: 57-72.
- Özgen, E. (2007). "Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kavramı ve Çalışan Memnuniyetine Etkisi", *D.Ü.Ziya Gökalp Eğitim Fakültesi Dergisi*, 8: 1-6.

- Öztürk, M.C. ve Topuz Savaş, A. (2014). "Sosyal Amaca Yönelik Pazarlama Reklamlarının Markaya Yönelik Tutum ve Satınalma Niyetine Etkisi: Anadolu Üniversitesi Öğretim Elemanlarına Yönelik Bir Uygulama", *Journal of Yasar University*, 9(35): 6099-6260.
- Pomeroy, A. ve Johnson, L.W. (2009). "Advertising Corporate Social Responsibility Initiatives to Communicate Corporate Image. Inhibiting Scepticism to Enhance Persuasion", *Corporate Communications: An International Journal*, 14(4): 420-439.
- Pouw, S. (2013). *Communicating about CSR: The Effect of Fit and Level of Information on Skepticism and Reputation*. (Master Thesis). University of Amsterdam.
- Rehmat, F., Farsam, T., Ahmad, M.S. ve Naqvi, S.I.R. (2015). "Consumer Purchase Intentions Affected by Cause-Related-Marketing, Skepticism and Brand Loyalty: A Correlational Analysis", *Sukkur Institute of Business Administration*, 2(1): 31-46.
- Richards, L. (2013). "Examining Green Advertising and Its Impact on Consumer Skepticism and Purchasing Patterns", *Elon Journal of Undergraduate Research in Communications*, 4(2): 1-12.
- Rim, H. ve Kim, S. (2016). "Dimensions of Corporate Social Responsibility (CSR) Skepticism and Their Impacts on Public Evaluations toward CSR", *Journal of Public Relations Research*, 28(5-6): 248-267.
- Rivera, J. J., Bigne, E. ve Curras-Perez, R. (2019). "Effects of Corporate Social Responsibility on Consumer Brand Loyalty", *Review of Business Management*, 21(3):394-415.
- Saghini, K. (2008). *UPS and Zoo Atlanta: A Case Study on Corporate Social Responsibility*. (Graduate Thesis). Georgia State University, U.S.A.
- Saran, M., Coşkun, G., İnal Zorel, F. ve Aksoy, Z. (2011). "Üniversitelerde Sosyal Sorumluluk Bilincinin Geliştirilmesi: Ege Üniversitesi Topluma Hizmet Uygulamaları Dersi Üzerine Bir Araştırma", *Journal of Yaşar University*, 22(6): 3732-3747.
- Scarlett, A. (2011). *Communicating Corporate Social Responsibility: Challenges to Companies with Low Company Cause Fit*. A Capstone Project Presented for the Degree of Masters of Arts. American University. Washington DC, USA.
- Schramm-Klein, H. ve Zentes, J. (2008). "Corporate Social Responsibility of Retail Companies: Is it relevant for Consumers' Purchasing Behavior?", *11th Etienne THIL French Retailing Conference*, La Rochelle. 02-03 Ekim 2008.
- Sen, S. ve Bhattacharya, C.B. (2001). "Does Doing Good Always Lead to Doing Better? Consumer Reactions to Corporate Social Responsibility", *Journal of Marketing Research*, 38(2): 225-243.
- Serinkli, N. (2018). "Çalışanların Kurumsal Sosyal Sorumluluk Algılarının Örgütsel Bağlılıkları İle İlişkisi", *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 31: 285-301.
- Shabbir, S., Kaufmann, H.R., Ahmad, I. ve Qureshi, I.M. (2010). "Cause Related Marketing Campaigns and Consumer Purchase Intentions: The Mediating Role of Brand Awareness and Corporate Image", *African Journal of Business Management*, 4(6): 1229-1235.
- Skarmeas, D. ve Leonidou, C.N (2013). "When Consumers Doubt, Watch Out! The Role of CSR Skepticism", *Journal of Business Research*, 66: 1831-1838.
- Summak, M. E. (2018). "Kurumsal Sosyal Sorumluluk Algısının Tüketici Davranışıyla Etkileşimi", *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 6(2): 1106-1127.
- Söylemez, C. ve Kayabaşı, A. (2017). "Müşteri Sadakati ve Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri (KSS): Kurumsal İmajın Aracılık Etkisinin İncelenmesi", *UİİD-IJEAS*, 16. ÜİK Özel Sayısı: 349-364.
- Şahin, Ş., Yönet, Ö. Ve Suher, H.K. (2016). "Reklama Yönelik Şüphecilik: Anne-Baba ve Çocukları Arasındaki Farklar Üzerine Bir İnceleme", *Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Uluslararası Hakemli Dergisi*, 24(2): 55-73.
- Tien, C. ve Phau, I. (2009). "A Research Agenda for Consumers' Skepticism toward Advertising Claims (CSA)", *ANZMAC*, 1-8.



- Urkut, S. ve Cengiz, E. (2019). "Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Tüketici Temelli Marka Denkliğine Etkisi", *Beykoz Akademi Dergisi*, 7(2): 126-146.
- Vlachos, P.A., Koritos, C.D., Krepapa, A., Tasoulis, K. ve Theodorakis, I.G. (2016). "Containing Cause-Related Marketing Skepticism: A Comparison across Donation Frame Types", *Corporate Reputation Review*, 19(1): 4-21.
- Yapraklı, Ş., Noksan, E. ve Ünalın, M. (2017). "Tüketicilerin Sosyal Sorumluluk Projelerine Yönelik Genel Tutumlarının Marka Sadakati ve Satın Alma Niyeti Üzerindeki Etkisi", *MCBÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, 15(4): 133-154.
- Yehia, S.M.Z. ve Massimo, C. (2016). "An Experiment on Brand Loyalty among Mobile Phone Users in The Basque Region of Spain", *Marketing and Innovation Management*, 1: 32-47.
- Yoon, Y., Gürhan Canlı, Z. ve Schwarz, N. (2006). "The Effect of Corporate Social Responsibility (CSR) Activities on Companies With Bad Reputations", *Journal of Consumer Psychology*, 16(4): 377-390.

#### **Beyan ve Açıklamalar (Disclosure Statements)**

1. Bu çalışmanın yazarları, araştırma ve yayın etiği ilkelerine uyduklarını kabul etmektedirler (The authors of this article confirm that their work complies with the principles of research and publication ethics).
2. Yazarlar tarafından herhangi bir çıkar çatışması beyan edilmemiştir (No potential conflict of interest was reported by the authors).
3. Bu çalışma, intihal tarama programı kullanılarak intihal taramasından geçirilmiştir (This article was screened for potential plagiarism using a plagiarism screening program).







Article Info/Makale Bilgisi

✓Received/Geliş:02.07.2021 ✓Accepted/Kabul:30.07.2021

DOI: 10.30794/pausbed.961258

Araştırma Makalesi/ Research Article

Akdağ, Z. (2022). "Çin Karakteristiğiyle Dünya Düzeni: Geçmişten Günümüze Haraççı Sistem", *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı 48, Denizli, ss. 365-382.

## ÇİN KARAKTERİSTİĞİYLE DÜNYA DÜZENİ: GEÇMİŞTEN GÜNÜMÜZE HARAÇÇI SİSTEM

Zekeriya AKDAĞ\*

### Öz

Çin'in yükselişi veya düşüşü Doğu Asya bölgesel düzeninin hemen her zaman belirleyici faktörü olmuştur. 21. yüzyılda Çin'in yeniden büyük bir güç olarak tarih sahnesine çıkması, bölgesel ve küresel düzenin nasıl şekilleneceğine yönelik tartışmaları hızlandırmaktadır. Çin'in ekonomik ve askeri gücü, birçok aktörle Çin lehine olan asimetrik bir bağımlılık ilişkisine yol açmaktadır. Çin ile diğer ülkeler arasındaki ekonomik ve askeri eşitsizliğin haraççı sistemde olduğu gibi hiyerarşik bir düzene yol açıp açmayacağı merak konusudur. Bu çalışmada, yükselmekte olan Çin'in nasıl bir düzen arayışında olacağı, tarihsel deneyimlerden yola çıkarak analiz edilmiştir. Çalışma, ekonomik ve askeri olarak güçlü bir Çin'in dış işlerini nasıl bir çerçevede yürüteceği sorusuna yanıt vermeyi amaçlamaktadır. Çin ve diğer ülkeler arasındaki ekonomik ve askeri asimetrinin haraççı sistemde olduğu gibi, Çin'in bazı ülkelerle olan ilişkilerinin eşitsiz bir temelde yürütülmesine olanak sağlayacağı savunulmaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Çin, Haraççı sistem, Çin merkezli düzen, Dünya düzeni

### WORLD ORDER WITH CHINESE CHARACTERISTICS: THE TRIBUTE SYSTEM FROM PAST TO PRESENT

#### Abstract

The rise or fall of China has always been the determining factor in the East Asian regional order. The re-emergence of China as a great power in the 21st century accelerates the discussions on how the regional and global order will be shaped. China's economic and military power leads an asymmetrical dependency relationship with many actors in favor of China. It is a matter of curiosity whether the economic and military inequality between China and other countries will lead to a hierarchical order as in the tribute system. In this study, what kind of order the rising China will seek was analyzed based on historical experiences. The study aims to answer the question of how an economically and militarily powerful China will conduct its foreign affairs. It is argued that the economic and military asymmetry between China and other countries will allow China's relations with some countries to be carried out on an unequal basis, as in the tribute system.

**Keywords:** China, The tribute system, Sino-centric order, World order.

\*Dr. Öğr. Üyesi, İnönü Üniversitesi, İİBF, Siyaset Bilimi ve Uluslararası İlişkiler, MALATYA.  
e-posta: zekeriya.akdag@inonu.edu.tr, (<https://orcid.org/0000-0002-0866-603X>)

## **Giriş**

Çin, modern öncesi dönemde olduğu gibi dünya ekonomisinin en önemli aktörlerinden biri haline gelmeye başladı. Çin'in dünyanın üretim ve ticaret nezdindeki konumu, ülkeyi uluslararası düzeni doğrudan etkileyebilecek bir düzeye taşıdı. Çin çok sayıda ülkenin en büyük ticaret ortağı, doğrudan yabancı yatırım kaynağı, borç ve kredi sağlayıcısı konumundadır. Çin'in askeri ve ekonomik gücü, birçok ülkeyle Çin lehine olan asimetrik bir bağımlılığa yol açmaktadır. Çin ve diğer ülkeler arasındaki ekonomik ve askeri asimetri, Çin'in bu ülkelerle olan ilişkilerine yön vermektedir.

Doğu Asya bölgesinde oldukça uzun bir süre için istikrarı temin eden Çin merkezli geleneksel haraççı sistem, Çin'in uluslararası sistemdeki yükselişi ile birlikte yeniden gündeme gelmektedir. Çin'in modern dönem öncesinde olduğu gibi yeniden güçlü bir aktör olarak tarih sahnesine çıkması bölgesel ve küresel düzenin geleceğine yönelik tartışmaları hızlandırmaktadır. Ülkenin geleneksel hiyerarşik sisteminin modern bir versiyonunu yeniden kurmaya çalışıp çalışmayacağı da büyük bir merak konusudur.

Asya'nın bölgesel düzeninin geleceğine dair farklı düşünceler bulunmaktadır. Klasik realist teorisyenler arasında değerlendirilen Friedberg, Avrupa'nın geçmişinin Asya'nın geleceği olabileceğini iddia etmektedir. Uzun vadede Asya'nın büyük güç mücadelesinin temel alanı haline gelmesinin daha muhtemel olduğunu belirtmektedir (1994: 7). Ayrıca Friedberg, Asya'nın büyük güçler arasında sürekli bir rekabetin olduğu çok kutuplu bir sisteme sahip olacağını ileri sürmektedir (Friedberg, 1994: 31). Avrupa'da 19. yüzyılın sonu ve 20. yüzyılın başında olduğu gibi Asya'nın geleceğinde de büyük güç rekabetinin baskın olabileceği çok kutuplu bir sistemin inşa edileceği iddia edilmektedir.

Asya çalışmalarıyla bilinen Michael Yahuda, yakın gelecekte Asya için iki muhtemel senaryodan bahseder. Bu senaryolardan ilki, tüm gerileme ve gerilimlerine rağmen ABD'nin öncülük ettiği mevcut düzenin devam etmesidir. İkincisi, büyük güçler arasında rekabetin olduğu çok kutuplu bir sistemin hayata geçmesidir. Yahuda'ya göre, ABD'nin gücünde yaşanmakta olan aşınmalara ve buna yönelik meydan okumalara rağmen, mevcut düzen bir şekilde varlığını sürdürebilir. Diğer bir olası senaryo ise ABD ve Rusya gibi aktörlerin de dâhil olduğu çok kutuplu bir düzenin geçerlilik kazanmasıdır (2008: 356).

Ofansif realist akımın önde gelen isimlerinden John Mearsheimer'a göre, eğer Çin ekonomik bir güç merkezi haline gelirse, ekonomik gücünü askeri güce dönüştürecek ve Kuzeydoğu Asya'da baskın güç olmaya çalışacaktır (2001: 4). Ekonomik gücü arttıkça Çin, Asya'da hakim güç olmaya ve bölgesel düzende kabul edilebilir kuralların çerçevesini belirlemeye çalışacaktır (Mearsheimer, 2010: 389). Mearsheimer, Çin yükselişini ABD'nin 19. yüzyıldaki yükselişine benzeterek, gelecek vadeden bir hegemonun güç ve etkisini komşularına yayma arayışında olacağını iddia eder. Mearsheimer gibi bazı ofansif realistler Asya'nın geleceğinin ABD'nin 19. yüzyıldaki geçmişine benzetmektedir (Acharya, 2008: 61). Nasıl ki ABD Batı yarımküresinde hâkim güç haline gelmeye çalışmışsa, Çin'in de benzer şekilde Doğu Asya'nın hâkim gücü haline gelmeye çalışacağı iddia edilmektedir.

Yapısalcı teorisyenler arasında değerlendirilen David Kang'a göre, tarihsel olarak Asya'da kaosa yol açan neden Çin'in zayıflığı olmuştur. Kang'a göre Çin güçlü ve istikrarlı olduğunda bölgede düzen temin edilmektedir (2003: 67). Kang, Asya'nın geleceğinde Çin merkezli hiyerarşik sistemin 21. yüzyıldaki versiyonuna benzer bir düzenin yeniden hayata geçmesinin muhtemel olduğunu ileri sürer. Yazara göre, Doğu Asya'nın bölgesel ilişkileri Batı'ya nazaran tarihsel olarak hiyerarşik, daha barışçıl ve daha istikrarlıydı (2003: 66). Çünkü Doğu Asya uluslararası ilişkilerinde ülkeler arası gayri resmi eşitliğe olanak tanınsa da ülkeler arasında resmi hiyerarşi öne çıkardı (Kang, 2003: 67).

Yeni Asya düzeni hakkındaki Türkçe literatürün ise yeni ve oldukça sınırlı olduğu görülmektedir. Bu konuda öne çıkan çalışmalardan birinde, Çin'in maddi gücündeki artışın nasıl bir küresel etkiye sahip olduğu incelenmektedir (Alperen, 2019). Çalışmada Çin'in artan gücünün küresel bir düzen oluşturacak düzeyde olmadığı ileri sürülmektedir. Çin'in alternatif bir düzen kurmaktan ziyade, mevcut düzen içindeki özerkliğini arttıracak girişimlerde bulunduğu belirtilmektedir (Alperen, 2019: 245). Diğer önemli bir çalışmada ise, Çin'in uluslararası ilişkilerini "yeni-haraççılık" olarak ifade edilen bir çerçevede yürüttüğü dile getirilmektedir. Çalışmada öne çıkarılan "yeni-haraççılık" kavramı; Çin'in istisnailiği düşüncesi, ticaret ve diplomasinin iç içe geçmişliği, kültürel

etki ve pozitif bir devlet kimliğinin inşası gibi dört unsur üzerinden incelenir (Bayram ve Emiroğlu, 2020). Çin'in istisnailiğinin, kültürel etkisinin ve pozitif imaj inşasının en azından günümüz için herhangi bir düzen kuracak düzeyde başarılı bir etki oluşturabildiği söylenemez. Hatta Japonya ve Güney Kore gibi diğer Doğu Asya ülkelerinin Çin'den daha fazla kültürel etkiye sahip olduğu bilinmektedir. Genel anlamda Türkçe literatüre bakıldığında Çin'in haraç sisteminin yapısı, işlevleri ile kapsamı konusunda yeterli ve ayrıntılı çalışmaların görülmediği söylenebilir.

Bu çalışmada, Çin'in yeniden büyük bir güç olarak uluslararası sistemde yer almasıyla olası bir düzenin haraççı sistemden bazı izler taşıyacağı ileri sürülecektir. Çin ile diğer aktörler arasındaki askeri ve ekonomik eşitsizliğin, Çin lehine olan bir asimetrik bağımlılığa yol açtığı ortaya konmaya çalışılacaktır. Çin merkezli geleneksel haraç sisteminin, bölgesel düzeyde istikrarın temin edilmesinde ve sürdürülmesinde ister istemez yol gösterici bir unsur olacağı tahmin edilmektedir. Çin'in küçük ve orta ölçekli aktörlerle olan ilişkilerinin belli ölçülerde eşitsiz bir temelde yürütülmesinin muhtemel olduğu düşünülmektedir.

Çalışma iki temel bölümden oluşmaktadır: İlk bölümde, haraççı sistem detaylı bir şekilde ele alınacaktır. Haraççı sistemin nasıl bir yapı arz ettiği, nasıl işlediği ve ne gibi işlevler üstlendiği incelenecektir. Daha sonra haraççı sistem kavramına yönelik eleştirilere değinilecektir. İkinci bölümde ise haraççı sistemin günümüzdeki yansımalarının neler olduğu tartışılacaktır. Günümüzde haraççı sisteme benzer bir düzeni olanaklı kılan ve sınırlayan etmenler analiz edilecektir. Çalışmada kullanılacak yöntem ise tarihsel ve betimsel araştırma yöntemleri ağırlıklı olacaktır.

## **1. GELENEKSEL ÇİN MERKEZLİ DÜNYA DÜZENİ: HARAÇÇI SİSTEM**

Kadim Çin medeniyeti Doğu Asya toplumlarının çoğunluğuna kaynaklık etmiştir. Bu toplumlar Çin'in kültür alanı içinde gelişmişlerdir. Çin'in ideografik yazı sistemi, aile ve toplumsal düzen hakkında Konfüçyüsçü klasik öğretileri, resmi sınav sistemi, Çin'in imparatorluk monarşisi ve bürokrasisi Doğu Asya'yı büyük oranda etkilemiştir (Fairbank, 1968: 1). Refah, boyut ve süreklilik gibi özelliklerin hepsi Çin'i, Doğu Asya dünyasının doğal merkezi haline getirmiştir (Fairbank, 1968: 1-2).

Tarihsel süreçte Çin, birçok iniş çıkışa rağmen merkezi rolünü komşularına da kabul ettirerek devam etmeyi başarmış bir devlettir. Diğer ülkelerin liderlerinin teoride onun altında yer aldığı kabul edilen Çin imparatoru, Doğu Asya hiyerarşik sisteminin merkezinde yer almaktaydı. Çin'in Doğu Asya üzerindeki bölgesel etkisi sadece siyasal değildi. Çin aynı zamanda dilsel, kültürel ve siyasal kurumlar açısından da uygarlığın temel belirleyicisi konumundaydı (Kissinger, 2015: 23). Felaketler ve çöküş dönemlerinde dahi, Çin'in evrenin merkezi olduğu anlayışı bölgesel meşruiyetin temel kaynağıydı (Jacques, 2016: 252). Kendisini dünyanın merkezi olarak algılayan Çin, diğer ülkelerden farklı olarak herhangi bir isme dahi ihtiyacı olmadığına inanıyordu (Jacques, 2016: 307-308). Diğer ülkeler kendilerini isimlendirirken coğrafi sınır vb. ölçütler kullanırken Çin, kendisini *Zhongguo* (中国), yani "Orta Krallık" ya da "Merkez Ülke" adıyla anıyordu (Kissinger, 2015: 23-24).

Çinlilerin civarlarındaki alanlarla ve Çinli olmayan halklarla ilişkileri, genel olarak Çin merkezli (*Sino-centric*) anlayış tarafından şekillendiriliyordu. Çinliler dış ilişkileri, Çin devleti ve toplumu içinde tecelli eden toplumsal ve siyasal düzenin ilkelerinin dışa yansımaları olarak görme eğilimindeydiler. Bu bağlamda Çin'in dış ilişkileri, Çin toplumunun kendisi gibi, hiyerarşikti ve eşitlikçi değildi. Çin'in dünya düzeni üzerine çalışmalarıyla bilinen Fairbank'a göre, Çin'in dış ilişkileri için uluslararası ve hatta devletler arası terimleri uygun görünmemektedir. Fairbank, bundan dolayı Çin'in dış ilişkilerini, "Çin dünya düzeni" (*Chinese world order*) olarak adlandırmayı tercih etmektedir (1968: 2). Geleneksel Çin dünya düzeninin katılımcıları, herkesin kendi egemenliğine sahip olduğu ulus, egemenlik veya devletlerin eşitliği gibi Batılı ilkelere karşılık gelen kavramları kullanmadılar. Çin dünya düzeni, toprakların birbirine denk statüdeki egemenler arasında bölündüğü bir düzenin tersine, tüm yerel otoritelerin merkeze ve imparatorun üstün gücüne tabi olmaya dayanıyordu.

Doğu Asya hiyerarşik düzeninde herkesin kendine uygun yerde veya kendisine ait olan yerde kalması bekleniyordu (Braudel, 2006: 213). Çin merkezli ilişki biçimi, Doğu Asya bölgesinde gelişen ilişkilerin bir prototipi olmuştur (Fairbank, 1968: 9). Hiyerarşik düzen anlayışı sadece Çin tarafından empoze edilen bir sistem olmaktan ziyade, Doğu Asya'daki hemen her ülke tarafından benimsenen bir sistemdi. Hiyerarşik düzen Çin ve komşuları arasındaki ilişkiyi şekillendirmekle birlikte diğer ülkelerin birbirleriyle olan ilişkilerini de şekillendirmekteydi.

Tarihte Asya'daki uluslararası düzenin temel belirleyici ilkesi egemen eşitliği değil, hiyerarşiydi (Kissinger, 2014: 197). Asya'nın tarihsel hiyerarşik sistemlerinde, aşağı derecedeki ülkelerin üstün olanlara somut bağlılık içinde bulunmaları bekleniyordu. Bu tür bir yaklaşım teorik olarak bölgesel güç ilişkilerinde herhangi bir muğlaklığa yer bırakmıyordu. Ancak gerektiğinde olağanüstü bir yaratıcılık ve esneklikle ilkeler aşınabiliyordu (Kissinger, 2014: 197). Çin merkezli hiyerarşik sistem, İmparator'un menzilineki sözde sonsuzluğa dayanan evrensel bir düzendi. "Göğün Altındaki Her Şey" üzerinde egemenlik sahibi olan imparatorun, insanlığın tamamına yayılan "mutlak ve evrensel bir siyasi ve kültürel hiyerarşinin zirvesinde" bulunduğu düşünülüyordu. Çin'in kültürel ihtişamı ve ekonomik ihsanıyla diğer diğer toplumları cezbedip "gökyüzü altında uyum" hedefini sağlayacak şekilde yöneterek düzeni temin edebileceği düşünülüyordu (Kissinger, 2014: 15).

Çin bakış açısına göre dünya düzeni evrensel bir hiyerarşinin yansımasından oluşuyordu. Hiçbir toplumun Çin ile eşit düzeyde olmadığı, ama onunla bir şekilde ilişki içinde olduğu düşünülürdü. Diğer siyasal örgütlenmelerin yöneticileri muadil egemenler olarak muamele görmezdi. Diploması veya uluslararası ilişkiler eşit egemenler arası münasebetlerden ziyade, diğer toplumların evrensel hiyerarşideki konumlarının teyit edildiği, dikkatle tasarlanmış törenler dizisinden oluşuyordu. Böylece kadim Çin'de dışişleri, bağlılık ilişkisinin tonlarını belirleyen "Ritüeller Bakanlığı"nın ve göçebe toplumlarla ilişkileri yürüten "Sınır İşleri Dairesi"nin alanıydı (Kissinger, 2014: 236).

Kendini dünyanın yegâne egemen siyasi yönetimi olarak algılayan Çin imparatorunun hakimiyet alanı, sadece doğrudan yönetimi altında bulunan topraklar değil, Çin'in uygarlığın merkezini oluşturduğu "Gökyüzü Altındaki Her Şey"di (Kissinger, 2014: 235-236). Çin imparatoru göğün oğluydu ve diğer tüm ülkeler doğal olarak ona tabiydi. "Bütün dünya Çin imparatorunun tebaasıdır" anlayışı dolayısıyla başka devletler olamayacağı için "sınır" da yoktu (Eberhard, 1995: 41). Yeryüzü topluluklara değil bölgelere ayrılmış olarak algılandığından, Çin bağımsız yöneticileri tanıyabilirdi, çünkü bağımsız bölgeler olabiliyordu. Fakat Çin imparatoru gerekli gördüğünde müdahale etme hakkına haizdi. Çin imparatoru göğün altındaki tüm insanlardan sorumlu olduğundan, diğer ülkelerin yöneticileri Çin imparatorunun tayin edilmiş temsilcisi olarak görülüyordu (Lam, 1968: 179).

Diğer ülkelerin yöneticilerinin haraçgüzar olarak tayin edilmesi, Çin imparatorları tarafından, imparatorluk içindeki resmi görevlilerin atanması gibi görüyordu. Bu yöneticiler barış ve düzenin sürdürülmesi görevinde başarısız oldukları zaman atanma geri alınabiliyordu. Böyle bir durumda haraçgüzar kral, imparatorluk içindeki herhangi bir yüksek resmi görevli gibi cezalandırılıyordu (Lam, 1968: 179). Haraçgüzarlık statüsü ülkelere değil yöneticilere veriliyordu. Kişisel bir statü olduğundan aktarılabildiği değildi. Haraçgüzarlık payesi verilen yönetici öldüğünde ardılı kimse aynı prosedürlere geçtikten sonra Çin tarafından tanınmış olurdu (Lam, 1968: 179).

Çinli olmayan hükümdarlar belirli teamüller ve seremoniler ile Çin dünya düzenine katılabiliyorlardı. Bu uygulamaların hepsi haraç sistemini (*tribute system*) oluşturuyordu. Qing Hanedanlığı döneminde bu uygulamalar şöyle sıralanabilir: Çinli olmayan idarecilere atandıklarına dair bir belge ve yazışmalarda kullanmak için resmi bir mühür verilirdi. Onlara, Qing aristokratik hiyerarşisinde uygun görülen bir konum belirlenirdi. Yerel ürünlerden oluşan sembolik bir haraç sunumu gerçekleştirilirdi. Krallık sarayında uygun görülen seremoniler yapılırdı. Karşılığında da imparatorluk hediyeleri verilirdi ve aynı zamanda sınır bölgelerinde ve merkezde belirli ticari ayrıcalıklar tanınırdu (Fairbank, 1968: 10-11). Çin ile ilişki kurmak durumunda kalan dış ülkelerin, haraç veren tabi ülke statüsünde olmaları bekleniyordu. Bu ülkeler mümkün olduğunca buna mecbur bırakılıyordu. Böylece ticaret, imparator tarafından bu tabi ülkelerin yöneticilerine bahşedilen bir lütf olarak görülmeliydi ve başkentteki heyetlerin haraç sunma formalitelerine eşlik etmeliydi. Ekonomik ilişkilere resmi olarak bu politik çerçeveye içerisinde izin veriliyordu.

Çin, kendisini "Göksel Krallık" olarak algıladığından, diğer ülkeler bu göksel krallığa merkezden uzaklıklarına bağlı olarak daha aşağı bir statüde bağlanıyorlardı. Bu hiyerarşik ilişkiler sistemi, merkezi aktör olan Çin'in gücüne bağlı olarak zaman içinde değişik derecelerde, Doğu Asya'nın birçok bölgesini kapsayacak şekilde gelişti. "Tabiiyet sistemi" olarak da isimlendirilen bu sistemde, diğer ülkelerin merkezi imparatorluğun üstünlüğünü tanıdıklarının göstergesi olarak, haraç ödemenin de içinde bulunduğu tören ve biçimlere uymaları bekleniyordu. Bu bağlılıklarını gösterme karşılığında, o ülkeler içişlerinde serbest hareket etme özgürlüğüne sahiptiler (Jacques, 2016: 349-50).

Haraç sistemi, Konfüçyüs doktrinin hiyerarşik yapısının Çin'in dış ilişkilerine tatbiki olarak da görülebilir. Konfüçyüs doktrinin hiyerarşik yapısı bir yandan Çin imparatorluğunun içerde meşruiyetini sağlarken diğer yandan da dışarıya egemenliğin yayılmasını meşrulaştırmıştır. Nasıl ki imparatorluğun kendi tebaası imparatoru örnek olarak kabul ediyorsa, diğer ülkelerin yöneticileri nezdinde de Çin imparatoru benzer şekilde cezbedici bir örnek olarak algılanıyordu. Diğer ülkelerin liderleri, hediyeler sunarak ve haraç ödeyerek Çin imparatorunun üstünlüğünü kabul ettiklerini gösteriyorlardı. Haraç ilişkilerinde uygulanan formaliteler, Çin merkezli evrende, hiyerarşinin belirlenmesinde önemli bir rol oynuyordu (Fairbank, 1969: 137-139). Diğer ülkelerin hiyerarşi sisteminde nerelerde yer aldıkları böylece ortaya çıkıyordu.

Çin'in güney sahillerindeki ve kara sınırlarındaki Burma, Tayland, Vietnam ve Kore gibi ülkelerdeki halklarla ilişkiler "Ritüeller Bakanlığı"ndaki (*the Ministry of Rituals*) resmi görevliler tarafından yönetilirdi. Uluslararası ilişkilerin bu bakanlığın hazırladığı sembol ve teamüller aracılığıyla yürütülmesiyle, Çin yakın çevresinde yer alan bu ülkeleri aşırı askeri harcama yapmaksızın kontrol edebiliyordu. Bu ülkelerin temsilcilerinin diplomatik dokümanlarda itaat dilini kullanarak ve Çin imparatoru önünde secde etme gibi ritüelleri yaparak Çin'in kültürel ve siyasi prestijini resmi olarak kabul etmeleri beklenirdi. Bunun karşılığında da bu ülkelere, Çin ile kontrollü bir ticaret yapmalarına izin verilirdi. İmparatora hediye takdimi ritüelinden sonra, temsilcilere eşlik eden diplomatik personelin ve tüccarların ticaret yapmasına müsaade edilirdi. Diplomatik temsilciler ve tüccarlar ancak Ritüeller Bakanlığı tarafından idare edilen kervansaraylarda konaklayabilirlerdi ve her ziyaretin sonunda mallarıyla birlikte Çin'den ayrılmak zorundaydılar (Spence, 1990: 118). Çin dış ilişkileri genel olarak haraççı sistem çerçevesinde yürütülse de, her ülkeyle ilişkiler aynı şekilde yürütülüyordu. Ülkenin coğrafi konumu, toplumsal ve siyasal yapısı ilişkinin düzeyini belirlemede önemli bir faktördü.

## **1. 2. Merkezden Çevreye Çin Dünya Düzeni**

Çin'in dış ilişkilerinin kademeli ve halkalı hiyerarşik yapısı diğer halkları ve ülkeleri üç temel kuşakta içeriyordu. Sinic bölge olarak adlandırılan ilk halka, en yakında yer alan ve kültürel olarak benzer olan tabii ülkelerden oluşmaktaydı. Kore ve Vietnam gibi kısmen de olsa dönem dönem Çin imparatorluğu tarafından yönetilen ülkeler ile kısa bir zaman için Japonya bu bölgeye dahil edilebilir. İkincisi İç Asya Bölgesiydi. İç Asya'daki haraç veren göçebe veya yarı göçebe kabileler ve devletlerden oluşuyordu. Bunlar etnik ve kültürel olarak Çinli olmadıkları gibi Çin kültür alanının dışında veya kenarında yer alıyorlardı. Hatta bazen Çin Seddi sınır boylarına yönelik baskılarda da bulunuyorlardı. Dış bölge olarak adlandırılan üçüncü halka, genel olarak daha dışarıdaki "barbarlar"dan oluşuyordu. Denizde ve karada daha uzak bir mesafedeki yabancıları kapsıyordu. Güney Doğu Asya ve Güney Asya'daki diğer ülkeler ile Avrupa ülkelerini içeriyordu. Bu ülkeler Çin ile ticaret yapacakları zaman onlardan haraç ödemeleri bekleniyordu (Fairbank, 1968: 2).

"Göğün Oğlu"nun erdemli etkisinin hüküm sürdüğü Çin etki alanında hem seremoniler (*li*) hem de düzenlemeler (*fa*) yürürlükteydi. İmparatorluğun etkisinin azaldığı Çin sınırlarındaki periferi alanlarında, seremoniler etkisini gösterebiliyorken düzenlemeler etkisini kaybediyordu. Bu bölgelerde "Göğün Oğlu" doğrudan zor araçlarını kullanmada yetersiz kalıyordu. Üçüncü kategori de ise imparatorluğun etkisinin çok daha az olduğu bölgeler bulunuyordu. Bu bölgelerde sadece özel bazı seremoniler uygulanabiliyordu (Fairbank, 1968: 8). Görüldüğü gibi, "Göğün oğlu" olarak görülen Çin imparatorunun yönetimi, coğrafi ve siyasi yakınlığa göre üç kategoride sınıflandırılıyordu. İç daire doğrudan imparatorun idaresinde olan bölgelerden oluşmaktaydı. Bu bölgeler eğitim ve dönüşüm aracıyla tamamen "medeni" olarak görülür ve idari olarak merkeze entegreydi. Dış uyrukların bölgeleri gevşek idari alanları içerirdi. Dış alanlarla etkileşim haraççı yapıya dayanırdı. Çin hükümdarlığı "barbar" bölgeleri tutmak ve ikna etmek için bazı araçlarını kullansa da doğrudan o bölgeleri ve insanlarını yönetmezdi (Ren, 2011: 6). En dış halkada yer alan aktörlerle Çin'in sürekli bir temasının olduğu da söylenemez. Nadiren de olsa bu kesimde yer alan aktörler Çin ile temasa geçtiklerinde ise bazı haraççı teamüllere uymaları bekleniyordu.

Çin merkezli dünya düzeni, Çin kültürü alanının çok ötesine erişmekteydi. Sinic Bölgeyi oluşturan Çinli olmayan ülkeler, Çinli yazılı dil ve Konfüçyüsçülük gibi kültürel bağlarla katman katman Çin'e bağlıydılar. Fakat İç Asya Bölgesi, belirgin olarak Çin kültüründen olmayan halklardan oluşuyordu. Mançular, Moğollar, Uygur Türkleri, Tibetliler gibi toplum yapısı ve kültürü Çin kültüründen oldukça farklı olanları içeriyordu. Bu toplumların yazı sistemi alfabetikti, ekonomileri büyük oranda kırsal-göçebelige dayalıydı ve siyasi örgütlenmeleri kabileciydi.



Fakat bunlar asla Çin dünya düzeninin dışında görülmezdi. Çünkü İç Asya steplerinin atlı okçuları, ateşli silahlardan önce, Doğu Asya sahnesinin baskın askeri gücünü sağlıyorlardı. Çin kültürü temelli “Göğün Oğlu”nun üstünlüğü teorisi göçebe İç Asya savaşçı güçlerinin coğrafyasına kadar uzanıyordu. Stratejik bağlamda “Çin İmparatorluğu” kıtasal büyüklükte bir “Doğu Asya İmparatorluğu” haline geliyordu (Fairbank, 1968: 3).

Çinli olmayan tüm devletlerin ve halkların teorik olarak Merkezi Krallıktaki Göğün Oğluna uygun bir şekilde tabi olmaları bekleniyordu, fakat teoride olması beklenen gerçekte sık sık ihmal ediliyordu (Fairbank, 1968: 2). Çin’in periferisinde yer alan her ülkenin Çin ile bir tabiiyet ilişkisi içinde olduğu söylenemez (Suzuki, 1968: 185). Çin, uzak bölgelerdeki ülkeler için Çin’in kültürel liderliğinin kabul edilmesini yeterli buluyordu (Sakai, 1968: 134). Her yerde aynı şekilde işleyen ebedi ve değişmez bir haraç sisteminden bahsedilemez (Kang, 2010: 11). Çin imparatorlarının uluslararası ilişkiler sorunlarına yönelik esnek tutumlarına dair örnekler de yaygındı. Her ne kadar istisna veya geleneksel yaklaşımdan sapma olarak görülse de, Çin-Orta Asya ilişkilerinde bu tür istisnalar çokça görülüyordu. Herat, Kokand veya Moskova ile eşitlik temelinde ilişkiler Çin pratiklerine pek de yabancı değildi (Fletcher, 1968: 224). Doğu Asya’da en önemli aktörler arasında yer alan Japonya’nın Çin ile olan ilişkisinde de benzer bir durumdan bahsedilebilir. Çin merkezli haraç sisteminde resmi bir rol üstlenmeyi genel olarak reddetmesine rağmen Japonya, bu düzenin bölgesel bir gerçeklik olduğunu zımnen kabul ediyordu (Kissinger, 2014: 200).

Çin imparatorluğunun komşularıyla ilişkilerinde haraççı bir sistemin varlığı yaygın kabul görse de, tüm ülkelerle ilişkileri aynı çerçevede değerlendirilemez. Hemen her ülkeyle ilişkileri ayrı bir karakteristik özellik taşımaktaydı (Westad, 2013: 10). Düzen açıkça ve resmi olarak eşitsizdi, fakat gayri resmi eşitliğe de rastlanılabiliyordu (Kang, 2010: 2). Merkezi krallığın çevresindeki ülkelerle ilişkileri, o ülkelerin jeopolitik yapısı, toplumsal yapısı ve Çin kültürünü özümseme derecesine göre farklılık arz etmekteydi. Bu anlamda tek düzeyli bir haraççı sistemden bahsedilemez.

Çin dünya düzenindeki en temel sorun, askeri yetersizlik durumunda Çin’in üstünlüğünün nasıl sürdürüleceğiydi. Diğer tarafla ilişkilerin sonlandırılması, kültürel ideolojik araçlarla yabancılara Çinli görüşlerin aşılması, onurlandırma, maddi rüşvet veya her ikisiyle birlikte karşı tarafı ayartmak çözümler arasında yer almaktaydı. Barbarların birbirlerine karşı kullanılması taktiği diğer imparatorluklarda görüldüğü gibi Çin’de de oldukça yaygındı. En nihayetinde ise barbar yöneticilerin Çin dünyasının tepesinde kabul edilmesi çözüm olarak görülebiliyordu (Fairbank, 1968: 11-12). Dışarıdan gelen fatihler de Çin dünyasının güç yapısına bir şekilde önceden girmiş oluyordu. Bu fatihler mevcut sistemde herhangi temel bir değişime gitmeden, sistemi baştan aşağıya uyguluyorlardı (Fairbank, 1968: 9). Çin tarih boyunca çok sayıda Çinli olmayan fatih tarafından yönetilmişse de idari yapının Çinli özelliği büyük oranda aynen korunmuştur.

Çin İmparatorluğu’nun sembolik üstünlüğü yaygın olarak kabul gördüğü için Çin, zor araçlarına doğrudan başvurmadan da üstünlüğünü sürdürebilmekteydi. Oldukça geniş ve çeşitlilik arz eden bir coğrafyada egemenliğin sembolik olması oldukça işlevseldi. Merkeze yakın bölgelerde Çin İmparatorluğu’nun gücü ve etkisi çok daha hissedilirken, merkezden uzaklaştıkça egemenlik giderek görünmez bir hal alıyordu. Bağlılığın gösterilmesi ve vergi ödenmesi karşılığında, yerel otoritelere tam bir özerklik sağlanıyordu. Haraççı sistemin ortaya çıkardığı hiyerarşik düzenin tam olarak anlaşılabilmesi için Çin imparatorunun bu düzendeki konumunun anlaşılması önem arz etmektedir.

## **1. 2. Çin İmparatorunun Hiyerarşideki Konumu**

Kadim Çin geleneğinde dünya düzeni iç düzenin bir yansıması olarak görülürdü. İç toplumsal düzende nasıl bir hiyerarşi varsa uluslararası düzende de benzer bir hiyerarşinin var olduğu düşünülüyordu. Hiyerarşik toplumsal düzen anlayışı sadece Çin’e özgü bir durum değildi, diğer Asya toplumlarının çoğunda da hiyerarşik bir toplumsal düzen anlayışı vardı. Hatta Çin’deki hiyerarşik toplumsal düzenin komşularınıninki kadar katı olmadığı da bilinmektedir.

Çin’de her ne kadar hiyerarşik bir toplum yapısı olsa da hiçbir zaman kast sistemi oluşmadı. Japonya’da toplumsal hiyerarşi çok daha keskindir (Benedict, 2010: 49). Hindistan’da bilindiği gibi kast sistemi çok daha sert bir şekilde uygulanıyordu. Çin’deki toplumsal hiyerarşi hiçbir zaman Hindistan ve Japonya’daki kadar keskin değildi.

Çin'in toplumsal düzeni ve dünya düzenini şekillendiren en önemli görüş *Tianxia* anlayışıdır. T'ien-tzu tarafından öncülük edilen *Tianxia* (天下, "All-under-Heaven") "göğün/cennetin altındaki her şey" bazen Çin'in dışındaki her şeyi de içeren bütün dünyayı kapsayacak şekilde kullanılıyordu, fakat yaygın kullanım Çin imparatorluğunun isimlendirilmesi şeklindeydi. Çin imparatorluğunun da her hâlükârda bilinen dünyanın büyük çoğunluğunu içerdiği düşünülmekteydi (Fairbank, 1968: 2). Çin'in hiyerarşik düzeninin en tepesinde "Göğün Oğlu" olarak adlandırılan imparator yer alıyordu. İmparator teoride her şeye gücü yeten biri olarak görülüyordu. Askeri lider, idareci, yargıç, öncü dini lider, felsefi bilge, lezzet sahibi, bilim ve sanat ustası gibi özelliklerin hepsini kendinde birleştiren kişi olarak görülüyordu. Göğün Oğlu (*Son of Heaven, Tienzi*) insanlar arasında düzenin ve insanlık ile kozmosun geri kalanı arasında uyumun sürdürülmesi gibi biricik bir fonksiyonu üstlendiği için sıradanlardan daha üstün olarak görülüyordu (Fairbank, 1968: 6). Çin'de imparator toplumsal hiyerarşinin zirvesinde yer alsa da hiçbir zaman dokunulmazlığı olan kutsal bir varlık olarak görülmemiştir.

Çin imparatoru her ne kadar göğün oğlu olarak algılsa da saf ruhani bir varlık olarak görülmezdi. Birçok açıdan Çin'den etkilenen Japonya'da ise imparator tamamen ruhani bir varlık olarak algılanıyordu. İmparatorluk ailesinin Japonca ismi "Bulutların Üzerinde Oturanlar" anlamına gelmekte ve sadece imparatorluk ailesine mensup olanlar imparator olabiliyordu. Çin'de hanedan sık sık değiştiği halde Japonya'da böyle bir değişim gerçekleşmedi. Japonya'da imparatorun şahsı kutsal olarak algılandığından dokunulmazlığı bulunuyordu (Benedict, 2010: 50). Çin imparatoru toplumsal hiyerarşinin en üst tabakasında yer alsa da kutsal bir varlık olarak görülüyordu.

Çin hükümdarlarının meşruiyeti göksel ölçüye uyup uymamalarıyla belirleniyordu. Göksel ölçülere uymamaya başlayan imparatorlar meşruiyetlerini yitiriyordu (Braudel, 2006: 212). "Göğün Oğlu" olarak algılanan imparator, Göğün izniyle ve "yalnızca erdemi ödüllendiren" bir sözleşmenin hükümlerine bağlı olduğu sürece hüküm sürebiliyordu. Doğal felaketlerin ve toplumsal düzensizliklerin baş göstermesi, temel sözleşmenin bozulmasının ve imparatordaki erdem eksikliğinin bir sonucu olarak görülürdü. Erdem eksikliği görülen bir imparator, Göğün temsilcisi olma niteliğini yitirirdi. "Gök halkla aynı şeyi görür" şeklindeki Çinli bir atasözünden de anlaşılacağı gibi toplumsal huzursuzluklar ve isyanlar imparatorun Göğün temsilcisi sözleşmesine sadık kalmadığının işareti olarak algılanmaktaydı (Braudel, 2006: 221-222). Çin imparatoru kendinden beklenen işlevleri yerine getiremeyince, Göğün temsilcisi olma sıfatını kaybediyordu. Dış düzenin iç düzenin bir yansıması olarak görüldüğü kadim Çin'de, haraççı sistemi var eden ve sürdürülebilir kılan bazı işlevler bulunmaktaydı. Bu işlevler olmaksızın sistemin kendini sürekli bir şekilde yeniden ikame etmesi söz konusu olamazdı.

### **1. 3. Haraççı Sistemin İşlevleri**

Haraççı düzen oldukça iyi bir eğitim sürecinden geçen Konfüçyüsçü bürokrasi tarafından idare edilen uyumlu ve hiyerarşik bir yönetim sistemine sahipti (Kennedy, 2002: 30). Çin merkezci bu hiyerarşik sistemde, tabi ülkelerin yönetici elitlerinin büyük çoğunluğunun dünya görüşlerinin şekillendirilmesinde Çin kültürü büyük önem arz ediyordu (Westad, 2013: 10). Haraç sisteminin temel amacı yeni ekonomik çıkarlar elde etmek veya askeri yayılma yoluyla egemenliğini genişletmek değil, itaati teşvik etmektir (Kissinger, 2014: 236). Çin, genel olarak başarıları ve hareketleriyle psikolojik bir üstünlük inşa etmeyi amaçlıyordu (Kissinger, 2014: 237). Ekonomik zenginliği ve siyasi basiret kültürü sayesinde Çin, askeri açıdan zayıf olduğu dönemlerde dahi siyasi, ekonomik ve kültürel nüfuz sergileyebiliyordu (Kissinger, 2014: 242).

Çin'in haraççı sistemi benimsemesinin temel nedenlerinden biri "barbarlar üzerinden savunma" güvenlik anlayışıydı. Bu anlayışa göre, Çin'in güvenliği "barbarlar" ile uygun ilişkilerin sürdürülmesini gerektiriyordu. Genel olarak onların yakın mesafede, el altında tutulmasına özen gösterilirdi. Barbarların fazilet ile teskin edilmesi, güç ile ikna edilmesi ve kendi topraklarını savunabilir kılınması, Çin için en iyi seçenektir (Ren, 2011: 6) Böylece Çin bir şekilde tampon bölgeler yaratmış oluyordu (Ren, 2011: 7). Çin yakın çevresinde düzen ve istikrarı temin ederek bu bölgelerden kendisine yönelik herhangi bir istikrarsızlık ihracını engelleyebiliyordu. Dışarıdan gelebilecek tehlikeleri daha kendisine ulaşmadan periferi alanlarda müdahale edebiliyordu.

Çin ile olan haraççı ilişkiler, tabi ülkelerin yönetici elitlerinin iktidarlarını ve statülerini korumalarına yardımcı oluyordu (Chun, 1968: 111). Tabi siyasal aktörler için haraç sistemi, içerde meşruiyetin sağlanması ve sürdürülmesi açısından oldukça yararlı olabilmekteydi (Kim, 2008: 38). Dış veya komşu ülkelerin Çin ile böyle bir ilişki içine girmelerinin sebebi, Çin'in ekonomik olarak daha gelişmiş ve kültürel olarak cazibe merkezi olmasıdır. Fudan

Üniversitesi'nden Ren Xiao'ya göre, ekonomik olarak daha az gelişmiş ve daha az "medeni" olan topluluklar doğal olarak Çin'e yöneldiler. Daha da ötesi diğer ülkeler genel olarak bundan fayda sağladılar. Çin imparatoru tarafından unvan verilmesi, yerel yöneticilerin ülkelerindeki en üst otorite olarak tanınması ve onaylanması anlamına geliyordu. Unvan bahşedilmesi gerekli durumda yerel yöneticinin desteklenmesi ve korunmasına dair bir sorumluluğu da içeriyordu (2011: 7). Aslında her ülkenin önceliği farklı olabilmekteydi. Kimi ülkeler Çin ile ticaret yapabilmek için haraç öderken, kimileri komşularına karşı kendilerini savunması için haraç ödeyebiliyordu. Çin ile haraççı ilişkiler içinde bulunmak onları rakiplerine karşı caydırabiliyordu. Bazı ülkeler de Çin'i belli bir mesafede tutabilmek, kendinden uzak tutabilmek veya ondan emin olabilmek için haraç ödeme yoluna gidiyorlardı. Haraççı ilişkiler belirli bir koruma kalkını sağlayabiliyordu. Çin ile çarpışan ülkeler de iyi ilişkiler tesis etmek için haraç ödeme yoluna gidiyorlardı. Dolayısıyla her ülke haraççı sisteme dahil olurken farklı önceliklere sahip olabiliyordu. Nihayetinde böyle bir sistem belirsizliği azaltarak az veya çok bir güven ortamı yaratıyordu. Küçük güçler için özellikle Çin'in davranışlarını öngörebilmek ve sınırlamak gibi bir avantaj sağladığı da söylenebilir. Haraççı sistem, baskın güç olan Çin'in davranışlarına yönelik belirsizliği azaltarak ve diğer güçlerin eylemlerini sınırlayarak düzeni temin ediyordu.

Hiyerarşik Doğu Asya sisteminde Çin'i dengelemeye yönelik faaliyetler oldukça az görülmekteydi. Çin'e karşı ittifak oluşumu pek söz konusu değildi. Çatışmalar, Çin'in yükselen gücünü test etmekten ziyade, Çin içerisindeki düzende meydana gelen zayıflamalardan kaynaklanma eğilimindeydi. Çin'in kabiliyetlerindeki büyük dalgalanmalar, diğer devletlere Çin'in hâkimiyetini azaltmak için fırsat pencereleri sunabiliyordu. Komşuları Çin'in uygulamalarını taklit etmeye çalışsalar da, bu çabalar ona denk olmaktan ziyade Çin'in hâkimiyetindeki düzenin onaylanması gibi bir etki doğuruyordu. Dolayısıyla maddi olarak üstün bir devletin hâkimiyetindeki sistem göreceli olarak istikrarlı ve barışçıldı (Kang, 2010: 84). Elbette sistemin göreceli istikrarlı ve barışçıl olması hiç çatışma olmaması anlamına gelmemektedir. Özellikle küçük aktörler için durum farklılık gösterebilse de büyük güçler arası ilişkilerde göreceli bir barış ve istikrar hâkimdi.

Meşru otorite ve maddi gücün karışımı üzerine inşa edilen haraççı sistem, normatif toplumsal bir düzen sağlıyordu. Bu sistem, aynı zamanda otoritesini kabul etmiş ikincil devletlerin Çin tarafından sömürülmeyeceğine dair taahhütleri de içermekteydi (Kang, 2010: 2). Dizginlenmiş bir hiyerarşik sistemde, Çin'in sistem üzerindeki gücü genel olarak rakipsiz ve normatifti (Scott, 2008: 13). Doğu Asya bölgesinde oldukça güçlü bir aktör olmasına rağmen Çin, zor aygıtlarına yoğun olarak başvuran bir aktör değildi (Westad, 2013: 10). Birçok Çin yöneticisi için içeride elde edilen zenginliklerle karşılaştırıldığında dış fetihlerin faydası önemsizdi (Wills, 1968: 254). Çin için savaş ancak marjinal durumlarda kârlıydı ve savaşın barındırdığı riskler oldukça yüksekti. Bundan dolayı ticaret daha tercih edilebilir bir seçenektir. Ticaret göreceli olarak malların barışçıl yollardan elde edilmesiydi. Ticaret ve haraç, Çin ile komşuları arasındaki düşmanlığı gidermek gibi bir fonksiyonu da yerine getiriyordu (Mancall, 1968: 78-79).

Haraççı elçiler; her iki taraf arasındaki siyasi ve diplomatik ilişkileri istikrarlı hale getirmek, önemli olaylar ve haberler hakkında bilgi sağlamak, ticari kuralları şekillendirmek, entelektüel ve kültürel değiş tokuşa olanak sağlamak gibi bir dizi amaca hizmet etmekteydi (Kang, 2010: 56). Ticaret ve haraç, Çin diplomasisinin yakından bağlantılı yönleriydi (Mancall, 1968: 77). Diğer aktörler, Çin imparatorluğunun hiyerarşik üstünlüğünün tanınması karşılığında düzen, meşruiyet ve ticari ayrıcalık elde ederlerdi. Siyasi tanıma ve askeri yardım da haraççı tanımanın önemli bir boyutuydu. Dolayısıyla haraç sistemi, ekonomik olarak önem arz etmekle birlikte siyasi ve askeri açıdan da oldukça büyük faydalar sağlayabilmekteydi.

Haraç, oldukça geniş kullanılan bir terimdi. İmparator ve veren arasındaki ilişkiye bakmaksızın, Çin imparatoruna verilen herhangi bir şey haraç olarak ifade ediliyordu. Herhangi bir şekilde Çin imparatorunun otoritesini tanımayan uzak diyarlardaki bir yöneticinin gönderdiği hediyelerde haraç olarak adlandırılıyordu (Fletcher, 1968: 208). Esasında vergi ödemek anlamında kullanılan haraç, genel olarak yerel ürünlerden oluşan hediyelerin törensel bir şekilde sunulmasıydı (Fairbank, 1968: 7). Ticaret ve haraç ne eşanlımlı ne de tamamen bağımsız faaliyetlerdi. Her zaman doğrudan olmasa da, karmaşık bir şekilde birbiriyle ilişkiliydi (Mancall, 1968: 75).

Çin ve barbarlar arasındaki ticaret üç şekilde gerçekleşirdi: İlki, temsilcilerin başkentte imparatora haraç sunmasını takiben gerçekleşen ticaretti. Tüccarlar genellikle haraç misyonuna eşlik ederlerdi. Haraççı ritüellerin tamamlanmasının hemen ardından bu tüccarların sınırlı bir sürede başkentte ticaret yapmasına izin verilirdi. Bu ilk durumda ticaretin sınır bölgelerinde de yapılmasına izin verilirdi. (Mancall, 1968: 75). İkincisi, başkentte herhangi bir haraç sunulmadan gerçekleşen ticaretti. Üçüncüsü ise herhangi bir haraç merasimi yapılmadan sınır bölgelerinde yapılan ticaretti (Mancall, 1968: 76).

Haraççı seremonide sunulan ve kabul edilen hediyeler genel olarak her iki toplumda da nadir bulunan mallardan oluşmaktaydı. Dolayısıyla bunlar ticari değeri oldukça yüksek, lüks ve hayati mallardı. Haraçta karşılıklı verilen hediyeler yalnızca törensel ve sembolik veya yalnızca ticari değildi. Törensel ve ticari olan oldukça karmaşık bir şekilde iç içe geçmiş bulunuyordu (Mancall, 1968: 76).

Haraç merasimlerinin gerçekleştirilmesi bir ülke ile Çin arasındaki ticaretin önkoşulu değildi. Küçük bir krallığın merkezde haraç takdimi arayışında olmasının nedeni haraç takdiminin kendisinin karlı bir ticari faaliyet olmasındandı. Haraç misyonunun masrafları merkez tarafından karşılanırdı (Mancall, 1968: 76). Çin ile yoğun bir ticari ve diplomatik ilişki arayışında olmayan veya herhangi bir tabiiyet ilişkisinden kaçınan aktörler sadece sınır bölgelerinde ticaret yapabiliyorlardı. Her ne kadar ticari faaliyetler kontrol altına alınmaya çalışılsa da gayri resmi ticari faaliyetler de söz konusuydu.

Yabancılar gerçekte tabi olma biçimlerine uymadıklarında dahi, son çare olarak, haraççı terminoloji onlara Çin kayıtlarında uygulanıyordu (Fairbank, 1968: 4). Tabi olma biçimlerine uymayan yabancılara Çin kayıtlarında tabi olduklarına dair kayıt tutulması, haraççı sistemin Çinli yönetici elitin zihninde ne kadar önemli bir yer işgal ettiğini göstermektedir. İstisnalar nadiren gerçekleşse de Çin'in dış ilişkileri temelde haraççı çerçevede yürütülüyordu.

Haraç sistemi, diğer ülkelerdeki ticaretin yerel tüccarların elinde kalmasını, ama Çin'in kontrolünde olmasını sağlıyordu. Sistem sadece tabi ülkelerin tüccarlarının imparatorluk topraklarına girmesi için verdiği Çinli tüccarlar kendi ülkelerinde kalmak zorundaydılar (Fletcher, 1968: 209). Haraççı sistem resmi görevlilerin tüm dış ticareti doğrudan kontrol etmelerini sağlıyordu. Çinli tüccarların denizaşırı ticaret yapmasını yasaklayan *haijin* (海禁) politikası ile birlikte, ticaretin sıkı bir şekilde düzenlenmesini sağlıyordu (Wang, 2019: 152). Diğer imparatorluklar gibi Çin imparatorluğunda da temel öncelik imparatorluğun iâşesinin sağlanmasıydı. Malların ihraç edilmesinden ziyade ithal edilmesi daha büyük bir öncelik taşıyordu. Haraççı sistem ve *haijin* politikası bir yandan herhangi bir kıtlığa karşı imparatorluğun iâşesini garanti altında alırken diğer yandan ticaretin resmi görevliler tarafından kontrol edilmesini sağlıyordu.

#### **1. 4. Haraççı Düzen Kavramsallaştırmasına Yönelik Eleştiriler**

Haraççı sisteme karşılık gelen herhangi bir Çince kavramın bulunmadığı bilinmektedir. “Haraççı sistem” tanımlama amacıyla icat edilen batılı bir kavramdır (Mancall, 1968: 63). Konfüçyüsçü bilgin-bürokratlar, kendi içinde kurumsal bütünlük arz eden veya Konfüçyüsçü toplumun diğer kurumlarından ayrı bir haraççı sistem tasavvur etmediler (Mancall, 1968: 63). Haraççı sistem çerçevesinde değerlendirilen ilişkiler Ming hanedanlığı zamanında “Kabul Edilme Bölümü Kurulu”, Qing hanedanlığı zamanında ise “Vasal İşleri Bölümü” eliyle yürütülüyordu (Suisheng, 2015: 4-6). Merkezi Krallığın üstünlüğünün kabul edildiği ritüel ve törenler, bu kurumlar tarafından belirlenmekteydi (Westad, 2013: 10).

Henry Kissinger'a göre, Çin'in dünya düzeninin merkezinde bulunduğu düşüncesi, yönetici elitlerin zihninde o kadar yer etmişti ki, Çince bunu karşılayabilecek herhangi bir ifadeye bulmaya ihtiyaç duyulmadı (2014: 235). Doğrudan haraççı sistemi karşılayacak bir kavramsallaştırmanın olmaması, bu tür bir ilişki biçiminin olmadığı anlamına gelmemektedir. Dolayısıyla kavramsallaştırma eleştirilse bile haraççı olarak adlandırılan ilişki biçimine benzer bir anlayışın varlığı hususunda çoğu araştırmacı mutabıktır.

Haraççı sistem kavramsallaştırmasına yönelik eleştiriler, Çinli akademisyenler arasında yaygınlık göstermektedir. Çinli teorisyenler haraççı sistemin bir zorunluk içermediğini daha ziyade gönüllülük esasına dayandığını iddia ederler. Fudan Üniversitesi'nden Ren Xiao'ya göre, haraççı bir ilişki biçimi diğerlerine empoze edilmezdi (2011: 7). Çin, doğrudan bir yönetimden ziyade çoğu zaman sembolik hüküm sürme arayışındaydı (Ren,

2011: 5). Haraççı sistem sıkı bağlardan ziyade gevşek bağlara dayanıyordu. Tabii devletler, dış siyaset ve ahlaki açıdan bağlılıklarını gösterdikleri müddetçe merkezi imparatorluk tarafından meşru aktörler olarak görülürlerdi. Diğer tabii devletlerden herhangi birine savaş açmadığı sürece, bu devletlerin içişlerine müdahale edilmezdi. Yabancı ülkeler gönüllü olarak katılıp katılmamaya karar verebiliyorlardı (Zhao, 2006: 34-35).

Kimi Çinli teorisyenler de haraççı sistemin bir mitten ibaret olduğunu iddia etmektedir. Bir bütün olarak Çin tarihi göz önünde bulundurulduğunda Çin merkezli dünya düzeni, farklı zamanlarda değişen derecelerdeki gerçekliklerle desteklenen bir mitten ibarettir. Bazı dönemlerde Çin, komşu halkları siyasi ve askeri olarak eşit rakipler olarak görmüştür (Yang, 1968: 20). Ülkelerinin üstünlüğü yönündeki hissiyat sadece Çinlilere özgü bir durum değildi. İstisnai olan, Çinli yönetici elitin üstünlük iddiasından vazgeçmeksizin gerçeklik ve mit arasındaki gelgitlerinin oldukça sık olması ve oldukça uzun sürmesiydi. Çinliler mitlerini gerçekliğe uyarlama kapasitesini gösterdiler (Wang, 1968: 62).

Bazı Çinli düşünürler de haraççı sistemin karşılıklılık esasına dayandığını savunur. Buna göre, haraççı sistem, bir tarafın diğerine haraç ödediği tek taraflı bir yapıdan ziyade karşılıklı özveri gerektiren bir ilişkiye dayanıyordu (Ren, 2011: 3). Çin imparatoru, kendi otoritesini tanıyan veya ona hürmet gösteren çeşitli Asyalı yöneticilere unvanlar bahşediyordu. Çin hükümdarı kendisine gönderilen haraç vergilerine, genellikle kıymetli hediyelerle karşılık veriyordu. Bu karşılıklı bir ilişki modeli oluşturuyordu. Diğer ülkelerin yöneticileri yerel ürünlerden oluşan hediyeler getirirken, Çin imparatoru da bu yabancı ülkelerin yöneticilerine unvanlar verirdi. Somut durumlar zamandan zamana ve ülkeden ülkeye değişebiliyordu. Düzenlemelerin detayları da farklılaşabiliyordu. Fakat genel olarak Çin ve komşu ülkeler arasındaki ikili ilişkilerin temel örneğini oluşturuyordu. Her bir ülkenin statüsü, Çin merkezi ile ilişkilerinin yakınlık derecesine bağlı olarak değişebiliyordu. Çeşitlilik arz etse de bu ilişkiler, Çin merkezli bir devletler sistemini oluşturuyordu (Ren, 2011: 3). Fudan Üniversitesi Çin Dış Politika Merkezi'nin başında yer alan Ren Xiao, haraççı sistemin tek taraflı bir ilişkiden ziyade iki taraflı olduğuna vurgu yapmaktadır. Ren, haraççı sistem ifadesini, üstünlük-tabiiyet ilişkisini ima ettiği için doğru bulmamaktadır.

Ren'e göre, haraç ödenmesi, sadece Çin ve diğer Asyalı ülkeler arasında mevcut olan bir uygulama değildi, Asyalı devletlerarası sistemde yaygın olarak kullanılan bir pratikti. Asyalı devletler arasında ticaretin geliştirilmesinde ve daha güçlü devletlerle ilişkilerin yürütülmesinde kullanılan bir uygulamaydı (2011: 5). Daha güçlü bir imparatorluğa tabii olan bir krallığa tabii olan daha küçük krallıklar da bulunabilmekteydi. Bu şekildeki ilişkiler ile doğrudan veya dolaylı yönetimler Doğu Asya da düzenin uzun bir süre için sürdürülmesine yardım etti (Ren, 2011: 5). Ren hiyerarşik uygulamaların Doğu Asya devletlerarası ilişkilerinde yaygın olan bir pratik olduğunu savunuyor. Bu tür uygulamaların sadece Çin'e özgü olmadığını da belirtir.

Çin'in sadece Doğu Asya bölgesinde değil, tüm dünya ekonomisinde merkezi bir konumda olduğunu savunan düşünürler de bulunmaktadır. "Dünya sistemi" teorisyenlerinden Andre Gunder Frank bunların başında gelmektedir. Asya'nın dünya ekonomisinde 19. yüzyıldan önce baskın bir konumda olduğunu savunan Frank, Çin'in ise dünya ekonomisinde "merkezi" bir konuma sahip olduğunu ve hiyerarşinin "tepesi"nde yer aldığını iddia etmektedir (2010: 31). Frank'a göre, modern öncesi dünya ekonomik düzeni Çin merkezliydi (2010: 141). Frank modern öncesi dönemde dahi tüm dünyayı kapsayan bir dünya sisteminin olduğunu savunarak diğer dünya sistemi teorisyenlerden ayrılmaktadır. Frank'a göre, Çin sadece Doğu Asya hiyerarşik ekonomik düzenin tepesinde yer almıyordu, aynı zamanda dünya ekonomik sistemi hiyerarşisinin en zirvesinde yer alıyordu.

## **2. HARAÇÇI SİSTEMİN GÜNÜMÜZDEKİ YANSIMALARI**

Çin ve komşuları arasındaki siyasi, askeri ve ekonomik asimetrik ilişki biçimi, modern öncesi Doğu Asya sisteminde, düzenin sağlanmasında en belirleyici etken olmuştur. Çin'in dünya ekonomisinde 2000'li yıllardan itibaren oldukça önemli bir konuma gelmesiyle birlikte haraççı sistemin yeniden tartışılmaya başlandığını görülmektedir. Çin'in yakın çevresindeki ülkelerle özellikle de ekonomik alanda sahip olduğu asimetrik ilişki, haraççı sisteme benzer bir düzenin en azından Doğu Asya özelinde yeniden gündeme gelmesine yol açmaktadır.

Çin dünya düzeni kavramsallaştırmasının önde gelen isimlerinden Fairbank'a göre, Çin dünya düzeni geleneği, tarihsel bir ilginin ötesinde, günümüz Çin siyasi düşüncesi üzerinde etkiye sahiptir (1968: 4). Soğuk Savaş döneminde Çin-ABD ilişkilerinde yaşanan yumuşamanın mimarı olan ABD'li eski diplomat Henry Kissinger'a göre,



Çin'in uluslararası sistemde üstün bir konuma yükselişi, bir yandan kadim bir uygarlığın mirasçısı diğer yandan Vestfalya modelinde büyük bir güç olarak ortaya çıkması anlamına gelmektedir. Çin yirminci yüzyılda "Gökyüzü Altındaki Her Şey" anlayışı ile teknokratlar eliyle yürütülen modernleşme arasında bir sentez kurma mücadelesi vermiştir (2014: 243).

"Adam Smith Pekin'de" eserinin yazarı Giovanni Arrighi'ye göre, Çin merkezli haraççı sistemin üç temel özelliğinden bahsedilebilir. İlk olarak, merkezi imparatorluğun iç pazarı vasal devletlerinkinden kıyaslanamayacak ölçüde büyüktü. İkinci olarak, vasal devletlerin, meşruiyet kazanmak ve imparatorluğun iç pazarına erişebilmek için Çin'in siyasi boyunduruğu altına girmeleri gerekiyordu. Üçüncü olarak da, merkezi imparatorluğu siyasi üstünlüğünün kabul edilmesi karşılığında vasal devletlere "hediyeler" ve merkezi imparatorlukla oldukça avantajlı ticari ilişkiler kurma fırsatı sunuluyordu (2009: 347). Çin imparatorluğu ile ona bağlı vasal devletler karşılaştırıldığında aralarında bariz bir güç asimetrisinin olduğu söylenebilir. Çin imparatorluğu siyasi, askeri, ekonomik ve kültürel olarak açık ara önde yer alıyordu. Bu da, Çin'in çevresinde yer alan ülkelerin Merkezi Krallığın üstünlüğünü kabul etmelerini kolaylaştırıyordu. Merkezi Krallığın üstünlüğünün kabul edilmesi bir yandan vasal siyasal aktörlere meşruiyet sağlarken diğer yandan önemli ticari avantajlar sağlıyordu.

Haraççı sistemi olanaklı kılan en önemli koşul, Çin'in komşularının hemen hepsinin ihtiyaç duyduğu malları üretebilen bir ekonomik zenginliğe sahip olmasıydı (Kissinger, 2014: 242). Modern öncesi döneme benzer şekilde Çin dünya ekonomisinde yeniden oldukça merkezi bir konuma yükselmiş bulunuyor. Çin, 2010'lu yıllarda ABD'yi geçerek dünyanın en büyük mamul mal üreticisi ve en büyük ihracatçısı konumuna gelmeyi başardı (Jacques, 2016: 528). 2019 yılı dünya üretiminde Çin yüzde 28.7'lik payla birinci olurken, ABD'nin yüzde 16.8'lik payla ikinci, Japonya yüzde 7.5'lik payla üçüncü, Almanya yüzde 5.3'lük dördüncü, Hindistan yüzde 3.1'lik payla beşinci oldu (Richter, 2021). Çin'in dünya üretiminin neredeyse üçte birini tek başına gerçekleştirmesi, ülkenin dünya ekonomisindeki merkezi konumunu göstermektedir.

Çin dünya ticaretinde de oldukça merkezi bir konuma yükselmiş bulunuyor. Çin 2010'lu yılların sonlarına doğru 174 ülkeye yapılan ihracatta ABD'nin önünde yer alırken, ABD ise ancak 51 ülkeye yapılan ihracatta Çin'in önündeydi (Johnson, 2019b). Çin 2000'li yıllardan itibaren bölge devletlerinin, buna ABD'nin uzun vadeli ortakları olan Japonya ve Güney Kore de dahil, en büyük ticaret ortağı olmaya başladı (Kang, 2010: 168).

2020'li yıllara geldiğinde, dünyanın üçte ikisinin Çin ile yaptığı ticaret ABD ile yaptığından daha fazla olmaya başladı. Çin 2001 yılında Dünya Ticaret Örgütü'ne girdiğinde, ülkelerin yüzde 80'ininden fazlasının ABD ile sahip olduğu ticaret hacmi Çin ile olandan daha fazlaydı. 2018 yılına geldiğinde ise bu oran yüzde 30'un altına geriledi. 2018 yılında 190 ülkeden 128'i, yani dünya ülkelerinin üçte ikisi, ABD'den daha fazla Çin ile ticaret yapmaktaydı. 90 ülkenin Çin ile yaptığı ticaret, ABD ile yaptığı ticaretin iki katından daha fazlaydı. Son yıllarda ekonomisinin büyüme hızında belli oranda bir azalma gerçekleşse de Çin, çoktandır küresel ticaretinin görünümünü önemli derecede yeniden şekillendirdi (Rajah, 2019).

Çin artık çok sayıda ülkenin en büyük mamul mal tedarikçisi konumundadır. Bu eğilimden yola çıkarak dünya ticaretinin günümüzde çok kutupluluktan tek kutupluluğa evirilmekte olduğu yorumları yapılmaktadır (Johnson, 2019a). Çin'in giderek artan sayıda ülkenin en büyük dış ticaret ortağı haline gelmesi ve dünya üretiminin üçte birini tek başına gerçekleştirmesi, modern öncesi dönemde olduğu gibi diğer ülkeler için vazgeçilmez bir aktör olmasına yol açmaktadır.

Büyük bir ekonomik ve ticari güç haline gelmesiyle Çin, çok sayıda ülkenin en büyük dış yatırımcısı, en büyük ticaret ortağı ve en çok borç sağlayıcısı konumuna gelmiş bulunmaktadır. Ülkelerin dış ticaretinde, dış borçlarında ve doğrudan yabancı yatırımlarında Çin'in sahip olduğu pay, Çin'e bağımlılıklarını ölçmek açısından önemli bir kriterdir. Kırgızistan'ın Çin'den yaptığı ithalatın Gayri Safi Yurt İçi Hasılasına (GSYH) oranı 2017 yılında yüzde 74.6, Çin'in bu ülkeye yaptığı doğrudan dış yatırımın yine Kırgızistan'ın GSYH'sine oranı yüzde 26.2 ve Kırgızistan'ın Çin'e olan borcunun GSYH'sine oranı yüzde 42.3'tü. Orta Asya'dan diğer çarpıcı bir örnek ise Tacikistan'dır. 2017'de Çin'den yapılan ithalatın Tacikistan'ın GSYH'sine oranı yüzde 18.5, Çin'den gelen doğrudan dış yatırımların ülkenin GSYH'sine oranı yüzde 44.5 ve Çin'e olan borcunun ülkenin GSYH'sine oranı yüzde 24'tü. Kamboçya'da da benzer bir durum göze çarpmaktadır. 2017 yılında Çin'den yapılan ithalatın Kamboçya'nın GSYH'sine oranı yüzde 21.7 iken, Çin'e olan borcunun GSYH'sine oranı ise yüzde 22.4'tü. Benzer bir durum Çin'in komşusu olan Moğolistan



için de geçerlidir. 2017 yılında Moğolistan'ın Çin'den gerçekleştirdiği ithalatın ülkenin GSYH'sine oranı yüzde 11.9, Çin'in bu ülkeye gerçekleştirdiği doğrudan yatırımın ülkenin GSYH'sine oranı yüzde 25.6 ve Moğolistan'ın Çin'e olan borcunun ülkenin GSYH'sine oranı yüzde 23.3'tü. 2017 yılında Vietnam'ın Çin'den yaptığı ithalatın ülkenin GSYH'sine oranı ise yüzde 32.3'tü. 2017'de Myanmar'ın Çin'den yaptığı ithalatın ülkenin GSYH'sine oranı yüzde 13.5, Çin'in yaptığı doğrudan yatırımların Myanmar'ın GSYH'sine oranı yüzde 56.5 ve Çin'e olan borcunun yine ülkenin GSYH'sine oranı yüzde 5.2'ydi. Diğer çarpıcı bir örnek, Çin-Cibuti ilişkilerinde görülmektedir. 2017 yılında Çin'den yapılan ithalatın Cibuti'nin GSYH'sine oranı yüzde 108.4 ve ülkenin Çin'e olan borcunun GSYH'sine oranı yüzde 79.2'idi (Steil and Rocca, 2019). Cibuti örneği, Çin ile asimetrik bir bağımlılık ilişkisinin sadece Doğu Asya bölgesi ile sınırlı olmadığını göstermesi bakımından önemlidir. Çin'in dünya üretimindeki ve ticaretindeki gücü arttıkça çok sayıda ülke ile buna benzer bir ilişkinin yaşanması kaçınılmazdır. Çin ve diğer ülkeler arasındaki asimetrik ilişki sadece ticari ve üretim alanıyla sınırlı değildir, askeri güç açısından da özellikle komşularıyla böyle bir asimetrik ilişki görülmektedir.

Stockholm Uluslararası Barış Enstitüsü (SIPRI) 2021 raporuna göre, 2020 yılında yapılan askeri harcamalarda ABD 778 milyar dolar ile birinci sırada, Çin 252 milyar dolar ile ikinci, Hindistan 72.9 milyar dolar ile üçüncü, Rusya 61.7 milyar dolar ile dördüncü sırada yer aldı (SIPRI, 2021: 12-13). Küresel savunma harcamalarının büyük bir kısmını ABD ve Çin birlikte gerçekleştirmektedirler. ABD küresel askeri harcamalarda hala liderliğini sürdürse de, Çin de önemli bir aktör olmaya başlamıştır. ABD hariç tutulduğunda küresel askeri harcama sıralamasında Çin açık ara önde yer almaktadır.

**Tablo 1: Asya ülkelerinin savunma harcamaları, 2020, milyar dolar**

Ülke	Savunma Harcamaları	Ülke	Savunma Harcamaları
Çin	286	Filipinler	4.70
Hindistan	72.3	Bangladeş	4.66
Rusya	70.6	Kuzey Kore	4.47
Japonya	48.8	Malezya	4.24
Güney Kore	40.7	Myanmar	3.57
Avustralya	26.9	Yeni Zelenda	2.50
Singapur	11.5	Sri Lanka	1.91
Pakistan	11.4	Nepal	1.04
Tayvan	11.1	Kamboçya	593 milyon dolar
Endonezya	9.63	Bruney	359 milyon dolar
Tayland	7.60	Moğolistan	106 milyon dolar
Vietnam	6.46	Laos	41 milyon dolar

**Kaynak:** Lowy Institute, 2020.

Asya güç indeksi raporları yayınlayan Avustralya merkezli Lowy Enstitüsü'ne göre, 2020 yılında ABD 723 milyar dolar savunma harcamalarında birinci olurken, onu 286 milyar dolar Çin takip etti (Lowy Institute, 2020). Lowy Enstitüsü'nün verileri ile SIPRI'nin verileri arasında küçük farklılıklar olsa da, bunlar büyük resmi görmek açısından önem arz etmeyecek derecededir. Lowy Enstitüsü'nün verilerinden yararlanılarak oluşturulan yukarıdaki tabloda görüldüğü gibi, Hindistan'ın 2020 savunma harcamaları 72.3 milyar dolar, Rusya'nınki 70.6 milyar dolar, Japonya'nınki 48.8 milyar dolar, Güney Kore'nin ki 40.7 milyar dolar, Avustralya'nın ki 26.9 milyar dolar ve Singapur'un ki 11.5 milyar dolardı (Lowy Institute, 2020). Çin'in kendisinden sonraki en çok savunma harcaması yapan Hindistan'ın yaklaşık dört katından daha fazla harcama yaptığı görülmektedir. Asya bölgesi bazında değerlendirildiğinde Çin'in savunma harcamaları kendisinden sonra gelen Hindistan, Rusya, Japonya, Güney Kore, Avustralya, Singapur ve Pakistan'ın toplamından daha fazladır. Savunma harcamaları sıralamaları doğrudan ülkelerin askeri güçlerinin yansıtması da, bu harcamalar orta ve uzun vadede ülkelerin askeri güçlerini doğrudan belirlemektedir. Savunma harcamalarına bakıldığında Çin ve diğer Doğu Asya ülkeleri arasında bir asimetrinin olduğu görülmektedir. Bu asimetrinin zamanla asimetrik bir güç ilişkisi yaratması kaçınılmazdır.

Çin'in giderek aratan ekonomik gücü, ülkenin Doğu Asya bölgesinin dinamiklerini yeniden belirleme hususunda büyük olanaklar yaratmaktadır. Çin'in ekonomik kalkınması, Doğu Asya bölgesinin ekonomik büyümesi açısından büyük önem arz etmektedir. Çin artan ekonomik gücüyle bölgenin ekonomik geleceğinde giderek daha merkezi bir konuma yükselmektedir (Jacques, 2016: 363). Martin Jacques "Çin Hükmettiğinde Dünyayı Neler Bekliyor?" adlı meşhur kitabında, Çin'in Doğu Asya bölgesine yönelik tavrı ve bölgeyi anlama biçimi, giderek artan bir biçimde haraççı sistemin mirası tarafından etkileniyor (2016: 386-387). Jacques'a göre, Çin'in güçlendikçe, daha çok Çin-merkezli bir anlayışa yönelmesi büyük bir ihtimaldir. Çin'in giderek artan ekonomik gücü, ülkenin bölgesel ve küresel etkisini arttırmaktadır. Çin'in bu artan gücü ve etkisi, gelecekte, haraççı sisteme benzer bir sistemin yeniden canlanmasına yol açabilir. Çin ekonomisi, uzun bir süredir, hem Doğu Asya ekonomileri için hem de dünya ekonomisi için lokomotif görevi görmektedir.

Çin'in komşularına göre ezici bir büyüklüğe sahip olması dolayısıyla ülkenin üstünlüğünün kabulü haraççı sistemin temel karakteristiği idi. Günümüzde de, Çin giderek artan bir oranda birçok ülke ile eşitsiz bir ilişki biçimi geliştirmektedir. Çin'in görece ekonomik gücü ve büyüklüğü sonucunda, çok sayıda ülkenin büyük oranda Çin'e bağımlı hale gelmesi muhtemeldir. Bu asimetrik ilişkinin bazı örneklerini Afrika'da ve Latin Amerika'da görmek mümkündür (Jacques, 2016: 518). Ekonomik yükselişi aynı hızda devam ederse giderek daha fazla ülkenin, Çin'in yörüngesine girmesi büyük olasılıktır.

Jacques'a göre, birçok Doğu Asya ülkesi, haraççı sistemde olduğu gibi Çin'le iyi ilişkiler kurmaya öncelik vermektedir. Haraççı düzenin temel karakteristiklerinden birisi, Çin ile yörüngesinde yer alan ülkeler arasındaki devasa eşitsizlik olmuştur. Bu eşitsizlik, sistemin uzun vadeli istikrarında önemli bir rol oynuyordu. Jacques, giderek güçlenen Çin'in etrafında şekillenen yeni bir Doğu Asya düzeninin de benzer bir istikrara sahip olmasını olası görmektedir. Haraççı sistemdekine benzer şekilde aşırı eşitsizliğin, yeniden bölgesel istikrarı temin etmesini muhtemel görmektedir (2016: 517).

Asya çalışmalarının önde gelen isimlerinden David Shambaugh, Çin'in aktif bir şekilde periferisi ile iç içe geçmesinin Asya'daki uluslararası ilişkileri dönüştürdüğünü iddia ediyor. Çin'in artan gücü ve etkisi diğer ülkelerle ilişkilerinde Çin'e fiili bir "veto gücü" vermektedir. Çin'in özellikle yakın çevresine yönelik etkin politikaları Çin'e öncü bir rol vermekte ve ülkeyi bölgede en saygı duyulan aktör haline getirmektedir (2008: 10).

Shambaugh'a göre, günümüzde Asya'daki büyük güçler arası ilişkilerin tanımlayıcı karakteristiği, her gücün kapsamlı ve karşılıklı bağımlı ilişkileri sürdürmesidir (2008: 12). Shambaugh, Soğuk Savaş'ın sona ermesinden beri Asya'da büyük güçlerin rolünün rekabetten veya klasik güç mücadelesinden ziyade kompleks karşılıklı etkileşim ve bağımlılığı andırdığını savunmaktadır (2008: 12). Asya önde gelen büyük güçleri olan Çin, Japonya ve Hindistan arasındaki ilişkiler kendi dinamiğini geliştirmektedir. Bu büyük güçler eşzamanlı olarak hem rekabet hem de işbirliği içinde olabilmektedir (Yahuda, 2008: 343). Doğu Asya'daki birçok aktör bir yandan Çin'in yükselişinin ekonomik sinerjisinden yararlanmaya çalışırken diğer yandan Çin'e karşı temkinli bir politika arayışı içindedir.

Bölgesel bir sistemin temel belirleyici unsuru olan devletlerarası etkileşimin yoğunluğu ve düzeyi açısından, Çin'in gücü her zaman Asya sisteminin artan ve azalan tanımlayıcı bir karakteristiği olmuştur (Kim, 2008: 36). Çin, bölgede esas yükselen güç olarak görülmektedir. Askeri gücünü hızla modernize eden Çin'in artan ekonomik etkisinin yanında siyasi etkisi de hızla yükselmektedir. Büyük ve küçük diğer Asyalı güçler Çin ile derinleşen ilişkilerini iyi karşılıyor gözükmeleler (Yahuda, 2008: 346).

Japonya, Güney Kore ve Avustralya gibi ABD müttefikleri dahi Çin ve ABD arasında bir seçim yapmak gibi bir zorunluluğa düşmek istememektedirler (Yahuda, 2008: 344). Japonya; ABD ve Çin arasındaki ilişkilerinin çatışmaya evrilmesini ve komşusu ile ilişkilerini bozacak bir tuzağa dönüşmesini çıkarlarına aykırı görmektedir (Yahuda, 2008: 347). ABD ile güvenlik başta olmak üzere birçok alanda oldukça derin bağlara sahip olan Japonya dahi Çin'in doğrudan dengelenmesi veya çevrelenmesi gibi politikalara temkinli yaklaşmaktadır. Böyle bir durumu kendi çıkarlarına uygun görmemektedir.

Birçok Asya ülkesi, Çin'in bölgede artan üstün güç konumuna uyum sağlama yoluna gitmektedir. Zayıf devletlerin güçlü devletlerin yanında yer almasını tasvir etmek için kullanılan "*bandwagoning*" politikası bu ülkeler için uygun bir kullanım olarak görülebilir (Kang, 2003: 58). Herhangi bir Asyalı ülke doğrudan Çin'i dengeleme çabaları

içine girmemektedir (Kang, 2003: 63). Çin'i çevreleme politikası çoğu Asyalı ülke için çekici görünmemektedir (Kang, 2003: 72). Çin'in yükselişinden bir ölçüde kaygı duyan ülkeler dahi, ABD'nin Çin'i çevreleme ve dengeleme yönündeki politikalarına mesafeli yaklaşmaktadırlar. Çin yükseldikçe Asyalı ülkelerin buna tepki göstereceği ve onu engellemeye çalışacağı yönündeki beklentiler günümüze kadar pek karşılık bulmadı.

Kuzeydoğu ve Güneydoğu Asyalı ülkeler, ekonomik ve politik odaklarını giderek artan bir şekilde Çin'e yönlendirmektedirler (Kang, 2003: 82-83). Çin'in artan gücü sayesinde giderek artan sayıda ülke ekonomik, askeri ve politik bakımdan Çin'e bağımlı hale gelmektedir. Çin'e bağımlı hale gelen ülkeler dış işlerinde, ister istemez, Çin'i dikkate almak zorunda kalmaktadır. Covid 19 salgınına yönelik aşılarda Çin'e bağımlı olan ülkelerin Uygur meselesi, Hong Kong, insan hakları ihlalleri vb. sorunlarda Çin'e karşı herhangi bir tepki göstermemesi veya göstermemesi bunun en önemli göstergelerindedir.

Çinli liderler ve analistler ticari bağımlılığın önemli bir politik etki üreteceğine inanıyor görünmektedirler. Çinli yönetici elitler, ticaretten yarar elde eden diğer ülkelerdeki kesimlerin ekonomik çıkarlarını korumak için mobilize olacağını beklemektedirler (Saunders, 2008: 134-135). Çin'in diğer ülkelerle ekonomik ilişkileri geliştikçe, bundan yarar sağlayan kesimlerin Çin ile ilişkileri belli bir düzeyde tutmak için kendi hükümetlerine baskı yapacağı kanaatindedir. Çin ile ekonomik ilişkileri belli bir düzeyin üzerine çıkan ülkelerin ister istemez Çin'in yörüngesine girmesi beklenmektedir.

Çin'in "Kuşak ve Yol Girişimi" Çin-merkezli bir düzenin fiziki temellerini inşa etmesi bakımından önem arz etmektedir. Çin'in başlattığı "Kuşak ve Yol Girişimi" bazı yönlerden haraççı düzenin emarelerini taşımaktadır. 2013 yılında başlatılan "Kuşak ve Yol Girişimi"nin temel işleyiş mantığı haraççı sistemin temelinde yatan *Tianxia* düşüncesini anımsatmaktadır. Merkezinde Çin'in yer aldığı ve hemen hemen yerkürenin her tarafını kapsayan bir girişim olması, *Tianxia* anlayışındaki "Göğün Altındaki Her şey" anlayışıyla paralellik arz etmektedir.

Kuşak ve Yol girişiminde haraççı sistemi anımsatan diğer bir özellik ise Çin'in bu girişim çerçevesindeki projeleri çok taraflı antlaşmalar yerine ikili antlaşmalarla yürütmeye tercih etmesidir. Kuşak ve Yol girişimi çerçevesinde imzalanan anlaşmaların büyük çoğunluğu bağlayıcı olmayan, esnek yorumlanabilen veya yumuşak hukuki metinler olarak görülebilen birincil anlaşmalardan oluşmaktadır (Wang, 2021: 282-283). Uzun vadede bu tür anlaşmalar, Çin'in uluslararası normların belirlenmesindeki rolünü arttırabilir ve Çin'in öncülük ettiği mekanizmalar aracılığıyla standartlarını ve kurallarını yaymasına zemin hazırlayabilir (Wang, 2021: 304). *Tianxia* anlayışında Çin'in merkezi konumuna yapılan vurgunun izlerini, Çin ve diğer hükümetler arasında imzalanan bağlayıcı olmayan, esnek yorumlanabilen yumuşak hukuki metinler kategorisinde değerlendirilen bu ikili antlaşmalarda da görmek mümkündür.

Günümüzde de Çinli yetkililer, ikili ilişkilerde, ticareti kolaylaştıran antlaşmaları veya bağlayıcı olmayan iki taraflı ticari hedefleri piyasaya erişimden yararlanmak için diplomatik bir araç olarak düzenli kullanırlar (Saunders, 2008: 134). Haraççı sistemde olduğu gibi günümüzde de Çin ekonomik gücünü kullanarak uluslararası politikada güç ve etkisini arttırmak için kullanmaktadır. Çin'in birçok ülke için en büyük pazar, en büyük dış ticaret ortağı ve en büyük dış yatırımcı haline gelmesi, haraççı sistemdeki benzer asimetrik ilişkilerin tesis edilmesine zemin hazırlamaktadır.

Haraççı düzeni anımsatan diğer bir durum, Çin'in resmi olarak herhangi bir ülkeyle müttefiklik ilişkisi içerisine girmeme politikasında görülmektedir. Haraççı düzenin geçerli olduğu modern öncesi dönemde Çin; coğrafi boyutu, bürokratik yapısı ve askeri gücü sayesinde kendini savunmak için nadiren müttefik güçlere ihtiyaç duyardı (Wills, 1968: 254). Günümüzde de Çin, birçok devletler iyi ilişkiler tesis edebilmesine rağmen müttefik edinmekten uzak durmaktadır. Çin'in karşılıklı bağımlılığın oldukça arttığı bir dönemde dahi müttefik edinmekten imtina etmesinde haraççı anlayışın belli ölçülerde etkisinin olduğu söylenebilir.

Haraççı sistem açıkça ve resmi olarak eşitsiz iken, sistemde gayri resmi olarak eşitlikçi durumlar görülebiliyordu. Günümüzde Çin'in başta yakın komşuları olmak üzere birçok ülkeyle ilişkileri resmi olarak eşitlikçi bir temelde yürütülse de, eşit olmayan koşullara da rastlanılabilmektedir. Doğu Asya ülkeleri resmi olarak Vestfalya sistemine en tabi devletler olarak görülseler de resmi olmayan ilişkilerinde hiyerarşik düzenin yansımalarına rastlanılabilmektedir.

Haraççı düzenin bazı yönlerden günümüzde Asya uluslararası ilişkilerini etkilediğini düşünenler olduğu gibi aksini düşünenler de bulunmaktadır. Asya üzerine çalışmalarıyla bilinen Samuel S. Kim'e göre, Asya'da uluslararası ilişkilerinin geleceğine rehberlik edebilecek makul ve uygulanabilir geçmiş bir model bulunmamaktadır (2008: 38). Kim, tüm alt bölgeleri ve ülkeleri kapsayan bir Asya uluslararası sistemi bulunmadığını iddia eder (2008: 51). Kim'e göre, Çin merkezli geçmişteki model, çekicilik ve uygulanabilirlik açısından beklentileri karşılamaktan uzaktır. Kolonyal ve post-kolonyal deneyimler yüzünden, yeni bağımsızlıklarını elde etmiş olan Asya ülkelerinin hepsinde, egemenlik tam anlamıyla oldukça derin bir etkiye sahiptir. Devletlerin eşitliği, egemenliği ve içişlerine karışmama gibi Asyalı ülkelerin büyük oranda desteklediği ilkelerin Çin merkezli, Avrupa Merkezli veya Amerika merkezli herhangi bir hiyerarşik sistemle uzlaştırılması günümüzde pek mümkün değildir (Kim, 2008: 52). Vestfalya modeline, dünyanın diğer bölgelerinden ziyade Asya bağlılık göstermektedir (Kissinger, 2016: 196). Asya ülkeleri sömürge geçmişleri dolayısıyla egemenlikleri konusunda oldukça hassas davranmaktadırlar. Yakın gelecekte de Asyalı ülkelerin Vestfalya ilkelerine aykırı herhangi bir girişime sıcak bakmaları beklenmemektedir.

Haraççı düzene benzer bir sistemin yeniden hayata geçirilmesinin önündeki engellerden birinin de Çin'in bu yöndeki isteksizliğinin olduğu iddia edilmektedir. Kim'e göre, Çin merkezli hiyerarşik sistemin yeniden hayata geçirilmesi yönünde Çin'in herhangi bir ilgisi bulunmamaktadır. Asya'nın karşılaştığı meydan okumalar ve tehditler geçmişten oldukça farklı olması diğer bir neden olarak sıralanmaktadır (2008: 52). Bu bakış açısına göre günümüzde Asya'nın karşılaştığı meydan okumalar modern öncesi dönemdekinden farklılaştığı için çözümleri de farklı olacaktır. Hiyerarşik bir sistemin Asya'daki yeni meydan okumalara cevap veremeyeceği düşünülmektedir.

Asya çalışmalarıyla bilinen Michael Yahuda, Asya'nın tamamını kapsayan bir düzenin yakın gelecekte kurulabileceğine şüpheyle yaklaşanlar arasında yer almaktadır. Yahuda'ya göre, Asya siyasi olarak Avrupa kadar uyumlu bir bölge değildir. Ortak değerler ve kurumlar veya egemenliği paylaşma isteği ile karakterize edilecek bir bölge değildir. Tersine eski ve yeni Asya devletleri benzer şekilde egemenliklerini koruma ve bağımsızlıklarını güçlendirme arayışındadır. Asya devletleri oldukça fazla çeşitlilik arz etmektedir. Avrupa'dan farklı olarak modern öncesi dönemde karşılıklı etkileşim tarihi paylaşmazlar. Asyalı devletler pek de birbirlerine güvenmezler, çoğu birbiriyle sınır sorunlarına sahiptir, çoğu göreceli olarak askeri güçlerini arttırma arayışındadır. Fakat Soğuk Savaş'ın sona ermesinden itibaren Asyalı devletler karşılıklı güveni inşa etmek, işbirliğini güçlendirmek ve Asya kimliğini ya da Doğu Asya kimliğini yaratabilmek için yeni bölgesel kuruluşlar tesis ettiler (2008: 353). Yahuda tüm Asya'yı kapsayan bir düzenden ziyade sadece Doğu Asya'yı içeren bir düzeni daha mümkün görmektedir. Özellikle Soğuk Savaş sonrası dönemde bölgede artan kurumsallaşma faaliyetlerinin bir Doğu Asya kimliğinin yaratılmasına yol açabileceğini savunmaktadır.

Yahuda'ya göre, haraççı bir düzenin oluşmasının önündeki en önemli engel, Doğu Asya bölgesinde aynı anda iki büyük gücün varlığıdır. Çin ve Japonya, tarihte ilk kez aynı zamanda aşağı yukarı denk bağımsız büyük güçler haline geldiler. Bu durumun nasıl üstesinden geleceklerine dair herhangi bir tarihsel deneyime sahip değiller (2008: 346). Doğu Asya'nın bu iki büyük gücü arasındaki ilişkilerin, bölgesel bir düzenin oluşmasında temel belirleyici etmen olduğu düşünülüyor. Çin ve Japonya'nın aynı anda büyük güçler olarak tarih sahnesinde yer alması, hiyerarşik düzenin oluşmasını engelleyen bir faktör olarak görülüyor.

Haraççı sistemin geçerli olduğu dönem ile karşılaştırıldığında, modern Çin'in kültürel cazibesinin tarihsel geçmişinin oldukça gerisinde olduğu görülmektedir. Doğu Asya bölgesinin en büyük ekonomik ve askeri gücü haline gelse de, Çin'in kültürel ve politik meşruiyet açısından liderlik ettiği söylenemez. Haraççı sistemin zirvesindeki Çin ile günümüzdeki Çin arasındaki en büyük farklılık, günümüzde kimsenin Çin'in medeniyetin merkezinde olduğunu düşünmemesidir (Kang, 2010: 169). Her ne kadar Çin yumuşak güç unsurlarını geliştirmeye çalışsa da bu açıdan yeteri kadar başarı gösterdiği söylenemez. Kültürel cazibe, diğer toplumların kalbini ve beynini kazanma gibi hususlarda Çin, tarihsel geçmişinin oldukça gerisindedir.

## **Sonuç**

Tarihsel süreçte Çin'in uyguladığı belirtilen haraççı sistemdeki hiyerarşik uluslararası düzen anlayışı, her ülkenin kendi özel mevkiinde yer almasını gerektiriyordu. Hiyerarşik düzen anlayışı sadece Çin'e özgü bir anlayış değildi, Doğu Asya'daki hemen her ülke tarafından benimsenen bir anlayıştı. Hiyerarşik düzen anlayışı bir yandan Çin ile komşuları arasındaki ilişkiyi düzenlerken diğer yandan sistemdeki mevcut diğer ülkelerin birbirleriyle olan

ilişkilerini de şekillendiriyordu. Hiyerarşik anlayışın, aktörlerin davranışlarına yönelik belirsizliği ve öngörülemezliği azaltması, bölgesel istikrar ve düzen için oldukça önemliydi.

Haraç sistemi, her yerde ve her zaman aynı şekilde işleyen ebedi ve değişmez bir düzen şekli değildi, tam tersine oldukça esnek uygulamalara sahipti. Ülkeden ülkeye ve dönemden döneme farklılık arz eden uygulamalar oldukça yaygındı. Çin'in hemen her ülke ve bölgeyle olan haraççı ilişkileri ayrı bir karakteristik özellik taşımaktaydı. Çin'in diğer ülkelerle ilişkileri, o ülkelerin jeopolitik yapısı, toplumsal yapısı ve Çin kültürünü özümseme derecesine göre farklılık arz etmekteydi. Çin ile diğer ülkeler arasındaki siyasi, askeri ve ekonomik asimetrik ilişki biçimi, modern öncesi Doğu Asya düzeninde en belirleyici etkendi.

Çin'in günümüz uluslararası sisteminde yeniden oldukça önemli bir konuma yükselmesi, haraççı düzeni tekrardan gündeme getirmektedir. Günümüz uluslararası sistemin karşılaştığı meydan okumalar, elbette modern öncesi Doğu Asya sisteminden oldukça farklıdır. Bundan dolayı, haraççı sistemde var olan hiyerarşik düzenin aynı şekilde günümüze aktarılması mümkün değildir. Fakat Çin'in yeniden büyük güçte bir aktör olarak sistemde yer almasıyla Çin'in diğer ülkelerle olan ilişkilerinin, bazı ölçülerde geçmişteki haraççı düzenini anımsattığı görülmektedir.

Çin tarihsel süreçte Doğu Asya bölgesel düzeninde oldukça önemli bir aktördü. Çin'in yükselişi veya düşüşü, hemen her zaman, bölgesel düzenin temel belirleyici faktörü olmuştur. Gelecekte bölgesel düzen başta olmak üzere küresel bir düzenin tesis edilmesinde Çin'in merkezi bir rol oynaması kaçınılmazdır. Gelecek bölgesel ve küresel düzenin nasıl bir yapı arz edeceği tartışmalı olsa da, Çin'in merkezi bir rol oynayacağı hususunda genel bir konsensüs oluştuğu söylenebilir.

Çin, günümüzde, çok sayıda devletin en büyük pazarı, dış yatırımcısı ve dış ticaret ortağı konumuna gelmiştir. Çin'in dünya ekonomisinin üretim merkezi haline gelmesi, çok sayıda aktörle bir karşılıklı bağımlılık ilişkisi oluşturmaktadır. Fakat bu ilişki daha çok Çin lehine olan asimetrik bir bağımlılık yaratmaktadır. Çin'in her ülkeyle ilişkilerinin asimetrik bir boyut taşıdığı ileri sürülemezse dahi, birçok ülkeyle ilişkileri bu çerçevede değerlendirilebilir. Çin'in asimetrik ilişkiye sahip olacağı ülkeler sadece Doğu Asya bölgesiyle de sınırlı değildir.

Çin'in Doğu Asya ülkeleri başta olmak üzere çok sayıda ülkeyle özellikle de ekonomik alanda sahip olduğu asimetrik ilişki, haraççı sisteme benzer bir düzeni yeniden gündeme getirmektedir. Çin'in dünya üretiminde ve ticaretindeki merkezi konumu, haraççı sistemde olduğu gibi, çok sayıda ülkeyi Çin'le iyi ilişkiler kurmaya itmektedir. Çin'in dünyanın birçok bölgesindeki çok sayıda aktörle, resmi olmasa bile gayri resmi olarak, eşitsiz bir ilişki biçimi geliştirmesi büyük olasılıktır.

Çoğu ülke, Çin'in ekonomik yükselişinin yarattığı sinerjiden yararlanmaya çalışmaktadır. Doğu Asyalı ülkelerin Çin'in yükselişini engelleme arayışına gireceği yönündeki beklentiler şimdiye kadar gerçekleşmemiştir. Çin'in özellikle askeri yükselişinden kaygı duyan ülkeler dahi, ABD'nin çevreleme ve dengeleme yönündeki politikalarına temkinli yaklaşmaktadırlar. Çin'in artan gücü ve etkisi sayesinde çok sayıda ülke ekonomik ve politik odaklarını giderek artan bir şekilde Çin'e yönlendirmektedir.

Çin'in dünya ekonomisindeki merkezi konumu, birçok ülkenin Çin'e bağımlı hale gelmesine yol açmaktadır. Çin'e bağımlı hale gelen ülkelerin dış işlerinde ister istemez Çin'i dikkate almaları kaçınılmazdır. Uluslararası sistemde Çin'in artan gücü ve etkisi, çoğu ülkeyle ilişkilerinde Çin'e fiili bir veto gücü verecek düzeydedir. Günümüzde Çin'in başta yakın komşuları olmak üzere diğer ülkelerle ilişkileri resmi olarak eşitlikçi bir temelde yürütülse de, gayri resmi olarak eşit olmayan koşullara rastlanılabilmektedir. Çin'in askeri ve ekonomik yükselişi devam ettikçe, ülkenin dış işlerinde eşitsizlikçi öğeler daha sık görülecektir.

#### **Kaynakça**

- Acharya, A. (2008). "Theoretical Perspectives on International Relations in Asia", *International Relations of Asia*, (Ed: D. Shambaugh ve M. Yahuda), Rowman & Littlefield Publishers, New York.
- Alperen, Ü. (2019). "Geleneksel Çin Merkezli (Sino-centric) Bölgesel Düzendeki Çin Karakteristiğiyle Küresel Düzene", Çin Bilmecesi: Çin'in Ekonomik Yükselişi, Uluslararası İlişkilerde Dönüşüm ve Türkiye, (Der. M. Yağcı ve C. Bakır), Koç Üniversitesi Yayınları, İstanbul.



- Arrighi, G. (2009). *Adam Smith Pekin’de 21. Yüzyılın Soykütüğü*, (Çev: İ. Yıldız), Yordam Kitap Yayınları, İstanbul.
- Bayram, M. Ve Emiroğlu, H. (2020). “Çin Tarzı Uluslararası İlişkilerin Analitik Çerçevesi: Yeni-Haraççılık”, *Asya Araştırmaları Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, 1/4, 29-44, DOI: 10.34189/asyam.4.1.003.
- Benedict, R. (2010). *Krizantem ve Kılıç Japon Kültürü Üzerine Bir İnceleme*, (Çev: T. Turgut), Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, İstanbul.
- Braudel, F. (2006). *Uygurlukların Grameri*, (Çev: M. A. Kılıçbay), İmge Kitabevi. İstanbul.
- Chun, H. (1968). “Sino-Korean Tributary Relations in the Ch’ing Period”, *The Chinese Traditional World Order China’s Foreign Relations*, (Ed: J. K. Fairbank), Harvard University Press, Cambridge, Massachusetts.
- Eberhard, W. (1995). *Çin Tarihi, Türk Tarih Kurumu*, Ankara.
- Fairbank, J. K. (1968), *The Chinese Traditional World Order China’s Foreign Relations*, Harvard University Press, Cambridge, Massachusetts.
- Fairbank, J. K. (1969). *Çağdaş Çin’in Temelleri 1840-1950*, (Çev: Ü. Oksay), Doğan Yayınları, Ankara.
- Fletcher, J. F. (1968).” China and Central Asia, 1368-1884”, *The Chinese Traditional World Order China’s Foreign Relations*, Harvard University Press, (Ed: J. K. Fairbank), Cambridge, Massachusetts.
- Frank, A. G. (2010). *Yeniden Doğu Asya Çağında Küresel Ekonomi*, (Çev: K. Kurtul), İmge Kitabevi, Ankara.
- Friedberg, A. L. (1993-1994). “Ripe for Rivalry: Prospects for Peace in a Multipolar Asia”, *International Security*, 18/3, 5-33.
- Jacques, M. (2016). *Çin Hükmettiğinde Dünyayı Neler Bekliyor?*, (Çev: S. Oğuz), Akılçelen Kitaplar, Ankara.
- Johnson, S. (2019a). The Great Haul of China, Illustrated, *Finacial Times*, 19.11.2019, <https://www.ft.com/content/4975eb8a-0ab6-11ea-bb52-34c8d9dc6d84>, (22.11.2019).
- Johnson, S. (2019b), China’s Trade Dominance Dealt a Blow After US Gains, *Finacial Times*, 20.11.2019, <https://www.ft.com/content/c9665df6-0ab7-11ea-b2d6-9bf4d1957a67>, (22.11.2019).
- Kang, D. C. (2003). “Getting Asia Wrong: The Need for New Analytical Frameworks”, *International Security*, 27/4, 57-85.
- Kang, D. C. (2010). *East Asia Before the West*, Columbia University Press, New York.
- Kennedy, P. (2002). *Büyük Güçlerin Yükseliş ve Çöküşleri*, (Çev: B. Karanakçı), İş Bankası Yayınları, İstanbul.
- Kim, S. S. (2008). “The Evolving Asian System: Three Transformations”, *International Relations of Asia*, (Ed: D. Shambaugh ve M. Yahuda), Rowman & Littlefield Publishers, New York.
- Kissinger, H. (2014). *Dünya Düzeni*, (Çev: S. S. Gül), Boyner Yayınları. İstanbul.
- Kissinger, H. (2015). *Çin Dünden Bugüne Yeni Çin*, (Çev: N. I. Çeper), Kanüs Yayınları, İstanbul.
- Lam, T. B. (1968). “Intervention Versus Tribute in Sino-Vietnamese Relations, 1788-1790”, *The Chinese Traditional World Order China’s Foreign Relations*, (Ed: J. K. Fairbank), Harvard University Press, Cambridge, Massachusetts.
- Lowy Institute. (2020). Asia Power Index. <https://power.lowyinstitute.org/data/military-capability/defence-spending/military-expenditure-market-exchange-rates/>, (16.06.2021).
- Mancall, M. (1968). “The Ch’ing Tribute System: An Interpretive Essay”, *The Chinese Traditional World Order China’s Foreign Relations*, (Ed: J. K. Fairbank), Harvard University Press, Cambridge, Massachusetts.
- Mearsheimer, J. C. (2001). *The Tragedy of Great Power Politics*, W. W. Norton, New York.
- Mearsheimer, J. C. (2010). “The Gathering Storm: China’s Challenge to US Power in Asia”, *The Chinese Journal of International Politics*, 3, 381-396.
- Rajah, R. (2019). Chart of the week: Global trade through a US-China lens. *Lowy Institute*, 18.12.2019. <https://www.lowyinstitute.org/the-interpretor/chart-week-global-trade-through-us-china-lens>, (16.06.2021).
- Ren, X. (2011). “East Asian Order and China’s Role: A Historical Perspective”, *アジア研究*, 57/ 1, 3-12.
- Richter, F. (2021). China is the World’s Manufacturing Superpower. *Statista*, 04.05.2021 <https://www.statista.com/chart/20858/top-10-countries-by-share-of-global-manufacturing-output/>, (13.06.2021).



- Sakai, R. K. (1968). "The Ryukyu (Liu-Ch'iu) Islands as a Fief of Satsuma", *The Chinese Traditional World Order China's Foreign Relations*, (Ed: J. K. Fairbank), Harvard University Press, Cambridge, Massachusetts.
- Saunders, P. C. (2008). "China's Role in Asia", *International Relations of Asia*, (Ed: D. Shambaugh ve M. Yahuda), Rowman & Littlefield Publishers, New York.
- Scott, D. (2008). *China and the International System, 1840-1949 Power, Presence, and Perception in a Century of Humiliation*, State University of New York Press, New York.
- Shambaugh, D. (2008). "International Relations in Asia: The Two-Level Game", *International Relations of Asia*, (Ed: D. Shambaugh ve M. Yahuda), Rowman & Littlefield Publishers, New York.
- SIPRI. 2021. SIPRI Yearbook 2021 Armaments, Disarmament and International Security Summary. Oxford University Press, [https://www.sipri.org/sites/default/files/2021-06/sipri\\_yb21\\_summary\\_en\\_v2\\_0.pdf](https://www.sipri.org/sites/default/files/2021-06/sipri_yb21_summary_en_v2_0.pdf), (16.06.2021).
- Spence, J. D. (1990). *The Search for Modern China*, W.W. Norton & Company, New York.
- Steil, B. ve Rocca, B. B. (2019). Belt and Road Tracker. *Council on Foreign Relations*. Retrieved 08.05.2019, <https://www.cfr.org/article/belt-and-road-tracker>, (14.06.2021).
- Suisheng, Z.: "Rethinking the Chinese World Order: The Imperial Cycle and the Rise of China", *Journal of Contemporary China*, 24/95, 961-982, DOI: 10.1080/10670564.2015.1030913
- Suzuki, C. (1968). "China's Relations with Inner Asia: The Hsiung-Nu, Tibet", *The Chinese Traditional World Order China's Foreign Relations*, (Ed: J. K. Fairbank), Harvard University Press, Cambridge, Massachusetts.
- Wang, G. (1968). "Early Ming Relations with Southeast Asia: A Background Essay", *The Chinese Traditional World Order China's Foreign Relations*, (Ed: J. K. Fairbank), Harvard University Press, Cambridge, Massachusetts.
- Wang, G. (2019), *China Reconnects Joining a Deep-rooted Past to a New World Order*, World Scientific Publishing, Singapore.
- Wang, H. (2021). "The Belt and Road Initiative Agreements: Characteristics, Rationale, and Challenges", *World Trade Review* 20, 282-305. <https://doi.org/10.1017/S1474745620000452>.
- Westad, O. A. (2013). *Restless Empire China and the World Since 1750*, Vintage Books, London.
- Wills, J. E. Jr. (1968). "Ch'ing Relations with the Dutch, 1662-1690", *The Chinese Traditional World Order China's Foreign Relations*, (Ed: John King Fairbank), Harvard University Press, Cambridge, Massachusetts.
- Yahuda, M. (2008). "Looking Ahead A New Asian Order?", *International Relations of Asia*, (Ed: D. Shambaugh ve M. Yahuda), Rowman & Littlefield Publishers, New York.
- Yang, L.-S. (1968). "Historical Notes on the Chinese World Order", *The Chinese Traditional World Order China's Foreign Relations*, (Ed: J. K. Fairbank), Harvard University Press, Cambridge, Massachusetts.
- Zhao, T. (2006): "Rethinking Empire from a Chinese Concept 'All-underHeaven' (Tian-Xia, 天下)", *Social Identities*, 12/1, 29-41.

#### **Beyan ve Açıklamalar (Disclosure Statements)**

1. Bu çalışmanın yazarları, araştırma ve yayın etiği ilkelerine uyduklarını kabul etmektedirler (The authors of this article confirm that their work complies with the principles of research and publication ethics).
2. Yazarlar tarafından herhangi bir çıkar çatışması beyan edilmemiştir (No potential conflict of interest was reported by the authors).
3. Bu çalışma, intihal tarama programı kullanılarak intihal taramasından geçirilmiştir (This article was screened for potential plagiarism using a plagiarism screening program).



Article Info/Makale Bilgisi

✓Received/Geliş:26.06.2021 ✓Accepted/Kabul:06.08.2021

DOI: 10.30794/pausbed.957979

Araştırma Makalesi/ Research Article

Boztosun, D., Kınış, Z. ve Demirtaş, Ö. (2022). "Yalın Liderliğin İş-Aile Çatışmasına Etkisinde Algılanan Örgütsel Desteğin Aracı Rolü: Kayseri' de Bir Kamu Hastanesi Örneği", *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı 48, Denizli, ss.383-391.

## YALIN LİDERLİĞİN İŞ-AİLE ÇATIŞMASINA ETKİSİNDE ALGILANAN ÖRGÜTSEL DESTEĞİN ARACI ROLÜ: KAYSERİ' DE BİR KAMU HASTANESİ ÖRNEĞİ

Derviş BOZTOSUN\*, Zühal KINIŞ\*\*, Özgür DEMİRTAŞ\*\*\*

### Öz

Küresel rekabetin artmasına paralel bir şekilde özel sektör girişimlerinin de artması, beraberinde sağlık hizmet sunucusu konumunda olan hastanelerin de yönetim ve liderlik modellerinin daha da önem kazanmasına neden olmuştur. Sağlık işletmeleri olan hastaneleri diğer hizmet veya üretim işletmelerinden ayıran bazı temel özellikleri bulunmaktadır. Bu temel özelliklerden en önemlisi sundukları hizmetin insan hayatı için belirleyici önem taşımasıdır. Hastanelerdeki liderlik uygulamaları ve çalışanların iş-aile çatışma düzeyleri ile bu süreçte hastane işletmelerinin ne yönde uygulamalarının olduğunun araştırılması sağlık sektöründe önemlidir. Bu kapsamda çalışmanın amacı, algılanan örgütsel destek aracı rolde iken yalın liderliğin iş aile çatışması üzerindeki etkisini incelemektir. Araştırmanın örneklemini, Kayseri' de faaliyet gösteren bir kamu hastanesindeki 323 sağlık çalışanı oluşturmaktadır. Çalışma sonuçları, yalın liderliğin işten aileye olan iş-aile çatışmasını negatif yönde etkilediği, ancak yalın liderliğin aileden işe olan iş-aile çatışmasını anlamlı düzeyde etkilemediği; algılanan örgütsel desteğin ise yalın liderlik ve iş-aile çatışması arasındaki ilişkide kısmi aracı role sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Yalın liderlik, İş-aile çatışması, Algılanan örgütsel destek.

### THE MEDIATING ROLE OF PERCEIVED ORGANIZATIONAL SUPPORT ON THE RELATIONSHIP BETWEEN LEAN LEADERSHIP AND WORK-FAMILY CONFLICT: A PUBLIC HOSPITAL EXAMPLE

### Abstract

Due to the global competition, the private sector initiatives has become much more important, and in this process, the leadership and management models came to the front especially in health sector. Because, hospitals, which are health enterprises, especially have some basic features that distinguish them from other service or production enterprises. The most important of these basic features is that the service they offer is of decisive importance for human life. It is important in the health sector to investigate the leadership practices in hospitals, the work-family conflict levels of the employees, and the practices of the hospital enterprises. In this context, the aim of the study is to examine the effect of lean leadership behavior on work-family conflict via the mediator role of perceived organizational support. The sample of this research consists of 323 health workers in a public hospital operating in Kayseri region. The results indicate that lean leadership negatively affected work to family conflict, but lean leadership did not significantly affect family to work conflict. It was also concluded that perceived organizational support has a partial mediating role on the relationship between lean leadership and work-family conflict.

**Keywords:** Lean leadership, Work-family conflict, Perceived organizational support.

\*Prof.Dr.,Kayseri Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Fakültesi, KAYSERİ.

e-posta: dboztosun@kayseri.edu.tr, (<https://orcid.org/0000-0002-2656-2701>)

\*\*Doktora Öğrencisi, Kayseri Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, KAYSERİ.

e-posta: zuhalkns@gmail.com, (<https://orcid.org/0000-0003-0417-860X>)

\*\*\*Doç.Dr.,Kayseri Üniversitesi, Develi Sosyal ve Beşeri Bilimler Fakültesi, KAYSERİ.

e-posta: ozgurdemirtas@kayseri.edu.tr, (<https://orcid.org/0000-0002-2495-2124>)

## 1. GİRİŞ

Teknolojik gelişmeler ve küresel rekabetin artmasına bağlı olarak sağlık alanında özel sektör girişimlerinin artması ile sağlık hizmet sunucusu olan hastanelerde yönetim ve liderlik modellerinin önemi artmıştır. Eskiden tam kamusal hizmet olarak ele alınan sağlık hizmetleri, artık günümüzde yarı kamusal bir hizmet olarak karşımıza çıkmaktadır (Çınar vd., 2017: 216). İşletmelerde liderlik modelleri örgütsel başarı için ihtiyaç olmasının yanında bazen de zorunluluktur. Sağlık işletmeleri olan hastanelerin diğer hizmet veya üretim işletmelerinden ayıran bazı temel özellikleri bulunmaktadır. Bu temel özellikleri sundukları hizmetin insan hayatı için belirleyici önem taşımasıdır. Bu durum ise çalışanlar üzerinde stres ve risk altında işlerini gerçekleştirmek durumunda kalmalarına neden olmaktadır. Ayrıca sağlık sektöründe teknolojinin önemi yüksektir (Kılınç, 2019: 2).

İlk işletmelerin kuruluşu ile beraber ortaya çıkan ve sürekli değişim içerisinde olan yönetim kavramı yerini liderlik kavramına bırakmıştır (Koçel, 2020: 585). Liderlik kavramı ve takipçileri ile olan koordinasyonu gerek yabancı literatürde gerekse yerli literatürde araştırılmış ve çalışmalar eklenmiştir. Bennis ve Nanus (1985) araştırmalarında liderlik ile alakalı, takipçileri yönlendirebilme ve harekete geçirme davranışı olarak ifade etmişlerdir. Bass ve Stogdill (1990) liderlerin grup üyeleri arasında etkileşim sağlayabildiğini ifade etmişlerdir (Aktaran Dalgın, 2015: 4).

Sağlık işletmelerinde yönetim uygulamalarının başarılı olabilmesi için yalın liderlerin varlığı önemlidir. Yalın liderlerin amacı örgütlerinde kaliteli, güvenli ve başarılı mali politikalarla yönetilen bakım hizmetlerini müşterilerine sunmaktır (Gerger ve Firuzan, 2010: 3385). Alanında deneyimli ve uzman olan yalın liderin, yönetim uygulamalarını başarılı bir şekilde yürütmesi beklenmektedir (Al-Najem vd., 2012: 122; Dickson vd., 2009: 505).

Algılanan örgütsel destek, 1980'lerden bu yana son yirmi yıldır literatürde çok fazla araştırma konusu olmuştur. Bu durumun nedenlerinden birisi ise, algılanan örgütsel desteğin, çalışanlar ve örgüt arasındaki ilişki için bir açıklama sunmasıdır. Çalışanlar, beklentileri organizasyonlar tarafından karşılandığında yüksek performans göstermektedirler. Eisenberger ve ark. (1997), çalışan davranış ve tutumlarını etkileyen en önemli faktörlerin örgütlerden çalışanlara yansıyan güdüler olduğunu savunmuştur (Gürbüz vd., 2012: 147).

Çalışma hayatının en önemli problemlerinden birisi de iş görenin aile ile işi arasındaki çatışmalarıdır. İş yerinde yaşanan yoğunluk kişilerin aile hayatlarını etkileyebilmekte ve sadece kendisini değil ailesini de mutsuz edebilmektedir. Diğer durumda da ailede yaşanan sorunlar veya harcanan zaman iş yerinde problemler ortaya çıkmasına neden olabilmektedir (Zheng ve Wu, 2018: 3).

Bu çalışmanın literatüre yeni katkılar sağlayacağını değerlendirmekteyiz. Öncelikle yeni bir yaklaşım olan yalın liderlik anlayışının, bir parçası olduğu yalın yönetim uygulamalarının sıklıkla kullanıldığı sağlık sektöründe uygulamalı bir araştırma ile incelenmesi bu çalışmanın önemli bir katkısı olarak görülmektedir. Ayrıca sağlık sektörü açısından önemli olan algılanan örgütsel desteğin yalın liderlik ile iş-aile çatışmasının ilişkisinde aracı rol olarak araştırmaya eklenmesi daha önce böyle bir ilişkinin araştırılmamış olması ve bu aracı rolün nasıl bir etkide bulunduğu araştırılması da bu çalışmanın literatüre sağlayacağı önemli bir katkı olarak değerlendirilmektedir.

Bu çalışma Yalın Liderliğin İş – Aile Çatışmasına Etkisinde Algılanan Örgütsel Desteğin Aracı Rolünü ölçmeyi amaçlamaktadır (Şekil -1).



Şekil 1. Çalışmanın Modeli

## 2. LİTERATÜR TARAMASI

### 2.1. Yalın Liderlik

Liderlik, örgütün amaçlarına ulaşmak için liderin astlarının katılımını sağladığı bir sosyal etki sürecidir. Lider, belirli amaçları gerçekleştirmek için başkalarını görevlendiren veya etkileyen kişi olarak tanımlanabilir. Günümüz organizasyonlarının hızla değişen küresel çevrenin karmaşıklığını anlayan etkili liderlere ihtiyacı vardır. Özellikle işletmenin görevi yüksek düzeyde yapılandırılmış ve liderin çalışanlarla iyi bir ilişkisi varsa, çalışanların etkinliği yüksek olacaktır (Nanjundeswaraswamy ve Swamy, 2014: 57). Sağlık işletmelerinin karmaşık yapısına bağlı olarak liderler bu alanda da oldukça önemli bir yere sahiptirler.

Yalın, kalite, hız ve maliyeti ele alarak operasyonel verimliliği artırmak için geliştirilmiş bir yönetim modelidir. Yalın, israfın, eşitsizliğin ve aşırı yükün ortadan kaldırılmasına odaklanan bir sistemdir (Kadarova, 2016: 11). Başarılı yalın uygulama ise, sistemsel değişim ve güçlü liderlik gerektirir. Sadece israfın azaltılması ile sürekli gelişen yalın organizasyon arasındaki eksik bağlantı, yalın liderlik kavramının doğmasına neden olmuştur. Kaliteye ve maliyetleri düşürmeye verilen önem, birçok sağlık kuruluşunun yönetim, süreç ve kalite kontrol altyapılarını yeniden yapılandırmasına yol açmıştır. Bu nedenle yalın yönetim uygulamalarını benimsemiş ve hayata geçirmeye başlamışlardır.

Sağlık işletmelerinde yönetsel modellerin üstünlükleri dikkate alındığında, bu modellerin başarılı olabilmesi için yalın liderlere ihtiyaç duyulabilmektedir. Yalın liderlik, yalın üretim sistemlerinin sürdürülebilir şekilde uygulanması ve sürekli iyileştirilmesini içeren ve hem liderlerin hem de liderle birlikte hareket eden tüm çalışanların/grup üyelerinin birlikte bir amaç doğrultusunda hareket ettiği bir süreç olarak ifade edilmektedir (Dombrowski ve Mielke, 2013: 570).

Çalışma hayatında başarılı olan yalın liderler büyük değişimler gerçekleştirebilmektedir. Örgütlerinde sürekli iyileştirmeyi gerçekleştirmek isteyen işletmeler süreç değişikliklerini başarmalıdır (Çilhoroz ve Çakmak, 2020: 1333). Yalın yönetim uygulamaları ancak yalın liderler öncülüğünde anlam kazanabilmektedir (Grabau, 2018: 296). Bu yüzden, yalın liderlere işletmeler günümüzde oldukça ihtiyaç duymaktadır (Aij vd., 2015: 121).

Yalın liderler, stratejiyi oluşturan, ekibi oluşturan ve çalışanların becerilerini geliştirmelerine yardımcı olan koçlardır. Dombrowski ve Mielke (2013), Yalın liderliğin beş temel ilkesini tanımlamıştır. Birinci ilke; İyileştirme kültürü, "Mükemmellik için çaba gösterin, ancak başarısızlığı bir gelişme fırsatı olarak görün." İkinci ilke; Kendini geliştirme, "Organizasyondaki diğer kişiler için rol modeli olarak hareket edin." Üçüncü ilke; Yeterlilik, "Çalışanların uzun vadeli gelişimini ve sürekli öğrenmeyi taahhüt eder." Dördüncü ilke; Gemba, "Üretim alanından yönetmeyi ve birinci elden bilgiye dayalı kararlar almayı taahhüt eder." Son ilke; Hoshin kanri, "Her zaman müşteriye odaklanmayı sürdürerek, tüm seviyelerde hedefleri aynı hizaya getirmek için çalışın." (Dombrowski ve Mielke, 2013: 571-572).

İyileştirme kültürü	<ul style="list-style-type: none"><li>•Mükemmellik için çaba gösterin.</li><li>•Başarısızlığı bir gelişme fırsatı olarak görün.</li></ul>
Kendini geliştirme	<ul style="list-style-type: none"><li>•Yalın liderler rol modelidir.</li><li>•Yeni liderlik becerileri gereklidir.</li></ul>
Yeterlilik	<ul style="list-style-type: none"><li>•Çalışanların uzun vadeli gelişimi.</li><li>•Sürekli öğrenme.</li></ul>
Gemba	<ul style="list-style-type: none"><li>•Üretim alanından yönetim.</li><li>•Birinci elden bilgiye dayalı kararlar alma.</li></ul>
Hoshin Kanri	<ul style="list-style-type: none"><li>•Müşteri odaklı.</li><li>•Tüm seviyelerde uyumlu hedefler.</li></ul>

**Şekil 2. Yalın Liderliğin Temel İlkeleri**

**Kaynak:** (Dombrowski ve Mielke, 2014: 567).

Bu ilkelerden oluşan modele göre ilk adımda, liderler kendilerini gelişimlerine ve gerçek değerlerine ithaf etmelidirler. İkinci adım, çalışanlarının gelişimini içerir. Yaklaşımın üçüncü adımında, gerçek sürekli iyileştirme süreci gerçekleşir. Dördüncü adım, bir vizyonun geliştirilmesini ve hedeflerin belirlenmesini içerir.

Sağlık işletmeleri literatüründe yapılan inceleme sonucunda yalın liderlik kavramını ele alan çalışmalar bulunmaktadır (Aij ve Teunissen, 2017: 716; Aij, Visse ve Widdershoven, 2015: 135; Almeida, Tortorella ve Van Dun, 2018: 87).

## **2.2. İş Aile Çatışması**

Günümüzde çalışanlar, iş ve aile rollerini dengelemede her zamankinden daha fazla zorluk yaşamaktadır. Roller arası çatışmanın bir biçimi olarak iş-aile çatışması, iş ailenin taleplerine veya ailenin iş sorumluluklarına müdahale etmesi durumunda ortaya çıkar. İş aile çatışması, iş görenin işi ile ailesi arasındaki rollerinin çatışma durumudur. Bu çatışma durumunda bireyin, bir alandaki sorumluluklarını yerine getirememesi ve üzerindeki baskının artması durumudur (Greenhaus ve Beutell, 1985: 77). İş-aile çatışması, iş performansı, iş ve yaşam doyumu, tükenmişlik, devamsızlık, psikolojik iyi oluş ve aile alanında memnuniyetsizlik gibi hem işle hem de aileyle ilgili sonuçlara sahiptir.

İş aile çatışmasının yaşanması, iş görenlerin aynı anda birden fazla rol üstlenmeleri ile meydana gelebilmektedir. Birey hem çalışan, hem anne-baba, hem de eş rolü üstlenebilir (Yildirim ve Acar, 2018: 268). İş-aile çatışması, iş-aile çatışması ve aile-iş çatışmasından oluşan iki yönlü bir çatışmadır. İş-aile çatışması, “davranışların, işe ayrılan zamanın ve işin neden olduğu stresin aile ile ilgili sorumlulukları engellediği bir roller arası çatışma biçimidir” ve aile-iş çatışması, “Ailenin neden olduğu davranış, zaman ve stresin işle ilgili sorumluluklara müdahale ettiği bir tür roller arası çatışma biçimidir” (Hao vd, 2016: 2).

Araştırma bulguları genel olarak işgörenlerin iş-aile çatışmasını, aile-iş çatışmasına göre daha fazla yaşadığını ifade etmektedir (Giray ve Ergin, 2006: 99 ; Aycan ve Eskin, 2005: 468; Gutek vd., 1991: 560). Literatürde liderlik ve iş-aile çatışmasını birlikte ele alan çeşitli çalışmalar bulunmakla birlikte direkt yalın liderlik ve iş-aile çatışması ilişkilerini inceleyen çalışmaya rastlanılmamıştır. Literatürde genelde hizmetkâr liderlik ve etik liderlik gibi diğer liderlik türleri ile iş-aile çatışmasını birlikte ele alan çalışmalar bulunmaktadır (Şentürk vd., 2016: 571; Çelik ve Tunç, 2010: 32). Bu çalışmalar dikkate alındığında güncel liderlik yaklaşımlarından olan Yalın Liderlik sayesinde çalışanların iş uygulamalarında yapılan değişiklikler ile zamanı daha iyi kullanabilme, rol çatışmalarını en aza indirme ve belirsizliğin ortadan kalkması vb. bireyin karşılaşılabileceği stresler en aza indirilecek ve bu durumun sonucu olarak da iş – aile çatışmasına azaltacağı öngörülmektedir. Bu kapsamda çalışmamızın yalın liderlik ve iş-aile çatışması ilişkisine yönelik hipotezleri aşağıdaki gibi oluşturulmuştur.

**Hipotez 1a:** Yalın liderlik davranışları ile iş-aile çatışmasının alt boyutu olan işten aileye çatışmayı negatif olarak etkilemektedir.

**Hipotez 1b:** Yalın liderlik davranışları ile iş-aile çatışmasının alt boyutu olan aileden işe çatışmayı negatif olarak etkilemektedir.

## **2.3. Algılanan Örgütsel Destek**

Algılanan örgütsel destek, “çalışanların, kuruluşun katkılarına ne ölçüde değer verdiğine ve onların iyiliğini önemseydiğine ilişkin inançlar” olarak tanımlanmaktadır. Algılanan örgütsel destek, olumlu iş tutumlarına ve sonuçlarına neden olan ve insanların ruh sağlığı üzerinde olumlu etkileri olan, oldukça etkili, organizasyona dayalı bir kaynak olarak kabul edilmektedir (Hao vd., 2016: 2).

Algılanan örgütsel destek, işveren ve çalışan arasındaki sosyal değişim ilişkisinde çalışanların örgüt hakkındaki inançlarını temsil edebilir. Örgütün katkılarına ne ölçüde değer verdiğine ve onların iyiliğini önemseydiğine ilişkin çalışanların küresel inançları olarak tanımlanabilir (Eisenberger vd., 1997: 812). Kurumlarda ödüllendirme ve adil davranışlar sonucu meydana gelebilecek olaylar öngörülebilecek hale gelmektedir. İş hayatında karşılaşılabilecek belirsizlikler azalacaktır (Söyük, 2007: 6). İş görenler tarafından algılanan örgütsel desteğin iş – aile çatışması üzerinde anlamlı etkileri olduğu öngörülmektedir. Literatür bulguları incelendiğinde yüksek örgütsel destek

algısına sahip iş görenlerin iş – aile çatışması düzeylerinin düşük olduğunu gösteren çalışmalar bulunmaktadır (Zheng ve Wu, 2018: 16, Wu vd., 2018: 14). Bu kapsamda algılanan örgütsel desteğin yalın liderlik ve iş – aile çatışması ilişkisinde bir etkide bulunacağı değerlendirilmektedir. Literatür bulguları ışığında bu değerlendirmelere paralel bir şekilde aşağıdaki hipotez oluşturulmuştur.

**Hipotez 2a:** Algılanan örgütsel destek, yalın liderlik davranışları ve işten aileye olan iş-aile çatışması ilişkisinde aracı role sahiptir.

**Hipotez 2b:** Algılanan örgütsel destek, yalın liderlik davranışları ve aileden işe olan iş-aile çatışması ilişkisinde aracı role sahiptir.

### **3 .METODOLOJİ**

Bu araştırma; Nisan - Mayıs 2021 tarihleri arasında, Kayseri’de bir kamu hastanesinde görev yapan sağlık personeli ile online olarak anket tekniği ile gerçekleştirilmiştir. Araştırmaya katılmayı kabul eden 323 sağlık personeli ile çalışma gerçekleştirilmiştir. Bu çalışmada 1 = “kesinlikle katılmıyorum” ve 5 = “kesinlikle katılıyorum” şeklinde 5’li Likert ölçeği kullanılmıştır. Her değişken için bileşik ölçüler oluşturmak için ölçeklerdeki öğelerin ortalaması alınmıştır.

#### **3. 1. Örneklem**

Kayseri’ de bir Kamu Hastanesinde görev yapan (N= 2251) sağlık personeli (Doktor, hemşire, teknisyen/tekniker, tıbbi sekreter/büro memuru) içerisinden rastgele tesadüfi olarak 400 kişi listelenmiştir. Nihai değerlendirmede eksik kodlama ve geri dönüş kayıpları neticesinde 323 katılımcının anket formu değerlendirmeye alınmıştır. Bu kapsamda analizlere bu örneklem ile devam edilebileceği değerlendirilmiştir. Nihai örneklem; %59,8’i kadın ve %40,2’si erkekten olmak üzere 323 katılımcıdan oluşmaktadır. Araştırma grubunu oluşturan bireylerin; %42,4’ü 26-35 yaş aralığında, %48,9’u lisans mezunu, %62,5’i evli, %42,7’ si 10 yılın üzerinde hastanede çalışmaktadır. Ayrıca, katılımcıların %28,5’i tıbbi sekreter, %17’si hemşire, %39,3’ü sağlık teknisyeni/teknikeri ve %15,2’si doktorlardan oluşmaktadır.

#### **3. 2. Ölçekler**

Flemenkçe dilinde Mulders (2016) tarafından geliştirilen “Yalın Liderlik Ölçeği”, Türkçeye Biçer ve arkadaşları tarafından (2020) uyarlanarak geçerli ve güvenilir bir ölçek olarak literatüre kazandırılmıştır. Ölçek 5’li Likert türünde ve ölçek 15 sorudan oluşmaktadır. Ölçeğin güvenilirlik analizi sonucu (Cronbach’s Alpha) 0,951 olarak bulunmuştur.

Eisenberger ve diğerleri tarafından geliştirilen (1986), Algılanan örgütsel desteği ölçmek için 36 maddeden oluşan ölçeğin 8 maddeden oluşan kısa versiyonu kullanılmıştır. Ölçeğin güvenilirlik analizi sonucu (Cronbach’s Alpha) 0,710 olarak bulunmuştur.

Netemeyer, Boles ve McMurrian (1996) tarafından ortaya konulmuş olan işgörenlerin yaşadığı iş-aile çatışması düzeyini ölçmek için kullanılan ölçek, Efeoğlu (2006) tarafından Türkçeye uyarlanmış 10 maddeden oluşmaktadır. Ölçeğin güvenilirlik analizi sonucu (Cronbach’s Alpha) 0,904 olarak bulunmuştur.

### **4. ARAŞTIRMA BULGULARI**

Verilerin çarpıklık-basıklık (skewness – kurtosis) değerleri  $\pm 1$  sınırları içinde olduğu ve toplanan verinin normal dağılım göstermesi nedeniyle pearson korelasyon ve regresyon analizi yapılmıştır. Çalışma değişkenlerine ait ortalama, standart sapma ve Pearson korelasyon değerleri Tablo 1’de sunulmuştur.



Tablo 1. Değişkenlere Ait Ortalama, Standart Sapma ve Korelasyon Katsayıları

	ORT.	S.S.	1	2	3	4
Yalın Liderlik	3,14	,911	1			
Algılanan Örgütsel Destek	3,04	,631	,308**	1		
İşten Aileye İş-Aile Çatışması	3,05	1,173	-,102*	-,127*	1	
Aileden İşe İş-Aile Çatışması	2,55	1,135	-,076	-,146**	,415**	1

\*\* p< 0.01 ve \* p< 0.05 (Çift Yönlü)

Tablo 1 incelendiğinde algılanan örgütsel destek ile yalın liderlik arasında ( $r = 0.308$ ;  $p < 0.01$ ) pozitif yönlü, işten aileye iş-aile çatışması ile yalın liderlik arasında ( $r = -0.102$ ;  $p < 0.05$ ) negatif yönlü, işten aileye iş-aile çatışması ile algılanan örgütsel destek arasında ( $r = -0.127$ ;  $p < 0.05$ ) negatif yönlü, aileden işe iş-aile çatışması ile algılanan örgütsel destek arasında ( $r = -0.146$ ;  $p < 0.05$ ) negatif yönlü, aileden işe iş-aile çatışması ile işten aileye iş-aile çatışması arasında ( $r = 0.415$ ;  $p < 0,05$ ) pozitif yönlü ilişkiler olduğu tespit edilmiştir.

Çalışma hipotezlerini test etmeye yönelik yapılan analiz bulguları da aşağıdaki tabloda sunulmaktadır.

Tablo 2. Regresyon Analizleri

		İşten Aileye İş-Aile Çatışması (iA)	Aileden İşe İş-Aile Çatışması (Ai)		
Değişkenler	Model 1 (β) YL/ÖD	Model 2a (β) YL/iA	Model 2b (β) YL/Ai	Model 3a (β) YL/ÖD-iA	Model 3b (β) YL/ÖD-Ai
Yalın Liderlik (YL)	0,308**	-0,102**	-0,076	-0,108**	-0,075
Algılanan Örgütsel Destek (ÖD)				-0,147**	-0,127**
Adjusted R2	0,092	0,092	0,003	0,025	0,03
F change	33,727**	33,709**	1,853**	9,259**	1,840
Durbin-Watson	1,818	1,819	1,865	1,809	1,918

\*\* p<0,01

Hipotezlerin testine yönelik yapılan regresyon analizi sonuçları Tablo 2' de sunulmuştur. Hipotez 1a kapsamında yalın liderlik davranışlarının işten aileye olan iş-aile çatışmasını negatif olarak etkilediği ( $\beta = -0,102$ ;  $p < 0,01$ ) tespit edilmiştir. Bu durumda Hipotez 1a'nın desteklendiğini ifade edebiliriz.

Hipotez 1b kapsamında yalın liderlik davranışlarının aileden işe olan iş-aile çatışması arasında negatif olarak etkilediği varsayılmıştır. Tablo 2 değerleri incelendiğinde yalın liderlik davranışlarının aileden işe olan iş-aile çatışması üzerine anlamlı bir etkiye ( $\beta = 0,076$ ;  $p < 0,01$ ) sahip olmadığı tespit edilmiştir. Bu kapsamda Hipotez 1b desteklenmemiştir.

Tablo 2' de sonuçları sunulan hiyerarşik regresyon analizlerine göre; yalın liderlik ile işten aileye iş-aile çatışması ilişkisinde algılanan örgütsel desteğin kısmi aracı (mediating) olarak ( $\beta = -0,147$ ;  $p < 0,01$ ) etkide bulunduğu tespit edilmiştir. Bu kapsamda Hipotez 2a'nın desteklendiğini ifade etmek mümkündür.

Hipotez 2b ise yalın liderlik davranışları ve aileden işe olan iş-aile çatışması ilişkisinde algılanan örgütsel desteğin aracı değişken olarak (mediating) olarak ( $\beta = 0,075$ ;  $p < 0,01$ ) anlamlı etkide bulunmadığını vurgulamaktadır. Bu nedenle Hipotez 2b'nin desteklenmediği görülmüştür.

## 5. SONUÇ VE TARTIŞMA

Yalın üretim sistemleri günümüzde birçok kurumda etkin bir şekilde kullanılmaya başlanmıştır. Sağlık kurumları da yalın yönetim uygulamalarına yönelmiş israftan uzaklaşıp etkinliği ve verimliliği artırmak için

çalışmalarına devam etmektedir. Kurumların daha çok yalın yönetim uygulamalarına yönelmeleri beraberinde bazı olumsuzluklar ve başarısızlıklar da getirmiştir. Yapılan araştırmalar göstermiştir ki geleneksel yönetim anlayışı ile yalın yönetim uygulamalarını etkin bir şekilde hayata geçirmek mümkün olmamaktadır. Bu durum beraberinde yeni bir liderlik anlayışını da hayatımıza dahil etmiştir. Yalın liderliğin sürdürülebilir sürekli iyileşme süreci için önemi de her geçen gün yapılan çalışmalarla ortaya konmaktadır (Dombrowski ve Mielke, 2013: 570).

Çalışmamızda, yalın liderliğin iş-aile çatışması ile negatif, algılanan örgütsel destek ile anlamlı düzeyde pozitif korelasyona sahip olduğu görülmüştür. Bulgulara göre yalın liderliğin iş-aile çatışmasını negatif olarak etkilediği, aile-iş çatışmasını ise anlamlı düzeyde etkilemediği bulunmuştur. Literatürde yalın liderlikle iş-aile çatışması arasındaki ilişkiyi belirlemeye yönelik araştırmaya rastlanmamıştır. Ancak diğer liderlik çeşitleri ile ilgili benzer çalışmalar mevcuttur. Çalışmanın sonuçları diğer çalışmalarla uyumludur (Hunsaker, 2021: 143; Hammond vd, 2015: 454; Yang vd., 2019: 1417; Tang vd., 2016: 285). Yalın liderliğin aileden işe iş-aile çatışması üzerindeki etkisi ise anlamlı olarak bulunmamıştır. Literatürde benzer bir çalışmaya rastlanmamakla birlikte diğer liderlik türleri ile iş-aile çatışması ve algılanan örgütsel destekle ilgili benzer çalışmalar mevcuttur (Yıldırım ve Naktiyok, 2017: 292; Çelik ve Turunç, 2010: 32; Demircan ve Turunç, 2017: 67).

Çalışma kapsamında algılanan örgütsel desteğin yalın liderlik ve işten aileye iş-aile çatışması ile aracılık etme durumunu analiz etmek için yapılan hiyerarşik regresyon analizinde algılanan örgütsel destek modele eklendiğinde; yalın liderliğin işten aileye iş-aile çatışması üzerindeki etkisi azalmıştır. Bu sonuçlar algılanan örgütsel desteğin yalın liderlik ve işten aileye iş-aile çatışması ilişkisinde kısmi aracı rolde olduğu sonucunu ifade etmektedir. Yani, bu modelde nedensellik ilişki sürecinde yalın liderlik kısmi olarak işten-aileye olan çatışmayı anlamlı düzeyde etkiliyor olsa da örgütsel destek algısı aracı olduğunda bu etkide anlamlı bir şekilde yalın liderlik ve işten aileye olan çatışmada örgütsel destek aracı olmakta ve yalın liderliğin direk olan etkisini neden sonuç ilişkisi ile işten aileye olan çatışmayı daha da azaltarak etkilemektedir. Literatüre baktığımızda yalın liderlik ile iş-aile çatışması arasındaki ilişkisinde örgütsel desteğin aracı rolüne yönelik herhangi bir çalışmaya rastlanmamıştır. Bu bulgu ile mevcut çalışmanın literatüre anlamlı bir katkı sağlayacağı değerlendirilmektedir.

Yalın yönetim anlayışının giderek yaygınlaşmasıyla önem kazanan yalın liderlik yönetim tarzının önemi her geçen gün daha anlaşılmaktadır. Özellikle sağlık alanında yapılmış çok fazla çalışma olmayışı bu çalışmanın önemini artırmaktadır. Aynı zamanda mevcut çalışma modeli ve uygulamalı sonuçları uygulayıcı sağlık personeline yönelik olarak da yol gösterici olacaktır. Sağlık kurumlarının işleyişini diğer işletmelerden ayıran en büyük özelliklerden birisinin insan hayatı üzerinde kalıcı etkilerinin olması ve bu nedenle işgörenlerin sağlık hizmeti verirken verimliliğin en üst düzeyde olması beklenmektedir. Çıktısının direk insana dokunduğu bir ortamda sağlık sektöründe bu yönüyle yöneticilerin, yalın liderlik uygulamaları ve bu davranışların örgütsel destek algısı ile bütünleştirildiğinde önemli oranda işten aileye olan çatışmaları azaltacağını yönetim modellerine dahil etmeleri önerilmektedir. Bu yönüyle de sonuçta görünmeyen birçok alanda sinerjik pozitif iş çıktılarının sağlanacağı düşünülmektedir.

İlave olarak bu çalışma modeli ile yalın liderlik yönetim tarzının çalışma hayatı için çok önemli bir konu olan iş-aile çatışmasına etkisi ve yalın liderliğin iş-aile çatışmasına etkisinde algılanan örgütsel desteğin aracı rolünün etkisinin daha önce hiçbir çalışmaya dahil edilmeyişi literatüre önemli bir katkı sağlamaktadır. Ancak, mevcut çalışmanın da birtakım sınırlılıkları mevcuttur. Çalışmamız bir kamu hastanesinde çalışan sağlık çalışanlarına yapılmıştır ve sonuçları genellemek mümkün değildir. Ayrıca çalışma verileri tek zamanlı olarak toplanmıştır. Çeşitli etkilerin süreçte olabileceği düşünüldüğünde özellikle de Ortak yöntem Hatasının azaltılabilmesi adına verilerin Covid 19 pandemi sürecindeki sağlık çalışanlarının yoğunluğu nedeniyle değişik zamanlarda toplanamaması da bir kısıt oluşturmaktadır.

Sonuç olarak, bu çalışmada yalın liderliğin iş-aile çatışmasına etkisinde algılanan örgütsel desteğin aracı rolü araştırılmıştır. Elde edilen bulgular doğrultusunda gelecek çalışmalarda yalın liderliğin mevcut modele ilave olarak diğer örgütsel davranış değişkenleri ile ilişkilerini araştırmalarının literatüre önemli kazanımlar sağlayacağı değerlendirilmektedir.

## KAYNAKÇA

- Aij, K. H. ve Teunissen, M. (2017). "Lean Leadership Attributes: A Systematic Review of The Literature". *Journal of Health Organization and Management*, 31(7/8), 713-729.
- Aij, K. H., Visse, M. ve Widdershoven, G. A. M. (2015). "Lean Leadership: An Ethnographic Study". *Leadership in Health Services*, 28(2), 119-134.
- Almeida, A. G., Tortorella, G. L. ve Van Dun, D. H. (2018, June 24-26). Lean Leadership Behaviours in Healthcare Organisations: A Systematic Literature Review. Paper presented at the 25th International Annual EurOMA Conference, Budapest, Hungary, 128-146.
- Al-Najem, M., Dhakal, H. N. ve Bennett, N. (2012). "The Role of Culture and Leadership in Lean Transformation: A Review and Assessment Model". *International Journal of Lean Thinking*, 3(1), 119-138.
- Aycan, Z. ve Eskin, M. (2005). "Relative Contributions of Childcare, Spousal Support, and Organizational Support in Reducing Work-Family Conflict for Men and Women: The Case of Turkey". *Sex Roles*, 53, 453-471.
- Biçer, İ., Çapar, H., Çilhoroz, Y. ve Çakmak, C. (2020). "Yalın Liderlik Ölçeğinin Türkçe Uyarlaması: Geçerlik ve Güvenilirlik Çalışması". *SHYD*, 7(3), 352-362.
- Çelik, M. ve Turunç, Ö. (2010). "Lider Desteğinin Çalışanların İş-Aile Yaşam Çatışması ve İş Performansına Etkisi: Savunma Sektöründe Bir Araştırma". *Çukurova Üniversitesi İİBF Dergisi*, 14(1), 19-41.
- Çınar, N.F., Türkoğlu, Ç. ve Tütünsatar, A. (2017). "Kamu-Özel Ortaklığı/İşbirliği Modeli ve Sağlık Hizmetlerinin Sunumunda Hizmet Memnuniyetinin Ölçülmesi: Entegre Sağlık Kampüsleri (Şehir Hastaneleri) İçin Bir Araştırma". *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 4(29), 215-232.
- Çilhoroz, Y. ve Çakmak, C. (2020). "Yalın Yönetim Bakış Açısıyla Yalın Liderlik". *Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(4), 1331-1339.
- Dalgın, T. (2015). *Yöneticilerin Liderlik Davranışlarının Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Üzerindeki Etkisi ve Örgütsel Adalet Algısının Düzenleyici Rolü: Muğla Konaklama Sektörü Örneği*, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, Muğla.
- Demircan, P. ve Turunç, Ö. (2017). "İş-Aile Çatışması-Duygusal Emek İlişkisinde Lider Desteğinin Rolü: Eğitim Üzerine Bir Araştırma". *İGÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, 4(1), 41-76.
- Dickson, E. W., Anguelov, Z., Vetterick, D., Eller, A. ve Singh, S. (2009). "Use of lean in The Emergency Department: A Case Series of 4 Hospitals". *Annals of Emergency Medicine*, 54(4), 504-510.
- Dombrowski, U. ve Mielke, T. (2013). "Lean Leadership-Fundamental Principles and Their Application". *Procedia CIRP*, 7, 569-574.
- Dombrowski, U. ve Mielke, T. (2014). "Lean Leadership – 15 Rules for A Sustainable Lean Implementation", *Procedia CIRP*, 17, 565-570.
- Efeoğlu, E.İ. (2006). *İş-Aile Yaşam Çatışmasının İş Stresi, İş Doyumu ve Örgütsel Bağlılık Üzerindeki Etkileri: İlaç Sektöründe Bir Araştırma*. Çukurova Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Adana.
- Eisenberger, R., Cummings, J., Armeli, S., ve Lynch, P. (1997). "Perceived Organizational Support, Discretionary Treatment, and Job Satisfaction". *Journal of Applied Psychology*, 82(5), 812-820.
- Gerger, A. ve Firuzan, A. R. (2010). Yalın Altı Sigma Projelerinin Başarısız Olma Nedenleri. *Journal of Yasar University*, 20(5), 3383-3393.
- Giray, M. D. ve Ergin, C. (2006). Çift-Kariyerli Ailelerde Bireylerin Yaşadıkları İş-Aile ve Aile-İş Çatışmalarının Kendini Kurgulama Davranışı ve Yaşam Olayları ile İlişkisi, *Türk Psikoloji Dergisi*, 21, 83-101.
- Grabam, M. (2018). *Yalın Hastane: Kalite, Hasta Güvenliği ve Çalışan Memnuniyetini Artırmak*, (Çev: P. Şengözer), Optimist Yayınları, İstanbul.
- Greenhaus, J. H. ve Beutell, N. J. (1985). "Sources of Conflict Between Work and Family Roles". *Academy of Management Review*, 10(1), 76-88.
- Guttek, B., Searle, S. ve Klepa, L. (1991). "Rational Versus Gender Role Explanations for Work-Family Conflict", *Journal of Applied Psychology*, 76, 560-568.

- Gürbüz, S., Turunc, O. ve Celik, M. (2012). "The Impact of Perceived Organizational Support on Work–Family Conflict: Does Role Overload Have A Mediating Role?". *Economic and Industrial Democracy*, 34(1), 145–160.
- Hammond, M., Cleveland, J.N., O’Neill, J.W., Stawski, R.S. ve Jones Tate, A. (2015). "Mediators of Transformational Leadership and The Work-Family Relationship", *Journal of Managerial Psychology*, 30(4), 454-469.
- Hao, J., Wang, J., Liu, L., Wu, W. ve Wu, H. (2016). "Perceived Organizational Support Impacts on the Associations of Work-Family Conflict or Family-Work Conflict with Depressive Symptoms Among Chinese Doctors", *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 13(3), 1-13.
- Hunsaker, W. D. (2021). "Spiritual Leadership and Work–Family Conflict: Mediating Effects of Employee Well-Being", *Personnel Review*, 50(1), 143-158.
- Kadarova, J. ve Demeckoa, M. (2016). "New Approaches in Lean Management", *Procedia Economics and Finance*, 39, 11-16.
- Kılınc, E. (2019). *Stratejik ve Dönüşümcü Liderlik ile İşgören Performansı İlişkisi: Sağlık Sektöründe Bir Araştırma, İnönü Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, Malatya.*
- Koçel, T. (2020). *İşletme Yöneticiliği*, 18 Baskı, Beta, İstanbul.
- Nanjundeswaraswamy, T. S. ve Swamy, D. R. (2014). "Leadership Styles". *Advances in Management*, 7(2), 57-62.
- Söyük, S. (2007). *Örgütsel Adaletin İş Tatmini Üzerine Etkisi ve İstanbul İlindeki Özel Hastanelerde Çalışan Hemşirelere Yönelik Bir Çalışma*. İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, İstanbul.
- Şentürk, K.F., Kütükcü, A., Sancaktutar, M.F., Bağcı, S., Sezer, A. ve Akbulut, T.(2016). "Etik Liderlik Algısının İş-Aile Çatışması ve Aile-İş Çatışması Üzerindeki Etkisi", *Bartın Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, 7(14), 55-576.
- Tang, G., Kwan, H. K., Zhang, D. ve Zhu, Z. (2016). "Work–Family Effects of Servant Leadership: The Roles of Emotional Exhaustion and Personal Learning". *Journal of Business Ethics*, 137, 285–297.
- Yang, J., Gu, J. ve Liu, H. (2019). "Servant Leadership and Employee Creativity: The Roles of Psychological Empowerment and Work–Family Conflict". *Curr Psychol*, 38, 1417–1427.
- Yildirim, F. ve Naktiyok, S. (2017). "The Mediating Role of Organizational Support in The Effect of Transformational Leadership on Employee Empowerment", *Polish Journal of Management Studies*, 16(1), 292-303.
- Yildirim, M. ve Acar, A. (2018). "Influence of the Work-Family Conflict on Organizational Cynicism and Intermediary Role of the Life Satisfaction", *Journal of Yasar University*, 13(51), 267-280.
- Wu, G., Wu, Y., Li, H. ve Dan, C. (2018). "Job Burnout, Work-Family Conflict and Project Performance for Construction Professionals: The Moderating Role of Organizational Support", *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 15(12), 1-20.
- Zheng, J. ve Wu, G. (2018). "Work-Family Conflict, Perceived Organizational Support and Professional Commitment: A Mediation Mechanism for Chinese Project Professionals", *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 15(1), 1-23.

#### **Beyan ve Açıklamalar (Disclosure Statements)**

1. Bu çalışmanın yazarları, araştırma ve yayın etiği ilkelerine uyduklarını kabul etmektedirler (The authors of this article confirm that their work complies with the principles of research and publication ethics).
2. Yazarlar tarafından herhangi bir çıkar çatışması beyan edilmemiştir (No potential conflict of interest was reported by the authors).
3. Bu çalışma, intihal tarama programı kullanılarak intihal taramasından geçirilmiştir (This article was screened for potential plagiarism using a plagiarism screening program).





Article Info/Makale Bilgisi

✓Received/Geliş:22.06.2021 ✓Accepted/Kabul:03.09.2021

DOI: 10.30794/pausbed.956018

Araştırma Makalesi/ Research Article

Akyol, M. ve Mete, E. (2022). "Çevresel İnovasyon, Ekonomik Büyüme ve Doğrudan Yabancı Yatırımların Yenilenebilir Enerji Tüketimi Üzerine Etkisi", *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı 48, Denizli, ss.393-406.

## ÇEVRESEL İNOVASYON, EKONOMİK BÜYÜME VE DOĞRUDAN YABANCI YATIRIMLARIN YENİLENEBİLİR ENERJİ TÜKETİMİ ÜZERİNE ETKİSİ

Mehmet AKYOL\*, Emrullah METE\*\*

### Öz

Enerji sanayi devriminden bu yana ülkelerin ekonomik büyümeyi sağlayabilmeleri adına en önemli girdilerden birisi olmuştur. Ancak enerjinin tükenbilir olması ve çevreye zarar veren kaynaklardan üretilmesi yenilenebilir enerji kaynaklarını ve bu kaynakların tüketimini ön plana çıkarmıştır. Bu çalışmanın amacı çevresel inovasyon, ekonomik büyüme ve doğrudan yabancı yatırımların yenilenebilir enerji tüketimi üzerinde etkilerini araştırmaktır. Yükselen piyasa ekonomilerinden 10 ülkenin 2000-2018 dönemine ait verilerinin kullanıldığı çalışmada Gengenbach Urbain ve Westerlund (2008) panel eşbütünleşme analizi ve Emirmahmutoğlu ve Köse (2011) panel nedensellik analizinden yararlanılmıştır. Eşbütünleşme analizi sonuçlarına göre çevresel inovasyon ve ekonomik büyüme yenilenebilir enerji tüketimini negatif yönlü, doğrudan yabancı yatırımlar ise pozitif yönlü etkilemektedir. Nedensellik analizi sonuçlarına göre yenilenebilir enerji tüketiminin ekonomik büyümenin nedeni olduğu, doğrudan yabancı yatırımların yenilenebilir enerji tüketiminin nedeni olduğu ve çevresel inovasyonun yenilenebilir enerji tüketiminin nedeni olduğu tespit edilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Çevresel inovasyon, Ekonomik büyüme, Yenilenebilir enerji tüketimi, Doğrudan yabancı yatırımlar, Panel nedensellik.

## THE EFFECT OF ENVIRONMENTAL INNOVATION, ECONOMIC GROWTH AND FOREIGN DIRECT INVESTMENTS ON RENEWABLE ENERGY CONSUMPTION

### Abstract

Energy has been the most important input for countries to ensure economic growth since the industrial revolution. However, the fact that the energy is exhaustible and produced from sources that harm the environment has brought renewable energy sources and consumption to the fore. The aim of this study is to investigate the effects of environmental innovation, economic growth and foreign direct investments on renewable energy consumption. Gengenbach Urbain and Westerlund (2008) panel cointegration analysis and Emirmahmutoğlu and Köse (2011) panel causality analysis were used in the study, in which data from 10 emerging market economies for the period 2000-2018 were used. According to the results of the cointegration analysis, environmental innovation and economic growth affect renewable energy consumption negatively, while foreign direct investments affect renewable energy positively. According to the results of causality analysis, it has been determined that renewable energy consumption is the cause of economic growth, foreign direct investments are the cause of renewable energy consumption, and environmental innovation is the cause of renewable energy consumption.

**Keywords:** Environmental innovation, Economic growth, Renewable energy consumption, Foreign direct investments, Panel causality.

\*Dr. Öğr. Üyesi, Gümüşhane Üniversitesi İİBF İktisat Bölümü, GÜMÜŞHANE.  
e-posta: mehmet\_akyol81@hotmail.com (<https://orcid.org/0000-0002-1173-200X>)

\*\* Dr. Öğr. Üyesi, Giresun Üniversitesi Görele Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu Lojistik Yönetimi Bölümü, GİRESUN.  
e-posta: mtemrullah@gmail.com (<https://orcid.org/0000-0003-2240-9248>)



## 1. GİRİŞ

Sanayi devrimiyle birlikte üretim faaliyetlerinin serileşmesi doğal kaynakların hızlı tüketimini ve nüfus patlamasını da beraberinde getirmiştir. Nüfustaki artış, ihtiyaçların karşılanması için ekonomik faaliyetlerin artırılmasına neden olmakta, bu durum ise üretim sürecinde kritik bir faktör olan enerji talebini ve tüketimini artırmaktadır. Ekonomik büyüme ve kalkınmanın temel girdilerinden biri ve itici gücü olarak kabul gören enerji, temin edilmesi ve tüketimi açısından özellikle sanayi devriminden sonra günümüze kadar çoğu ülke için sorun teşkil etmektedir.

Ekonomik faaliyetlerdeki bu önemli rolü nedeniyle çoğu ülke enerji üretimi ve dolayısıyla tüketimi için kömür ve petrol gibi fosil yakıt kullanımına yönelmiştir. Ancak bu enerji türü yenilenemez olması, hızlı tükenebilir olması ve özellikle çevre dostu olmaması nedeniyle sürdürülebilir değildir. Dünya nüfustaki artışın ve dolayısıyla enerji talebinin tükenebilir kaynaklardan üretilen enerjiden yani enerji arzından daha fazla olması hem enerji fiyatlarının yükselmesine hem de çevre tahribatına neden olarak sürdürülebilir kalkınmayı tehdit etmektedir. Üstelik Fosil yakıt kaynaklı enerji talebi ve kullanımındaki artış sera gazı emisyonlarının sürekli olarak atmosfere salınması nedeniyle küresel ısınma ve iklim değişikliklerinin artmasına neden olmaktadır. Bu durum enerjinin sürdürülebilirliği ve güvenliğini küresel çapta tehdit etmektedir (Akintande vd., 2020, s.1).

Yenilenemeyen enerjinin sürekli kullanımı ve doğal kaynakların tükenmesi, uluslararası örgütler ve ülke gruplarının küresel ısınma konusundaki farkındalığını artırarak birçok ülkenin odağını yenilenebilir enerjiye kaydırmıştır. Yenilenebilir enerji kaynaklarının fosil yakıtlara ve yenilenemeyen kaynaklara kıyasla atmosfer ve çevre kalitesi üzerindeki olumsuz etkilerinin çok daha az olması nedeniyle günümüzde yenilenebilir enerji kaynakları son derece önemli hale gelmiştir. Ayrıca küresel boyuttaki sağlık sorunları, ekonomik kayıplar, iklim değişikliği ve sürdürülebilirlik sorunları yenilenebilir enerji kullanımını özendirilmeye katkıda bulunan faktörlerdir (Wang ve Wang, 2020, s.1). Karbon emisyonunu etkileyen faktörlere odaklanan literatür, genellikle ekonomik büyüme ile karbon emisyonu arasında ters U şeklinde bir ilişki önermekle birlikte, söz konusu ilişki Grossman ve Krueger (1991) tarafından geliştirilen Çevresel Kuznets Eğrisi (ÇKE) hipotezi kapsamında test edilmektedir. ÇKE hipotezi üzerine yapılan ilgili çalışmalarda, belirli bir gelir seviyesine yani çevre kirliliğini azaltmaya yönelik ar-ge harcamalarına bütçe ayırabilecek seviyeye kadar ekonomik büyümenin çevre üzerinde baskı oluşturduğu, belirli gelir seviyesinden sonra ise teknolojinin çevre kalitesi üzerindeki olumlu etkisini gösterdiği sıklıkla desteklenmektedir.

Diğer taraftan yenilenemeyen enerjiden yenilenebilir enerjiye geçiş alt yapı yatırımları ve ar-ge harcamaları için gerekli bütçeler açısından maliyet gerektirmektedir. Dolayısıyla bu geçiş süreci için ilgili riskleri desteklemek, finanse etmek ve yönetmek için istikrarlı bir finansal sistemin varlığına ihtiyaç duyulmakla birlikte, uluslararası sermaye hareketliliğinin önünü açmak için ise sağlam bir mali piyasa yapısı gereklidir. Nitekim birçok ülke, finansal yetersizlik ve piyasa düzenlemeleri konusundaki eksiklikleri nedeniyle yenilenemez enerjiden yenilenebilir enerjiye geçiş yapamamıştır (Khan vd., 2021, s.480).

Geleneksel enerji tüketimi ile ekonomik büyüme arasındaki ilişki ekonomi literatürünün önemli konularından biri olduğu gibi yenilenebilir enerji tüketimi de dinamikleri ve belirleyicileri açısından söz konusu literatürün ilgi çekici konularından biri olmuştur. Literatürde yenilenebilir enerji tüketiminin ekonomik büyümeyi teşvik etmesi ya da yenilenebilir enerji tüketiminin ekonomik büyümeyi engellemesi şeklinde bir çelişki söz konusudur (Bhattacharya vd., 2017: 159). Literatürdeki bu çelişki çalışmanın amacını yani literatüre yapacağı katkısı oluşturmaktadır. Bir diğer ifadeyle çalışmanın amacı ekonomik faaliyetlerin yenilenebilir enerji tüketimi ile nasıl ilişkili olduğuna dair yeni ampirik kanıtlar sağlayarak çevre ve enerji literatürüne katkıda bulunmaktadır. Ekonomik büyüme yanında yenilenebilir enerji tüketimi üzerinde çevresel inovasyonların da etkisi değerlendirilmiştir. Ekonomik büyümenin sürdürülebilirliği açısından inovasyon, yeni fikirlerin geliştirilmesini, yeni üretim teknolojilerini, yeni patentlerin ve teknolojilerin geliştirilmesini ve uygulanmasını içermektedir. Ekonomik büyümenin çevre üzerindeki etkisi açısından ise inovasyon, düşük karbonlu üretim sistemlerini kapsamaktadır ve çevresel inovasyon olarak adlandırılmaktadır. Bu çerçevede çevresel inovasyonlar günümüzde çevre sorunları ve sürdürülebilir büyüme için anahtar bir çözüm olarak algılanmaktadır (Cheng, 2021, s.2). Sürdürülebilirlik hedeflerine ulaşmak, enerji verimliliğini artırmak, kaynak kullanımının olumsuz sonuçlarını azaltmak, diğer çevresel riskler ve kirliliği azaltmak için etkili bir araç olarak çevresel inovasyonun önemi konusunda dikkate değer bir fikir birliği vardır (Mongo vd, 2021, s.1).

Bu çalışmada çevresel inovasyonlar, gayri safi yurtiçi hasıla ve doğrudan yabancı yatırımların yenilenebilir enerji tüketimi üzerindeki etkisi analiz edilmiştir. Çalışmanın zaman kısıtını 2000-2018 yılları arası dönem oluşturmaktadır. Çalışmanın ülke grubunu yükselen piyasa ekonomileri olarak adlandırılan ve verisine ulaşılabilen

Şili, Macaristan, Meksika, Polonya, Türkiye, Brezilya, Çin, Hindistan, G. Afrika ve Tayland'dan oluşan 10 ülke oluşturmaktadır. Bu ülke grubu diğer gelişmekte olan ülkelere nazaran ekonomik büyüme açısından yüksek performans gösteren ülkelere oluşturmaktadır. Bu ülkelerdeki yüksek performanslı ekonomik büyümenin yenilenebilir enerji tüketimini etkileme düzeyi çalışmanın amaçlarından birini oluşturmaktadır. Bu çerçevede çalışmanın giriş kısmından sonraki ikinci bölümünde literatür taraması, ikinci ve üçüncü bölümlerinde sırasıyla veri-yöntem ve analiz sonuçları, dördüncü ve son bölümünde ise genel değerlendirme ve sonuç kısmı yer almaktadır.

## **2. LİTERATÜR TARAMASI**

Ekonomik büyümenin önemi ve çevre kirliliğinin olumsuz etkilerinin bertaraf edilmesi noktasında kilit faktörlerden biri olan yenilenebilir enerji tüketimi gerek ekonomi literatürünün gerekse politika yapımcıların gündemini oldukça meşgul etmektedir.

Türkmen (2021) yenilenebilir enerjinin belirleyicilerini gelişmekte olan 13 ülke bazında değerlendirmiştir. 1990-2014 dönemi verilerinin kullanıldığı çalışmada panel eş bütünleşme analizinden yararlanılmıştır. Analiz sonuçlarına göre yükselen piyasa ekonomilerinde olan Arjantin, Brezilya, Çin, Türkiye, Şili ve Filipinler'de ekonomik büyümedeki artışın yenilenebilir enerji üretimini azalttığı tespit edilmiştir.

Wang vd. (2021) finansal gelişme ve ekonomik büyüme ile yenilenebilir enerji tüketimi arasındaki ilişkiyi araştırmıştır. Çin'in bölgesel bazda değerlendirildiği çalışmada 1997-2017 dönemine ait veriler kullanılarak panel ARDL yaklaşımından yararlanılmıştır. Analiz sonuçlarına göre ekonomik büyüme uzun dönemde yenilenebilir enerji tüketimini pozitif, kısa dönemde ise negatif etkilerken; finansal gelişme ise uzun dönemde negatif, kısa dönemde pozitif etkilemektedir.

Khan vd. (2021) teknolojik inovasyon, finansal gelişme, ekonomik büyüme ve doğrudan yabancı yatırımların yenilenebilir enerji tüketimi üzerindeki etkilerini araştırmıştır. Kuşak üzerindeki (Belt-Road) 69 ülkenin 2000-2014 dönemindeki verilerinin kullanıldığı çalışmada Genelleştirilmiş Momentler Metodu (GMM) dirençli tahminci yönteminden yararlanılmıştır. Analiz sonuçlarına göre teknolojik inovasyon, ekonomik büyüme ve doğrudan yabancı yatırımlar yenilenebilir enerji üzerinde istatistiksel olarak anlamlı ve negatif bir etkiye sahiptir. Buna karşılık, finansal gelişmenin ise yenilenebilir enerji tüketimini istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönlü etkilediği tespit edilmiştir.

Assi vd. (2021) yenilenebilir enerji tüketimi, finansal gelişme, çevresel kirlilik ve inovasyonlar arasındaki ilişkiyi incelemişlerdir. ASEAN ülkelerinin 1998-2018 dönemi verilerinin kullanıldığı çalışmada panel ARDL yaklaşımı ve nedensellik analizinden yararlanılmıştır. Analiz sonuçlarına göre finansal gelişmenin yenilenebilir enerji tüketimi üzerindeki etkisinin istatistiksel olarak anlamsız olduğu, çevre kirliliği ve ekonomik özgürlük ile yenilenebilir enerji tüketimi arasında istatistiksel olarak anlamlı ve negatif bir ilişki olduğu, son olarak inovasyon ve ekonomik büyüme ile yenilenebilir enerji tüketimi arasında istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif ilişki olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca, çevre kirliliği, ekonomik özgürlük, inovasyon ve ekonomik büyümeden yenilenebilir enerji tüketimine doğru tek yönlü nedensellik söz konusudur.

Erdinç ve Aydınbaş (2020) yenilenebilir enerji tüketiminin belirleyicilerini enerji sektöründe öne çıkan 16 ülke için araştırmışlardır. 2000-2018 dönemi verilerinin kullanıldığı çalışmada GMM ve panel regresyon analizinden yararlanılmıştır. GMM ve sabit etkiler modeli sonuçları ekonomik büyüme ile yenilenebilir enerji tüketimi arasında istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif bir ilişki olduğunu göstermektedir. Doğrudan yabancı yatırımlar ile yenilenebilir enerji tüketimi arasında ise istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki tespit edilmemiştir.

Li vd. (2020) ekonomik büyüme, beşerî sermaye, enerji verimliliği, enerji fiyatları ve çevresel inovasyonun yenilenebilir enerji tüketimi üzerindeki etkisini araştırmıştır. OECD ülkelerine ait 1990-2017 dönemi verilerinin kullanıldığı çalışmada panel eş bütünleşme ve yatay kesit CS-ARDL yaklaşımından yararlanılmıştır. Analiz sonuçları ekonomik büyüme, beşerî sermaye, enerji verimliliği, enerji fiyatları ve çevresel inovasyonun yenilenebilir enerji tüketimi üzerinde istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif etkiye sahip olduğunu göstermektedir.

Wang ve Wang (2020) yenilenebilir enerji tüketimi ile ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi OECD üyesi 34 ülke için araştırmışlardır. 2005-2016 dönemine ait verilerin kullanıldığı çalışmada panel eşik regresyon modelinden yararlanılmıştır. Analiz sonuçları yenilenebilir enerji tüketiminin ekonomik büyüme üzerindeki etkisinin pozitif olduğunu ve artan yenilenebilir enerji tüketiminin ekonomik büyümeye katkı sağladığını göstermektedir.

Khan vd. (2020) çevresel inovasyon ve beşerî sermayenin yenilenebilir ve yenilenemez enerji tüketimi üzerindeki etkisini araştırmıştır. G7 ülkelerine ait 1995-2017 dönemi verilerinin kullanıldığı çalışmada panel eş

bütünleşme analizinden yararlanılmıştır. Analiz sonuçları beşerî sermaye, çevresel inovasyon, enerji fiyatı ve ar-ge harcamaları ile yenilenebilir enerji tüketimi arasında pozitif, finansal gelişme ile ise negatif bir ilişki olduğunu göstermektedir. Ayrıca çalışma sonuçlarına göre beşerî sermaye, çevresel inovasyon, enerji fiyatı ve ar-ge harcamaları ile yenilenemez enerji tüketimi arasında negatif, finansal gelişme ile yenilenemez enerji tüketimi arasında pozitif bir ilişki söz konusudur.

Akintande vd. (2020) yenilenebilir enerji tüketiminin belirleyicilerini en kalabalık beş Afrika ülkesi için araştırmıştır. 1996-2016 dönemi verilerinin kullanıldığı çalışmada Bayesci model ortalaması yönteminden yararlanılmıştır. Analiz sonuçları, seçilen ülkelerde yenilenebilir enerji tüketiminin temel belirleyicilerinin nüfus artışı, kentsel nüfus, enerji kullanımı, elektrik enerjisi tüketimi, beşerî sermaye olduğunu göstermektedir. Ayrıca bu belirleyicilerden herhangi birinin artması yenilenebilir enerji tüketiminde artışa neden olmaktadır.

Gültekin ve Uğur (2019) yenilenebilir enerji tüketiminin belirleyicilerini rüzgâr enerjisi tüketimi kapsamında incelemişlerdir. OECD ülkelerinin 2000-2015 dönemi verilerinin kullanıldığı çalışmada panel eş bütünleşme ve nedensellik analizlerinden yararlanılmıştır. Eş bütünleşme analizi uzun dönem tahmin sonuçları ekonomik büyümenin rüzgâr enerjisi kullanımını azalttığını göstermektedir. Nedensellik analizi sonuçları ise Avusturya, Türkiye, Hollanda ve Birleşik Krallık ülkeleri için ekonomik büyümeden rüzgâr enerjisine doğru nedenselliğin olduğunu ifade etmektedir.

Koç ve Saidmurodov (2018) ekonomik büyüme ve doğrudan yabancı yatırımların yenilenebilir enerji kapsamında elektrik enerjisi tüketimi ile ilişkisini araştırmışlardır. Orta Asya ülkelerine ait 1992-2014 verilerinin kullanıldığı çalışmada panel nedensellik analizinden yararlanılmıştır. Analiz sonuçları doğrudan yabancı yatırımların yenilenebilir enerji tüketiminin nedeni olduğunu ifade etmektedir.

Bakırtaş ve Çetin (2016) ekonomik büyümedeki değişimin yenilenebilir enerji tüketimi üzerindeki etkisini araştırmıştır. G20 ülkelerine ait 1992-2010 dönemi verilerinin kullanıldığı çalışmada panel eş bütünleşme analizinden yararlanılmıştır. Analiz sonuçlarına göre ekonomik büyümedeki artışın yenilenebilir enerji tüketimini artırdığı tespit edilmiştir.

Cadoret ve Padovano (2016) yenilenebilir enerji tüketimi ile ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi incelemişlerdir. Avrupa Birliği üyesi 26 ülkenin 2004-2011 dönemi verilerinin kullanıldığı çalışmada panel regresyon analizinden yararlanılmıştır. Analiz sonuçlarına göre ekonomik büyümenin yenilenebilir enerji üzerindeki etkisinin istatistiksel olarak anlamlı ve negatif olduğu tespit edilmiştir.

Tuğcu vd. (2012) yenilenebilir enerji tüketimi ile ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi incelemiştir. G7 ülkelerine ait 1980-2009 dönemi verilerinin kullanıldığı çalışmada panel nedensellik analizinden yararlanılmıştır. Analiz sonuçları sadece Japonya, Almanya ve İngiltere için nedensellik ilişkisi olduğunu göstermektedir.

Marques ve Fuinhas (2011) yenilenebilir enerji tüketimini etkileyen faktörleri araştırmışlardır. 24 Avrupa ülkesine ait 1990-2006 dönemi verilerinin kullanıldığı çalışmada panel regresyon analizinden yararlanılmıştır. Analiz sonuçlarına göre ekonomik büyümenin yenilenebilir enerji üzerindeki etkisinin istatistiksel olarak anlamsız olduğu tespit edilmiştir.

Literatürde yer alan çalışmalar doğrultusunda bu çalışmada ülke grubu, dönem, analiz yöntemi ve özellikle çevresel inovasyon değişkenini ön planda tutarak yenilenebilir enerji tüketimindeki gelişmeler araştırılmıştır. Araştırma sonuçlarının ekonomik büyüme ile yenilenebilir enerji tüketimi arasındaki ilişki açısından literatürde oluşan ikiliğe ve çevresel inovasyonun etkisinin değerlendirilmesine katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

### **3. VERİ SETİ ve YÖNTEM**

Bu çalışmada çevresel inovasyonlar, Gayri safi yurtiçi hasıla ve doğrudan yabancı yatırımların yenilenebilir enerji tüketimi üzerindeki etkisi analiz edilmiştir. Verilerin elde edilebilmesi çerçevesinde çalışmanın zaman kısıtını 2000-2018 yılları arası dönem oluşturmaktadır. Çalışmanın ülke grubunu yükselen ekonomiler olarak adlandırılan ve verisine ulaşılabilen Şili, Macaristan, Meksika, Polonya, Türkiye, Brezilya, Çin, Hindistan, G. Afrika ve Tayland'dan oluşan 10 ülke oluşturmaktadır. Analizde kullanılan değişkenlere ilişkin bilgiler Tablo 1'de yer almaktadır.

**Tablo 1: Veri Seti**

Değişken kodu	Değişken adı	Açıklama	Kaynak
LRNW	Yenilenebilir Enerji tüketimi	Toplam nihai tüketim (ktoe)	IEA
INO	Çevresel inovasyon	Çevreyi korumaya yönelik patent sayıları	OECD
FDI	Doğrudan Yabancı Yatırımlar	Net girişler (% GSYH)	WDI
GDP	Kişi başına GSYH	Yıllık % büyüme	WDI

Tablo 1’de yer alan değişkenler çerçevesinde çalışmada aşağıdaki ekonometrik modelden yararlanılmaktadır.

$$LRNW_{it} = \alpha_{it} + \beta_1 INO_{it} + \beta_2 GDP_{it} + \beta_3 FDI_{it} + u_{it} \quad (1)$$

Denklem 1’de  $\alpha$  sabit değeri,  $\beta$  eğim parametresini,  $i$  panelin birim boyutunu,  $t$  panelin zaman boyutunu ve  $u$  ise hata terimini ifade etmektedir. Ayrıca denklemde bağımlı değişkeni yenilenebilir enerji tüketimi (LRNW) oluştururken bağımsız değişkenler sırasıyla çevresel inovasyonlar (INO), kişi başına düşen gayri safi yurt içi hasıla büyüme oranı (GDP) ve doğrudan yabancı yatırımlar (FDI)’dir. Modelde yenilenebilir enerji tüketimi değişkeninin (LRNW) doğal logaritması alınmıştır.

Ekonometrik analizlerde dikkat edilmesi gereken faktörlerden biri serilerin durağan olmasıdır. Durağan olmayan serilerle yapılan ekonometrik analizlerden elde edilen sonuçların güvenilirliği tartışmalıdır. Bu açıdan serilerin durağan olması güvenilir sonuçlar elde edilme olasılığını arttırmaktadır. Analize dahil edilen serilerin durağanlığının tespitinde birim kök testlerinden yararlanılmaktadır. Birim kök testleri ise kendi arasında iki gruba ayrılabilir. Birinci kuşak birim kök testleri olarak adlandırılan birinci gruptaki testler genellikle birimler arası korelasyonu göz ardı etmekte ikinci kuşak birim kök testleri ise birimler arası korelasyonu dikkate almaktadır. Hangi grup birim kök testinin kullanılacağına belirlenmesi aşamasında birimler arası korelasyonun varlığının test edilmesi gerekmektedir. Literatürde çeşitli birimler arası korelasyon testleri yer almaktadır. Örneğin bu testlerden Breusch Pagan (1980) testi zaman boyutu (T)’nin birim boyutu (N)’den büyük olduğu durumlarda kullanılırken Pesaran (2004) tarafından geliştirilen CD testinin ise zaman boyutu (T)’nin birim boyutu (N)’den küçük olduğu durumlarda daha güvenilir sonuçlar verdiği bilinmektedir. Bu çalışmada zaman boyutu birim boyutundan büyük olduğundan, diğer bir ifade ile  $T > N$  durumu söz konusu olduğundan Breusch Pagan LM testinden yararlanılmıştır.

Pagan birimler arası korelasyon testinin temel hipotezi  $H_0 : cov(u_{it}, u_{jt}) = \rho_{ij} = 0$  olmak üzere tüm  $t$  değerleri için  $i \neq j$  eşitsizliği geçerlidir ve test istatistiği;

$$LM = T \sum_{i=1}^{N-1} \sum_{j=i+1}^N \hat{\rho}_{ij}^2 \quad (2)$$

şeklinde ifade edilmektedir. Eşitliğin sağ tarafında yer alan  $\hat{\rho}_{ij}^2$ ;  $i$  ve  $j$  artıkların korelasyon katsayısıdır.

$$\hat{\rho}_{ij} = \hat{\rho}_{ji} = \frac{\sum_{t=1}^T e_{it}e_{jt}}{(\sum_{t=1}^T e_{it}^2)^{1/2} (\sum_{t=1}^T e_{jt}^2)^{1/2}} \quad (3)$$

Denklem 3’te yer alan ve kalıntıları ifade eden  $e_{it} = y_{it} - \hat{\alpha}_i - \hat{\beta}'_i x_{it}$  şeklinde formüle edilmektedir. Diğer yandan  $e_{it}$ , hata terimi olarak adlandırılan  $u_{it}$ ’nin en küçük kareler (EKK) tahminini de temsil etmektedir (Pesaran, 2004). Birim boyutu  $N$  sabit iken  $T \rightarrow \infty$  ise LM testi  $N(N-1)/2$  serbestlik derecesinde asimptotik  $\chi^2$  dağılmaktadır. Ayrıca  $N \rightarrow \infty$  olduğu durumda LM testinin kullanımı uygun değildir (Baltagi vd, 2012:165).

Birimlerarası korelasyon testi sonrasında birim kökün varlığının sınanması gerekmektedir. Bu anlamda Pesaran (2007) tarafından geliştirilen ve yatay kesit bağımlılığının varlığı durumunda serilerin durağanlığının sınanmasında ikinci kuşak birim kök testi olarak adlandırılan yatay kesit genişletilmiş Dickey Fuller (CADF) birim kök testi kullanılmıştır. Birim kök testine konu olan değişkenleri oluşturan birimlere verilen dışsal şoklar sonucunda birimlerin birbirinden etkilenmeleri olasılığı yüksektir. CADF birim kök testi, analizden elde edilen sonuçların güvenilirliğinin artırılması adına paneli oluşturan her bir yatay kesitin veya diğer bir ifade ile birimlerin birim kök testlerinin yapılmasına imkan sağlamaktadır. CADF testi bu haliyle bir yandan birimlere özgü birim kök

testi sonuçlarını verirken aynı zamanda panelin geneli için de birim kök test sonuçlarını sunmaktadır (Şaşmaz ve Yayla, 2018:90). CADF regresyonuna ait denklem aşağıdaki şekilde ifade edilmektedir:

$$y_{it} = (1 - \phi_i)\mu_i + \phi_i y_{i,t-1} + u_{i,t} \quad (4)$$

$i=1,\dots,N, t=1,\dots,T$

Denklem 4'te hata terimini ifade eden  $u_{i,t}$  tek faktör yapısına sahiptir ve  $u_{it} = \gamma_i f_t + \varepsilon_{it}$  şeklinde ifade edilir. Burada  $f_t$  gözlenemeyen ortak faktör ve  $\varepsilon_{it}$  ise birimlere özgü hatadır (Pesaran, 2007: 268). CADF testinde sıfır hipotezi  $H_0: \beta_i = 0$  tüm  $i$ 'ler için geçerlidir. Alternatif hipotez ise  $H_1: \beta_i < 0$  olmak üzere  $i=1,2,\dots,N_i$  ve  $\beta_i = 0$ ,  $i= N_1+2,\dots,N$  olarak ifade edilir. CADF testi sonucunda elde edilen değer CIPS istatistiği olarak adlandırılmakta ve CADF testi ile hesaplanan her bir birime ait t değerlerinin ortalaması alınarak elde edilmektedir. CIPS test istatistiği;

$$CIPS = N^{-1} \sum_{i=1}^N CADF_i \quad (5)$$

şeklinde yazılmakta ve asimptotik açıdan standart dağılıma sahip olmamaktadır. CIPS test istatistiği farklı N ve T değerleri için %1, %5 ve %10 anlamlılık esasına göre hesaplanmış ve Pesaran (2007)'da tablo halinde sunulmuştur. CIPS test istatistiğinin mutlak değer olarak kritik değerlerden büyük olması serilerin durağan olduğu anlamına gelmektedir. Diğer yandan söz konusu istatistik  $N > T$  veya  $T > N$  durumunda da güvenilir sonuçlar vermektedir.

Birim kök testi sonrasında sabit ve eğim parametrelerinin homojenliği test edilmektedir. Literatürde çeşitli homojenlik testi uygulamaları mevcuttur. Bu çalışmada Pesaran ve Yamagata (2008) tarafından geliştirilen ve Delta testi olarak adlandırılan testten yararlanılmıştır. Delta testi kendi içerisinde iki gruba ayrılmaktadır. Bunlardan Delta testi (Delta Tilde) testi örneklem grubunun büyük olduğu durumlarda kullanılırken düzeltilmiş Delta testi ise (Delta Tilde adj) ise küçük örneklem gruplarında daha iyi sonuçlar vermektedir (Kar vd., 2019: 42). Pesaran ve Yamagata (2008) tarafından geliştirilen ve büyük ve küçük örneklem gruplarını simgeleyen test istatistikleri denklem 6 ve 7'de yer almaktadır.

$$\hat{\Delta} = \sqrt{N} \left\{ \frac{N^{-1}S - k}{\sqrt{2k}} \right\} \sim x_k^2 \quad (6)$$

$$\hat{\Delta}_{adj} = \sqrt{N} \left\{ \frac{N^{-1}S - E(\hat{z}_{iT})}{\sqrt{Var(\hat{z}_{iT})}} \right\} \sim N(0,1) \quad (7)$$

Eşitlikte;  $E(\hat{z}_{iT}) = k$  ve  $\sqrt{Var(\hat{z}_{iT})} = 2k(T-k-1)/(T+1)$  söz konusudur. Test istatistiklerini veren yukarıdaki denklemlerde N birim sayısını, S Swamy test istatistiğini,  $E(\hat{z}_{iT})$  sonlu ortalama ve varyanslarla tüm  $i$ 'ler boyunca bağımsız dağıtılmış rassal değişkenleri ifade etmektedir. Delta testlerinin hipotezlerinden boş hipotez  $H_0: \beta_1 = \beta$  eğim katsayılarının homojen olduğunu belirtmekte, alternatif hipotez ise  $H_1: \beta_i \neq \beta$  ise eğim katsayılarının heterojen olduğunu ileri sürmektedir (Pesaran ve Yamagata, 2008: 57).

Homojenlik testi sonrasında seriler arasındaki eşbütünlüşme ilişkisinin varlığı sınanmaktadır. Panel eşbütünlüşme testleri de kendi arasında ikiye ayrılmaktadır. Bu bağlamda eğer birimlerarası korelasyon söz konusu ise birinci kuşak panel eşbütünlüşme testleri, birimler arası korelasyon yok ise ikinci kuşak panel eşbütünlüşme testlerinin kullanılması uygundur. Analizde ikinci kuşak panel eşbütünlüşme testlerinden Gengenbach Urbain ve Westerlund (2008) tarafından geliştirilen panel eşbütünlüşme testinden yararlanılmıştır. Söz konusu test ortak faktör yapısının kullanıldığı hata düzeltme temelli bir testtir. Testte aşağıdaki hata düzeltme modelinden hareket edilmiştir.

$$\Delta y_{i,t} = \alpha_{1i} y_{i,t-1} + \gamma_{1i} X_{i,t-1} + \gamma_{2i} F_{t-1} + B_{11i}(L)\Delta Y_{i,t-1} + B_{12i}(L)\Delta X_{i,t} + B_{13i}(L)\Delta F_t + \varepsilon_{1.2i,t} \quad (8)$$

Gengenbach, Urbain ve Westerlund eşbütünlüşme testinin sıfır hipotezi  $H_0: \alpha_{y_i} = \dots = \alpha_{y_N} = 0$  şeklinde kurulmaktadır. Alternatif hipotez ise ez az bir  $i$  değeri için  $H_1: \alpha_{y_i} < 0$  şeklinde ifade edilmektedir (Gengenbach vd., 2009: 130). Söz konusu eşbütünlüşme testinde ilk olarak her bir birim için en küçük kareler (EKK) tahmini elde edilmekte sonrasında ise  $H_0: \alpha_{y_i} = 0$  hipotezi t testi yardımı ile hesap edilmektedir (Tatoğlu Yerdelen, 2017:206). Eşitlik 6'da  $\alpha_{y_i}$ 'nin EKK tahmincisi;

$$\hat{\alpha}_{yi} = \left[ \sum_{t=2}^T (QsY_{i,t-1})^2 \right]^{-1} \sum_{t=2}^T QsY_{i,t-1} \Delta(QsY_{i,t}) \quad (9)$$

Varyansı ise;

$$var(\hat{\alpha}_{yi}) = \left[ \sum_{t=2}^T (QsY_{i,t-1})^2 \right]^{-1} \quad (10)$$

ifade edilir.  $H_0$  hipotezinin test edilmesi için kullanılan t istatistiği;

$$T_{\hat{\alpha}_{1i}} = \frac{\hat{\alpha}_{1i}}{\sqrt{var(\hat{\alpha}_{1i})}} \quad (11)$$

olarak tanımlanır.  $H_0: \alpha_{y_i} = \dots = \alpha_{y_N} = 0$  şeklinde kurulan sıfır hipotezi eşbütünlük ilişkisinin olmadığını gösterirken alternatif hipotez  $H_1: \alpha_{y_i} < 0$  ise en az bir i için eşbütünlük ilişkisinin varlığını doğrulamaktadır.

Değişkenler arasında panel eşbütünlüğün varlığı durumunda uzun dönemli ilişkinin tespit edilmesi aşamasına geçilmektedir. Bu noktada Pedroni (2001) tarafından geliştirilen ortalama grup dinamik en küçük kareler (DOLSMG) tahmincisinden yararlanılmaktadır. Bu model eşbütünlük modelinde analize dahil edilen birimlerin heterojen olduğunu ifade etmektedir. DOLSMG tahmincisine ilave edilen X'lerin öncül değerleri ve gecikmeleri içselliğin yok edilmesine katkı sağlamaktadır. (Tatoğlu Yerdelen, 2017:223).

$$y_{it} = \mu_i + \beta_i x_{it} + u_{it} \quad (12)$$

i=1,2, ..., N ve t=1, 2, ..., T

Yukarıdaki modelden hareketle öncül değerler ve gecikmeler ilave edilerek dinamik en küçük kareler tahmin edilir. Sonrasında elde edilen sonuçlarla Pesaran ve Smith tarafından geliştirilen MG yaklaşımı tüm panel için birleştirilmektedir. DOLSMG tahmincisi tüm panele yönelik tahmin yöntemi olduğundan her bir i birim için elde edilen DOLS tahmincisinin sonuçlarının ortalaması alınarak hesap edilmektedir (Tatoğlu Yerdelen, 2017:224). DOLSMG tahmincisi aşağıdaki şekilde formüle edilmektedir (Pedroni, 2001:729).

$$\hat{\beta}_{GD} = \left[ N^{-1} \sum_{i=1}^N \left( \sum_{t=1}^T Z_{it} Z'_{it} \right)^{-1} \left( \sum_{t=1}^T Z_{it} \tilde{S}_{it} \right) \right] \quad (13)$$

Eşitlikte  $Z_t$  açıklayıcı değişkenler vektörünü oluşturmaktadır. Son olarak değişkenler arasındaki uzun dönemli ilişkinin tespiti sonrasında nedensellik ilişkisi Emirmahmutoğlu ve Köse (2011) tarafından geliştirilen nedensellik testi ile test edilmiştir. Bahsi geçen nedensellik testi hem panelin geneli için hem de birimler bazında nedensellik ilişkisini sınamaktadır. Yine test, nedensellik ilişkisini Toda ve Yamamoto (1995) yaklaşımı üzerine kurgulamakta, değişkenlerin durağan olup olmaması veya eşbütünlük ilişkisinin durumu hakkında ön teste ihtiyaç duymaması açısından diğer nedensellik testlerinden farklılık sergilemektedir (Kar vd, 2019:44). Emirmahmutoğlu ve Köse nedensellik testi heterojen panellerde uygulanabilen Granger nedensellik testi örneğidir Altınar, 2019:374). Vektör otoregresif süreç (VAR) VAR sisteminde değişkenler durağansa, Wald istatistiği, sıfır hipotezi altındaki kısıtlamaları temsil eden q serbestlik derecesi ile asimptotik bir ki-kare dağılımına sahiptir. Değişkenlerin bütünlük olduğu ve eşbütünlük ilişkisinin olduğu durumda standart asimptotik teori VAR modelindeki hipotezin test edilmesinde uygun olmamaktadır. Bu durumda, değişkenlerin durağan olmadığı, ancak hepsinin birinci dereceden bütünlük ve birbirleriyle eşbütünlük ilişkisi içerisinde olduğu biliniyorsa, standart asimptotik teoremin geçerli olabilmesi için değişkenlerin birinci dereceden farklarına yönelik bir VAR modeli tahmin edilebilir.

Değişkenlerin eşbütünlük olduğu durumda Granger nedensellik, vektör hata düzeltme modeli (VECM) ile test edilebilir. Fakat birçok uygulamada değişkenlerin bütünlük süreçleri, eşbütünlük veya durağan olup olmadığı önceden bilinmemektedir ve bu durumun tespiti için ön testler gereklidir. Toda ve Yamamoto (1995) alternatif bir yaklaşım geliştirmiş ve standart asimptotik ki-kare dağılımı ile Wald testine imkan sağlamıştır. Değiştirilmiş Wald testi (MWALD) olarak adlandırılan ve kullanımı önerilen test, gecikmeli genişletilmiş Var (LA-WAR) testidir ve geleneksel olarak asimptotik ki kare dağılımına sahip VAR (p+dmax) şeklinde tahmin edilmektedir. Burada p gecikme uzunluğu dmax ise bütünlük derecesidir. Diğer yandan birim kök ve eşbütünlük derecesi için ön teste ihtiyaç duyulmamaktadır (Emirmahmutoğlu ve Köse, 2011:870). Heterojen panel VAR (k) model p değişkenleri ile aşağıdaki şekilde oluşturulmaktadır;



$$z_{i,t} = \mu_i + A_{i1}z_{i,t-1} + \dots + A_{ik_i}z_{i,t-k_i} + u_{i,t} \quad (14)$$

$i=1,2, \dots, N$  ve  $t=1, 2, \dots, T$

Eşitlikte  $i$ ; yatay kesit birimleri,  $t$ ; zaman periyodunu,  $\mu_i$ ; sabit boyutlu vektörü temsil etmektedir. Nedensel ilişkinin olmadığını belirten sıfır hipotezi tüm  $i$ 'ler için  $H_0: R_i\alpha_i=0$  şeklinde kurulmaktadır. Alternatif hipotez ise  $H_1: R_i\alpha_i \neq 0$  ve  $i=1, \dots, N_1$  olmak üzere  $R_i\alpha_i: 0 \leq i=N_1+1, \dots, N$

Denklem 14'ten hareketle heterojen panellerde nedensellik aşağıda ifade edildiği şekilde tahmin edilmektedir.

$$z_{i,t} = \mu_i + A_{i1}z_{i,t-1} + \dots + A_{ik_i}z_{i,t-k_i} + \sum_{j=k_i+1}^{k_i+dmax_i} A_{ij}z_{i,t-j} + u_{i,t} \quad (15)$$

$i=1,2, \dots, N$  ve  $t=1, 2, \dots, T$

Sonrasında Granger nedenselliğin testinde Fisher test istatistiğinden yararlanılmaktadır. Fisher test istatistiği aşağıdaki eşitlikte yer almaktadır.

$$\lambda = -2 \sum_{i=1}^N \ln(p_i) \quad (16)$$

$i=1,2, \dots, N$

Denklemden  $p_i$ , yatay kesit birimlere ait olan  $i$ 'nin Wald istatistiğini gösteren olasılık değeridir. Fisher test istatistiği  $2N$  serbestlik derecesi ile kare dağılıma sahiptir. Fisher testi  $N$  sabit ve  $T \rightarrow \infty$  olduğu durumlarda geçerlidir. Fisher test istatistiği yatay kesit birimler arasında korelasyon olduğu durumlarda geçerli değildir. Böyle durumlarda bootstrap yöntemi kullanılmaktadır. Heterojen panellerde  $k_i+dmax_i$  gecikmeli VAR modeli aşağıdaki şekilde tahmin edilir:

$$x_{i,t} = \mu_i^x + \sum_{j=1}^{k_i+dmax_i} A_{11,ij}x_{i,t-j} + \sum_{j=1}^{k_i+dmax_i} A_{12,ij}y_{i,t-j} + u_{i,t}^x \quad (17)$$

$$y_{i,t} = \mu_i^y + \sum_{j=1}^{k_i+dmax_i} A_{21,ij}x_{i,t-j} + \sum_{j=1}^{k_i+dmax_i} A_{22,ij}y_{i,t-j} + u_{i,t}^y \quad (18)$$

Denklem 17 ve 18'de  $dmax_i$  her bir yatay kesit birim için maksimum bütünleşme derecesini göstermektedir. 12 nolu denklemde  $y$  değişkeninden  $x$  değişkenine doğru, 13 nolu denklemde ise  $x$  değişkeninden  $y$  değişkenine doğru nedensel ilişki sorgulanmaktadır (Emirmahmutoğlu ve Köse, 2011:872).

#### 4. ANALİZ SONUÇLARI

Tablo 2'de Breusch Pagan LM test sonuçları yer almaktadır. LM testinde sıfır hipotezi  $H_0: Cov(u_{it}, u_{it})=0$  eşitliğini vermektedir. Diğer bir ifade ile kalıntıların birimler arası korelasyonlu olmadığı belirtilmektedir. LM testi sonuçlarına göre birimler arası korelasyonun olmadığını ifade eden  $H_0$  hipotezi reddedilmektedir. Kalıntıların birimleri arasında korelasyon ilişkisi söz konusudur.

**Tablo 2: Breusch Pagan (LM) Testi**

Test	İstatistik	Olasılık Değeri
LM	76.74	0.002
LMadj	6.074	0.000

Birimler arası korelasyonun varlığının tespit edilmesi sonrasında serilerin durağanlığı CADF birim kök testi ile test edilmiştir. Sabitli, sabitli ve trendli olmak üzere her iki duruma ait sonuçlar Tablo 3'te sunulmaktadır. Tabloda yer alan sonuçlara göre sabitli, sabitli ve trendli durumda analize dahil edilen değişkenler düzey değerlerinde

durağan değildir. Panelin geneline ait CIPS test istatistikleri %99, %95 ve %90 güven düzeyinde kritik değerlerden mutlak değerce küçüktür. Diğer bir ifade ile değişkenler birim kök içermektedir. Farklı alınan serilere uygulanan birim kök testi sonucunda DGDP değişkeninin %10 düzeyinde durağan olduğu, diğer değişkenlerin ise %1 düzeyinde durağan olduğu gözlenmektedir.

**Tablo 3: CADF Birim Kök Testi Sonuçları**

	Değişkenler	CADF istatistiği	Kritik Değer (%10)	Kritik Değer (%5)	Kritik Değer (%1)
Sabitli& Trendli	LRNW	2.628	-2.740	-2.880	-3.150
	DLRNW	-3.279*	-2.740	-2.880	-3.150
	INO	2.453	-2.740	-2.880	-3.150
	DINO	3.909*	-2.740	-2.880	-3.150
	FDI	2.341	-2.740	-2.880	-3.150
	DFDI	-3.563*	-2.740	-2.880	-3.150
	GDP	1.875	-2.740	-2.880	-3.150
	DGDP	2.848***	-2.740	-2.880	-3.150
Sabitli	LRNW	1.935	-2.210	-2.340	-2.600
	DLRNW	2.985*	-2.210	-2.340	-2.600
	INO	1.376	-2.210	-2.340	-2.600
	DINO	3.661*	-2.210	-2.340	-2.600
	FDI	2.017	-2.210	-2.340	-2.600
	DFDI	3.400*	-2.210	-2.340	-2.600
	GDP	1.999	-2.210	-2.340	-2.600
	DGDP	2.868*	-2.210	-2.340	-2.600

\*, \*\*, \*\*\* sırasıyla %1, %5 ve %10 düzeyinde istatistiksel anlamlılığı ifade etmektedir.

Birim kök testi sonrasında parametrelerin homojenliği testine geçilmektedir. Delta homojenlik test sonuçları Tablo 4'te sunulmaktadır. Tabloda hem delta ( $\Delta$ ) hem de düzeltilmiş delta testi ( $\Delta_{adj}$ ) sonuçları yer almaktadır.

**Tablo 4: Delta Testi Sonuçları**

Delta Testi	Test İstatistiği	Olasılık Değeri
$\Delta$	8.428*	0.000
$\Delta_{adj}$	9.818*	0.000

\*, %1 düzeyinde istatistiksel olarak anlamlılığı ifade etmektedir.

Düzeltilmiş delta testi ( $\Delta_{adj}$ ) sonuçları küçük örneklem gruplarında daha iyi sonuçlar vermektedir. Olasılık değerleri çerçevesinde parametrelerin homojen olduğunu ileri süren  $H_0$  hipotezi reddedilmektedir. Diğer bir ifade ile parametreler heterojendir.

Parametrelerin heterojenliğinin tespiti sonrasında, değişkenler arasındaki eşbütünleşme ilişkisi heterojen paneller için uygun olan ikinci kuşak eşbütünleşme testlerinden GengenBuch Urbain ve Westerlund eş

bütünleşme testi ile sınırlanmaktadır. Test sonuçlarına Tablo 5'te yer verilmektedir. Gecikme uzunluğunun heterojen seçildiği ve birimlere göre değiştiği panel eş bütünleşme testinde  $\gamma(t-1)$ 'in anlamlılığı incelendiğinde olasılık değeri  $p$ 'nin kritik değer olan %1'den küçük olması  $H_0$  hipotezinin reddedilmesini gerektirmektedir. Sonuç olarak değişkenler arasında eş bütünleşme ilişkisinin var olduğu gözlenmektedir.

**Tablo 5: Eşbütünleşme Testi Sonuçları**

d.y	Katsayı	T istatistiği	Olasılık Değeri
$\gamma(t-1)$	-0.903*	-5.048	<0.01

\*, %1 düzeyinde istatistiksel olarak anlamlılığı ifade etmektedir.

Panel eşbütünleşme modelinin tahmini aşamasında değişkenlere ait yatay kesit ortalamalardan fark alınarak model birimler için DOLS tahmincisi ve panelin geneli için ise DOLSMG tahmincisi ile tahmin edilmektedir. Eşbütünleşme modelinin parametrelerinin birimlere göre heterojen olduğu DOLS ve DOLSMG tahmin sonuçları Tablo 6'da yer almaktadır.

**Tablo 6: Uzun Dönemli İlişkinin Tahmin Sonuçları**

Panelin Geneli İçin DOLSMG Tahmin Sonuçları			
Değişkenler	Beta	T istatistiği	
INO	-0.0002	-26.13	
FDI	0.0004	3.564	
GDP	-0.0088	-9.157	
Panelin Birimlerine Özgü DOLS Tahmin Sonuçları			
ŞİLİ	INO	FDI	GDP
Beta	-0.0004	-0.0184	0.0479
T istatistiği	-3.799	-4.960	4.384
MACARİSTAN			
Beta	-0.0013	0.0011	-0.0328
T istatistiği	-9.082	1.628	-15.120
MEKSİKA			
Beta	-0.0003	0.0160	-0.0695
T istatistiği	-1.964	8.710	-4.710
POLONYA			
Beta	-0.0002	-0.0354	-0.0220
T istatistiği	-4.201	-4.089	-4.054
TÜRKİYE			
Beta	0.0007	0.0097	0.0067

T istatistiği	3.961	0.029	0.689
BREZİLYA			
Beta	-0.0002	-0.0121	0.0014
T istatistiği	-10.490	-7.306	0.114
ÇİN			
Beta	-0.0002	-0.0051	-0.0495
T istatistiği	-39.470	-0.817	-12.620
HİNDİSTAN			
Beta	-0.0001	0.0122	0.0016
T istatistiği	-12.130	10.010	1.364
G. AFRİKA			
Beta	0.0002	0.0290	0.0558
T istatistiği	5.046	6.716	3.996
TAYLAND			
Beta	-0.0003	0.0073	-0.0272
T istatistiği	-10.480	1.087	-2.999

Bağımlı değişkenin LRNW ve bağımsız değişkenlerin INO, FDI ve GDP olduğu modelde t tablo değerinin istatistiksel olarak %5 için 1.96 değerini aldığı göz önünde bulundurularak her 3 bağımsız değişken için uzun dönem parametrelerinin t istatistiğinin anlamlı olduğu gözlenmektedir.

Bu bağlamda uzun dönemde INO, FDI ve GDP değişkenleri LRNW değişkenini etkilemektedir. Sonuçlara göre çevresel inovasyonda meydana gelen %1 artış LRNW'yi %0,02 oranında azaltmakta, FDI değişkeninde meydana gelen %1 artış LRNW'yi %0,04 oranında arttırmakta ve son olarak GDP değişkeninde meydana gelen %1 artış ise LRNW'yi %0,8 oranında azaltmaktadır. Sonuçlar genel olarak yorumlandığında INO, FDI ve GDP değişkenlerinin LRNW üzerinde önemli bir etkisinin olmadığı öne sürülebilir.

Ülke bazındaki sonuçlar ise farklılık göstermektedir. Örneğin INO değişkenine ait t istatistiği bütün ülkelerde anlamlı olmakla birlikte LRNW değişkenini G. Afrika ve Türkiye'de pozitif etkilemekte diğer ülkelerde ise negatif etkilemektedir. Yine FDI değişkenine ait t istatistiği Şili, Meksika, Polonya, Brezilya, Hindistan ve G. Afrika'da anlamlı diğer ülkelerde ise anlamsızdır. FDI değişkeni LRNW değişkenini Şili, Polonya ve Brezilya'da negatif yönde etkilemekte, Meksika, Hindistan ve G. Afrika'da ise pozitif yönde etkilemektedir. Son olarak GDP değişkenine ait t istatistiği Türkiye, Brezilya ve Hindistan haricindeki ülkelerde anlamlıdır. GDP değişkeni Şili ve G. Afrika'da LRNW değişkenini pozitif etkilemekte, Macaristan, Meksika, Polonya, Çin ve Tayland'da ise negatif etkilemektedir.

Panel genelinde ve ülkeler bazında çevresel inovasyonların yenilenebilir enerji tüketimi üzerindeki olumsuz etkisi ar-ge yatırımları açısından finansal yetersizliklerle ve çevresel duyarlılık açısından farkındalık eksikliğiyle açıklanabilir. Ekonomik büyümenin yenilenebilir enerji tüketimi üzerindeki olumsuz etkisi ise söz konusu ülkelerde fosil yakıt kaynaklı enerji tüketiminin hala devam etmesi hususuyla açıklanabilir.

Değişkenler arasındaki nedensellik ilişkisi ise Tablo 7 ve Tablo 8'de sunulmaktadır. Tablo 7'de panelin geneli için nedensellik sonuçları yer almaktadır. Bu bağlamda LRNW değişkeninden GDP değişkenine doğru tek yönlü bir nedensel ilişki söz konusu iken aynı şekilde FDI değişkeninden LRNW değişkenine doğru ve INO değişkeninden LRNW değişkenine doğru tek yönlü nedensel ilişki mevcuttur.

**Tablo 7: Panel geneli nedensellik sonuçları**

	Fisher İstatistiği	Olasılık Değeri	Nedensellik
LRNW→GDP	28.94535	<b>0.088841</b>	✓
GDP→LRNW	26.08132	0.163143	-
LRNW→FDI	21.82660	0.349993	-
FDI→LRNW	33.81604	<b>0.027396</b>	✓
LRNW→INO	17.70431	0.606879	-
INO→LRNW	31.73688	<b>0.046184</b>	✓

Ülke bazında nedensellik ilişkisini ortaya koyan Tablo 8'deki sonuçlar ise farklılık göstermektedir. Örneğin Hindistan'da LRNW değişkeninden GDP değişkenine doğru tek yönlü nedensel ilişki mevcutken Tayland'da ise GDP değişkeninden LRNW değişkenine doğru tek yönlü nedensel ilişki söz konusudur.

**Tablo 8: Ülke Bazında Nedensellik Sonuçları**

	Fisher İstatistiği	Olasılık Değeri	Ülke
LRNW→GDP	8.063303	0.044721	Hindistan
	4.647046	0.097928	Tayland
GDP→LRNW	4.650477	0.097760	Tayland
LRNW→FDI	13.19932	0.001361	Şili
FDI→LRNW	15.40079	0.000453	Şili
	3.348281	0.067275	Hindistan
INO→LRNW	8.501814	0.014251	Şili
	11.95996	0.002529	Brezilya

Şili'de LRNW ve FDI değişkenleri arasında karşılıklı nedensellik ilişkisi söz konusu iken yine Hindistan'da FDI değişkeninden LRNW değişkenine doğru tek yönlü nedensel ilişki vardır. Son olarak Şili ve Brezilya'da INO değişkeninden LRNW değişkenine doğru tek yönlü nedensel ilişki söz konusudur.

## 5. SONUÇ

Yenilenebilir enerji tüketimi üzerinde etkili olabilecek faktörlerin araştırıldığı çalışmada çevresel inovasyon, ekonomik büyüme ve doğrudan yabancı yatırımlar incelenmiştir. Yükselen piyasa ekonomilerinden 10 ülkeye ait 2000-2018 dönemi verilerinin kullanıldığı çalışmada panel eş bütünleşme ve nedensellik analizlerinden yararlanılmıştır. Eş bütünleşme analizi sonuçları çevresel inovasyon, ekonomik büyüme, doğrudan yabancı yatırımlar ve yenilenebilir enerji tüketiminin eş bütünleşik olduğunu göstermektedir. Katsayı tahmin sonuçları ise çevresel inovasyon ve ekonomik büyümenin yenilenebilir enerji tüketimini negatif yönlü etkilediğini ifade etmektedir.

Çevresel inovasyonların olumsuz etkisiyle ilgili ar-ge yatırımları açısından finansal yetersizliklerin ve çevresel duyarlılık açısından farkındalık eksikliğinin olduğu söylenebilir. Çevresel inovasyonun etkisine ilişkin sonuçların literatürde yer alan Khan vd. (2021) analiz sonuçlarıyla uyumlu olduğu görülmektedir. Ekonomik büyümenin olumsuz etkisi ise söz konusu ülkelerde fosil yakıt kaynaklı enerji tüketiminin hala devam etmesi hususuyla açıklanabilir. Ekonomik büyümenin etkisine ilişkin sonuçların ise literatürde yer alan Türkmen (2021), Khan vd. (2021), Gültekin ve Uğur (2019) ve Cadoret ve Padovano (2016) analiz sonuçları ile uyumlu olduğu görülmektedir. Son olarak doğrudan yabancı yatırımlar ise yenilenebilir enerji tüketimi üzerinde pozitif etkiye sahiptir. Eş

bütünleşme analizinden sonra gerçekleştirilen panel geneli nedensellik analizi sonuçlarına göre, yenilenebilir enerji tüketiminin ekonomik büyümenin nedeni, doğrudan yabancı yatırımların yenilenebilir enerji tüketiminin nedeni ve çevresel inovasyonun yenilenebilir enerji tüketiminin nedeni olduğu tespit edilmiştir. Ülke bazında nedensellik analizi sonuçlarına göre Tayland’da yenilenebilir enerji tüketimi ile ekonomik büyüme arasında, Şili’de ise yenilenebilir enerji tüketimi ile doğrudan yabancı yatırımlar arasında çift yönlü nedenselliğin olduğu tespit edilmiştir. Çevresel inovasyonun yenilenebilir enerji tüketiminin nedeni olduğu ülkeler ise Şili ve Brezilya olarak tespit edilmiştir.

Genel olarak değerlendirildiğinde yenilenebilir enerji kaynakları fosil yakıt kaynaklı enerji bağımlılığını azaltmakta ve çevresel negatif dışsallıklara neden olmamaktadır. Bunun dışında, yerel yenilenebilir enerji tüketiminin teşvik edilmesi, ülkeleri dış ekonomik veya finansal krizlere karşı da koruyabilir. Bu durum, ülkeler petrol bağımlılığını azalttıkça ekonominin enerji fiyatlarındaki değişimden kaynaklanan dış krizlere karşı daha dirençli hale gelmekle açıklanabilir. Bu nedenle, yenilenebilir enerjinin güvenilirliği ve küresel enerji geleceğinin sürdürülebilirliği üzerindeki önemi ve faydaları göz önüne alındığında, uygun enerji politikalarının belirlenmesinde kullanılacak yenilenebilir enerji tüketiminin ana belirleyicileri hakkında yeterli bilgiye sahip olunması gerekmektedir. Bunun yanında finansal yetersizlik sebebiyle yenilenebilir enerji kullanımına geçiş yapılamaması noktasında politika yapıcılar açısından önem arz etmektedir. Politika yapıcıların dikkate alması gereken bir başka husus ise finansal ve reel piyasalarda sermaye hareketliliğini artıran düzenlemelerin geliştirilmesi doğrudan yabancı yatırım girişlerini ve dolayısıyla yenilenebilir enerji kullanımını artırmak adına önem arz etmektedir.

#### **Kaynakça**

- Akintande, O.J., Olubusoye, O.E., Adenikinju, A.F. ve Olanrewaju, B.T. (2020). “Modeling the determinants of renewable energy consumption: Evidence from the five most populous nations in Africa”, *Energy*, 206, 1-11.
- Altınar, A. (2019). “MINT Ülkelerinde Enerji Tüketimi ve Ekonomik Büyüme İlişkisi: Panel Nedensellik Analizi”, *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Elektronik Dergisi*, 10/2, 369-378.
- Assi, A.F., Isiksal, A.Z. ve Tursoy, T. (2021). “Renewable energy consumption, financial development, environmental pollution, and innovations in the ASEAN+3 group: Evidence from (P-ARDL) model”, *Renewable Energy*, 165, 689-700.
- Bakırtaş, İ. ve M.A. Çetin (2016), “Yenilenebilir Enerji Tüketimi ile Ekonomik Büyüme Arasındaki İlişki: G-20 Ülkeleri”, *Sosyoekonomi*, 24/28, 131-145.
- Baltagi, B. H., Feng, Q. ve Kao, C. (2012). “A Lagrange multiplier test for cross-sectional dependence in a fixed effects panel data model”, *Journal of Econometrics*, 170,164- 177.
- Bhattacharya M., Churchill S.A. ve Paramati, S.R. (2017). “The dynamic impact of renewable energy and institutions on economic output and CO<sub>2</sub> emissions across regions”, *Renewable Energy*, 111, 157-167.
- Breusch, T. ve Pagan, A. (1980). “The Lagrange Multiplier Test and Its Applications to Model Specification in Econometrics”, *Review of Economic Studies*, 47(1), 239-253.
- Cadoret, I. ve Padovano, F. (2016). “The political drivers of renewable energies policies”, *Energy Economics*, 56, 261–269.
- Emirmahmutoğlu, F. ve Kose, N. (2011). “Testing For Granger Causality in Heterogeneous Mixed Panels”, *Economic Modelling*, 28/3, 870–876.
- Erdinç, Z. ve Aydınbaş, G. (2020). “Yenilenebilir Enerji Tüketiminin Belirleyicileri Üzerine Panel Veri Analizi”, *Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences*, 6/24, 346-358.
- Gengenbach, C., Palm, F.C. ve Urbain, J. (2009). “Panel Unit Root Tests in the Presence of Cross-Sectional Dependencies: Comparison and Implications for Modelling”, *Econometric Reviews*, 29/2, 111-145.
- Gengenbach, C., Urbain, J.P., ve Westerlund, J. (2008). Panel error correction testing with global stochastic trends (updated version of research memorandum 2008-051). *Maastricht: METEOR*, Maastricht Research School of Economics of Technology and Organization.
- Grossman, G., Krueger, A. (1991). *Environmental Impacts of a North American Free Trade Agreement*. NBER Working paper, 3914. National Bureau of Economic Research, Cambridge, MA.
- Gültekin, E. ve Uğur, A. (2019). “OECD Ülkelerinde Yenilenebilir Enerji Tüketiminin Makro Ekonomik Belirleyicileri: Rüzgâr Enerjisi Modeli”, *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 53, 325-342.
- Kar, M., Ağır, H. ve Türkmen, S. (2019). “Seçilmiş Gelişmekte Olan Ülkelerde Elektrik Tüketiminin Ekonomik Büyümeye Etkisinin Panel Ekonometrik Analizi”, *Uluslararası Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 5/3, 37-48.
- Khan, A., Chenggang, Y., Hussain, J. ve Kui, Z. (2021). “Impact of technological innovation, financial development and foreign direct investment on renewable energy, non-renewable energy and the environment in Belt & Road Initiative countries”, *Renewable Energy*, 171, 479-491.



- Khan, Z., Malik, M.Y., Latif, K. ve Jiao, Z. (2020). "Heterogeneous effect of eco-innovation and human capital on renewable & non-renewable energy consumption: Disaggregate analysis for G-7 countries", *Energy*, 209, 1-13.
- Koç, S. ve Saidmurodov, S. (2018). "Orta Asya Ülkelerinde Elektrik Enerjisi, Doğrudan Yabancı Yatırımı ve Ekonomik Büyüme İlişkisi", *Ege Akademik Bakış*, 18/2, 321-328.
- Li, J., Zhang, X., Ali, S. ve Khan, Z. (2020). "Eco-innovation and energy productivity: New determinants of renewable energy consumption", *Journal of Environmental Management*, 271, 1-7.
- Marques, A.C. ve Fuinhas, J.A. (2011). "Drivers promoting renewable energy: A dynamic panel approach", *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, 15, 1601-1608.
- Pedroni, P. (2001). "Purchasing Power Parity Tests in Cointegrated Panels", *The Review of Economics and Statistics*, 83/4, 727-731.
- Pesaran, H.M. (2007). "A Simple panel unit root test in the presence of cross-section dependence", *Journal of Applied Econometrics*, 22, 265-312.
- Pesaran, M. H. (2004). *General diagnostic tests for cross section dependence in panels*, University of Cambridge & USC, Bonn.
- Pesaran, M. H., & Yamagata, T. (2008). "Testing slope homogeneity in large panels", *Journal of Econometrics*, 142/1, 50-93.
- Pesaran, M. H., Ullah, A., ve Yamagata, T. (2008). "A Bias-adjusted LM Test of Error Cross-section Independence". *Econometrics Journal*, 11, 105-127.
- Şaşmaz, M.Ü. ve Yayla, Y.E. (2018). "Vergiler ve Ekonomik Büyüme ile İnsani Gelişme Arasındaki Nedensellik İlişkisi: Avrupa Birliği Geçiş Ekonomileri Örneği", *Sayıştay Dergisi*, 111, 79-99.
- Tatoğlu Yerdelen, F. (2017). *Panel Zaman Serileri Analizi: Stata Uygulamalı*, 1. Baskı, Beta, İstanbul.
- Tuğcu, C.T., I. Öztürk ve A. Aslan (2012). "Renewable and Non-renewable Energy Consumption and Economic Growth Relationship Revisited: Evidence from G7 Countries", *Energy Economics*, 34, 1942-1950.
- Türkmen, S. (2021). "Talep Yönlü Yaklaşım Çerçevesinde Yenilenebilir Enerji: Dinamik Panel Veri Analizi", *Journal of Economics and Research*, 2/1, 69-81.
- Wang, J., Zhang, S. ve Zhang, Q. (2021). "The relationship of renewable energy consumption to financial development and economic growth in China", *Renewable Energy*, 170, 897-904.
- Wang, Q. ve Wang, L. (2020). "Renewable energy consumption and economic growth in OECD countries: A nonlinear panel data analysis", *Energy*, 207, 1-11.

#### **Beyan ve Açıklamalar (Disclosure Statements)**

1. Bu çalışmanın yazarları, araştırma ve yayın etiği ilkelerine uyduklarını kabul etmektedirler (The authors of this article confirm that their work complies with the principles of research and publication ethics).
2. Yazarlar tarafından herhangi bir çıkar çatışması beyan edilmemiştir (No potential conflict of interest was reported by the authors).
3. Bu çalışma, intihal tarama programı kullanılarak intihal taramasından geçirilmiştir (This article was screened for potential plagiarism using a plagiarism screening program).