

ISSN: 1304 – 8880

Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü
Çukurova University Institute of Social Sciences

ÇUKUROVA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ DERGİSİ
Journal of Çukurova University Institute of Social Sciences

Cilt/ Vol: 31	Sayı/No: 1	Yıl/Year: 2022
---------------	------------	----------------

Çukurova Üniversitesi

Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi

Journal of Çukurova University Institute of Social Sciences

Sahibi / Owner

Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü adına

Enstitü Müdürü Prof. Dr. Serap ÇABUK

Editörler / Board of Editors

Prof. Dr. İ. Çetin DERDİYOK Çukurova Üniversitesi, FEF, Türk Dili ve Edebiyatı (Baş Editör)

Prof. C. Hakan ÇUHADAR Çukurova Üniversitesi, Devlet Konservatuvarı

Prof. Dr. Rukiye AKDOĞAN Çukurova Üniversitesi, FEF, Arkeoloji

Prof. Dr. Kenan LOPCU Çukurova Üniversitesi, İİBF, Ekonometri

Prof. Dr. Haşim AKÇA Çukurova Üniversitesi, İİBF, Maliye

Prof. Dr. F. Engin ALPAT Çukurova Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi

Prof. Dr. Deniz ZEREN Çukurova Üniversitesi, İİBF, İşletme (Teknik Editör)

Prof. Dr. Sadık Erol ER Çukurova Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, Ortaöğretim Sosyal Alanlar

Prof. Dr. Onur DURSUN Çukurova Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Gazetecilik

Doç. Dr. Mustafa YAŞAR Çukurova Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, İlköğretim

Doç. Dr. Marella BODUR ÜN Çukurova Üniversitesi, İİBF, Siyaset Bilimi ve Uluslararası İlişkiler

Dr. Öğr. Üyesi Ertuğrul DÖNER Çukurova Üniversitesi, İlahiyat Fakültesi, Temel İslam

Dil Editörleri

Dr. Bilge KARGA GÖLLÜ, Çukurova Üniversitesi, Türkçe

Doç. Dr. Adnan BİÇER, Çukurova Üniversitesi, İngilizce

Doç. Dr. Mustafa Mavaşoğlu, Çukurova Üniversitesi, Fransızca

Dr. Öğr. Üyesi Nihat Yavuz, Çukurova Üniversitesi, Almanca

Danışma Kurulu / Advisory Board

Prof. Dr. Abdullatif ACARLIOĞLU, Anadolu Üniversitesi

Prof. Dr. Gül DURMUŞOĞLU KÖSE, Anadolu Üniversitesi

Prof. Dr. Marcel ERDAL, Johann Wolfgang Goethe-University

Prof. Dr. İrfan ERDOĞAN, İstanbul Üniversitesi

Prof. Dr. Barbara KELLNER-HEGNKEL, Freie University Berlin

Prof. Dr. Yunus KİSHALI, Kocaeli Üniversitesi

Prof. Dr. Tamer KOÇEL, İstanbul Kültür Üniversitesi

Prof. Dr. Ahmet ÜNAL, University München-Çukurova Üniversitesi

Prof. Dr. Birol YEŞİLADA, Portland State University

Prof. Dr. Ali YILDIRIM, Ortadoğu Teknik Üniversitesi

Prof. Dr. Todd Alan PRICE, National Louis University

Prof. Dr. Andreas SCHACHNER, Deutsches Archäologisches Institut

Prof. Dr. Dilek ZAMANTILI NAYIR, Marmara Üniversitesi

Derleme Sekreteri / Technical Editor

Prof.Dr. Deniz ZEREN

Dizgi-Mizanpaj / Typesetter

Dr. Bilge KARGA GÖLLÜ ve Arş. Gör. Abdil ARIK

Copyright©Ekim 2011

Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi

Tüm hakları mahfuzdur.

Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi yılda en az 2 kez yayımlanan hakemli bir dergidir. Dergide yayımlanan makalelerin dil ve bilim sorumluluğu yazara aittir. Makaleler kaynak gösterilmeden kullanılamaz. Elektronik veya mekanik yöntemlerle (fotokopi dâhil) herhangi biçimde basılamaz ve / veya çoğaltılamaz. Dergimiz 2003-2013 yılları arasında ve 2018 yılı ilk sayısından itibaren TÜBİTAK Ulakbim TR Dizinde taranmaktadır.

Adres / Address:

Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü

01330 Balcalı / ADANA

Tel: 0 (322) 338 65 74

Faks: 0 (322) 338 69 47

E- Posta: sosbil@cu.edu.tr

İnternet adresi: <http://sosyalbilimler.cu.edu.tr>

Kapak Tasarımı: Metin AYGÜN

Baskı: ukurova Üniversitesi

İÇİNDEKİLER

1	Dr. Öğr. Üyesi Ayşe ASLAN Prof. Dr. Azmi YALÇIN	Covid-19 Risk Algısı Ölçeğinin Türkçe'ye Uyarlaması: Geçerlilik ve Güvenirlilik Çalışması <i>Araştırma Makalesi</i>	1-20
2	Dr. İbrahim İNAN	Rekabet Ortamında Bir Türk Otobüs Fabrikasında Endüstri 4.0 Perspektifinde Akıllı Üretim Uygulamaları <i>Araştırma Makalesi</i>	21-37
3	Dr. Alperen Ekrem ÇELİKDİN	Endüstriyel Çevik İşletme İçin Dengelenmiş Başarı Göstergeleri <i>Kavramsal Makale</i>	38-50
4	Dr.Öğr.Gör. Kadriye ŞENGÜL KUTLAY Dr. Öğr. Üyesi H. Osman ASLAN	Meslek Yüksekokullarında Almanca Derslerinde Mesleki Terimlerin Aktarımı <i>Araştırma Makalesi</i>	51-58
5	Öğr. Gör. Demet EVER Doç. Dr. Elif N. DEMİRCİOĞLU	Yapay Zekâ Teknolojilerinin Kalite Maliyetleri Üzerine Etkisi <i>Kavramsal Makale</i>	59-72
6	Dr. Salih GENCER	Türkiye'de Uluslararası Dış Kaynaklanma Ticaretinin Ölçülmesi <i>Araştırma Makalesi</i>	73-88
7	Tuğba SOYMAN Prof. Dr. Kemal Can KILIÇ	Çalışanların Otantik Liderlik Algısında Duygusal Zekâ Ve Pozitif Psikolojik Sermayenin Rolü: Adana'da Aile İşletmelerinde Bir Çalışma <i>Araştırma Makalesi</i>	89-104
8	Dr. Öğr. Üyesi Sevi DOKUZOĞLU Doç. Dr. Kayahan TÜM	Küresel Salgının Maliye Politikalarına Etkisi: Türkiye Üzerine Değerlendirmeler <i>Kavramsal Makale</i>	105-120
9	Dr. Ersun ÇIPLAK Dr. Öğr. Üyesi Sabahattin ÇAM	Özçekim Tutum Ölçeği'nin Üniversite Öğrencilerinde Geçerlik ve Güvenirlilik Çalışması <i>Araştırma Makalesi</i>	121-132
10	Doç. Dr. Ayşe Tuğba DOSDOĞRU Dr. Öğr. Üyesi Aşlı BORU İPEK Doç. Dr. Mustafa GÖÇKEN Doç. Dr. Mehmet ÖZÇALICI	Assesment of Ticket Price Forecasting in Turkey <i>Araştırma Makalesi</i>	133-144
11	Doç. Dr. Serhat KAYMAS	Dijital Dönüşüm Refakatinde Alternatif Bir İletişim Politikasını Yeniden Düşünmek <i>Kavramsal Makale</i>	145-161
12	Doç. Dr. Birgül YEŞİLOĞLU GÜLER	Suskunluk Sarmalı Kuramı Bağlamında İnsan Doğasına Yaklaşım <i>Kavramsal Makale</i>	162-175
13	Arş. Gör. Hakan GERÇEK	Tatarlı Höyük Kandillerinde Levant Etkisi <i>Araştırma Makalesi</i>	176-189
14	Dr. Öğr. Üyesi Mutlu YORULDU	Vergi Sosyolojisi Kavramı ve İbn-i Halun'un Vergi Sosyolojisi Yaklaşımının İncelenmesi <i>Kavramsal Makale</i>	190-203
15	Cansu DURAN Dr. Öğr. Üyesi Senem ALTAN Prof. Dr. Ahmet ERKUŞ	Psikolojik Güçlendirme Ve Örgütsel Özdeşleşmenin Sık İş Değiştirme Davranışına Etkileri: Bir Kişilik Özelliği Olarak Deneyime Açıklığın Düzenleyici Rolü <i>Araştırma Makalesi</i>	204-219
16	Öğr. Gör. Muhammet TORTUMLU Öğr. Gör. Kıvanç UZUN	İşyeri Zorbalığının Çalışanların Yaşam Doyumu Üzerindeki Etkisinde Umut ve Problem Çözme Becerisinin Aracı Rolünün İncelenmesi <i>Araştırma Makalesi</i>	220-241
17	Dr. Öğr. Üyesi Şerife ÖZBİLER İlker ARDIÇ Doç. Dr. Durmuş ÜMMET	How the Interaction between Subjective Happiness and Effective Counselor Characteristics Moderate Career Adaptability? <i>Araştırma Makalesi</i>	242-254

18	Doç. Dr. Ceren HEPYÜCEL	Flütte Ton Gelişimine Yönelik Olarak Pneumo Pro Materyalinin İncelenmesi <i>Kavramsal Makale</i>	255-265
19	Öğr. Gör. Dr. Didem DEMİR Prof. Dr. Hilal İNAN	The Effect of Optimum Stimulation Level and Exploratory Information Seeking on Online Purchase Intention <i>Araştırma Makalesi</i>	266-278
20	Doç. Dr. Osman USLU Kardir ARDIÇ	Babacan Liderlik ve Yöneticiye Güven İlişkisinde Güç Mesafesi, Bireycilik ve Toplulukçuluğun Düzenleyici Etkilerinin İncelenmesi <i>Araştırma Makalesi</i>	279-291
21	Doç. Dr. Kalender Özcan ATILGAN Yusuf KÖKEN	Tüketici Etnosentrizmi ve Tüketici Düşmanlığının Sosyal Medyada Boykota Etkisi <i>Araştırma Makalesi</i>	292-307
22	Prof. Dr. Harun BAL Esmâ ERDOĞAN Koray YILDIRIM	İhracata Dayalı Büyüme Hipotezinin Test Edilmesi: Malezya Ekonomisi Örneği <i>Araştırma Makalesi</i>	308-321
23	Öğr. Gör. Melek YOLCU Dr. Öğr. Üyesi Meryem AKÇAYOĞLU	Perceptions of Turkish EFL Teachers about the Instruction of Vocabulary Learning Strategies <i>Araştırma Makalesi</i>	322-337

Dergimizin bu sayısına gönderilen makaleleri değerlendiren hakemlerimize teşekkürlerimizi sunarız.

We gratefully acknowledge the referees who kindly helped us evaluate the articles sent for the current issue of our journal.

HAKEMLER/REFEREES

PROF. DR. ALİ ERYILMAZ	YILDIZ TEKNİK ÜNİVERSİTESİ
PROF. DR. ASUMAN BALDIRAN	SELÇUK ÜNİVERSİTESİ
PROF. DR. ATILHAN NAKTİYOK	ATATÜRK ÜNİVERSİTESİ
PROF. DR. AYTEKİN ALBUZ	GAZİ ÜNİVERSİTESİ
PROF. DR. BİLGE UZUN	BAHÇEŞEHİR ÜNİVERSİTESİ
PROF. DR. ERKAN IŞIK	ULUSLARARASI KIBRIS ÜNİVERSİTESİ
PROF. DR. ESENGÜL İPLİK	ADANA ALPARSLAN TÜRKEŞ BİLİM VE TEKNOLOJİ ÜNİVERSİTESİ
PROF. DR. FERDA YERDELEN TATOĞLU	İSTANBUL ÜNİVERSİTESİ
PROF. DR. HARUN BAL	ÇUKUROVA ÜNİVERSİTESİ
PROF. DR. HÜSEYİN ALPER GÜZEL	ONDOKUZ MAYIS ÜNİVERSİTESİ
PROF. DR. İLKNUR SAVAŞKAN	BURSA ULUDAĞ ÜNİVERSİTESİ
PROF. DR. İLTER ÜNLÜKAPLAN	ÇUKUROVA ÜNİVERSİTESİ
PROF. DR. İSMAİL BAKAN	KAHRAMANMARAŞ SÜTÇÜ İMAM ÜNİVERSİTESİ
PROF. DR. İSMAİL ORÇUN GÜNDÜZ	TRAKYA ÜNİVERSİTESİ
PROF. DR. KEMAL CAN KILIÇ	ÇUKUROVA ÜNİVERSİTESİ
PROF. DR. MURAT AYDIN	ÇANAKKALE ONSEKİZ MART ÜNİVERSİTESİ
PROF. DR. NEJAT BASIM	BAŞKENT ÜNİVERSİTESİ
PROF. DR. NURİ BALOĞLU	AHI EVRAN ÜNİVERSİTESİ
PROF. DR. ONUR DURSUN	ÇUKUROVA ÜNİVERSİTESİ
PROF. DR. ÖMER ÖZÇİÇEK	GAZİANTEP ÜNİVERSİTESİ
PROF. DR. RUHDAN UZUN	ANKARA HACI BAYRAM VELİ ÜNİVERSİTESİ

PROF. DR. SELDA KULLUK YERDELEN	DOKUZ EYLÜL ÜNİVERSİTESİ
PROF. DR. SEVGİ AYŞE ÖZTÜRK	ANADOLU ÜNİVERSİTESİ
PROF. DR. SONER YAKAR	ÇUKUROVA ÜNİVERSİTESİ
PROF. DR. TUBA DİREKÇİ	NİĞDE ÖMER HALİSDEMİR ÜNİVERSİTESİ
PROF. DR. UĞUR ALPAGUT	BOLU ABANT İZZET BAYSAL ÜNİVERSİTESİ
PROF. DR. UĞUR YOZGAT	NİŞANTAŞI ÜNİVERSİTESİ
DOÇ. DR. ABDÜLKADİR GÜMÜŞ	VAN YÜZÜNCÜ YIL ÜNİVERSİTESİ
DOÇ. DR. ANIL GACAR	MANİSA CELAL BAYAR ÜNİVERSİTESİ
DOÇ. DR. AYGÜN EKİN MERİÇ	DOKUZ EYLÜL ÜNİVERSİTESİ
DOÇ. DR. AYŞENUR TARAKCIOĞLU ALTINAY	UŞAK ÜNİVERSİTESİ
DOÇ. DR. BAHAR MURATOĞLU PEHLİVAN	ÜSKÜDAR ÜNİVERSİTESİ
DOÇ. DR. CANAN ERYİĞİT	HACETTEPE ÜNİVERSİTESİ
DOÇ. DR. EDA YAŞA ÖZELTÜRKAY	ÇAĞ ÜNİVERSİTESİ
DOÇ. DR. EMİN HÜSEYİN ÇETENAK	NİĞDE ÖMER HALİSDEMİR ÜNİVERSİTESİ
DOÇ. DR. EMRAH ARIOĞLU	ÇUKUROVA ÜNİVERSİTESİ
DOÇ. DR. GÜLBENİZ AKDUMAN	İSTANBUL BİLGİ ÜNİVERSİTESİ
DOÇ. DR. GÜLSÜN NAKİBOĞLU	ÇUKUROVA ÜNİVERSİTESİ
DOÇ. DR. GÖKBEN BAYRAMOĞLU	HİTİT ÜNİVERSİTESİ
DOÇ. DR. MEHMET ELA	OSMANİYE KORKUT ATA ÜNİVERSİTESİ
DOÇ. DR. OSMAN YILMAZ	BATMAN ÜNİVERSİTESİ
DOÇ. DR. OYA MORVA	İSTANBUL ÜNİVERSİTESİ
DOÇ. DR. SEZEN BOZYİĞİT	TARSUS ÜNİVERSİTESİ
DOÇ. DR. YUNUS DEMİRLİ	BOLU ABANT İZZET BAYSAL ÜNİVERSİTESİ
DOÇ. DR. ZEYNEP ÖZARSLAN	ÇUKUROVA ÜNİVERSİTESİ
DOÇ. DR. ZUHAL ÇİLİNGİR ÜK	ONDKUZ MAYIS ÜNİVERSİTESİ
DOÇ. DR. ZÜLAL ERKAN	MERSİN ÜNİVERSİTESİ
DR. ÖĞR. ÜYESİ ALİ SAMİ AKSÖZ	ÇUKUROVA ÜNİVERSİTESİ
DR. ÖĞR. ÜYESİ AYŞE ASLAN	ŞIRNAK ÜNİVERSİTESİ
DR. ÖĞR. ÜYESİ ÇİĞDEM YASEMİN ÜNLÜ	ÇUKUROVA ÜNİVERSİTESİ
DR. ÖĞR. ÜYESİ EMRAH SITKI YILMAZ	GAZİANTEP ÜNİVERSİTESİ
DR. ÖĞR. ÜYESİ ESER ORDEM	ADANA ALPARSLAN TÜRKER BİLİM VE TEKNOLOJİ ÜNİVERSİTESİ
DR. ÖĞR. ÜYESİ FERDA ÜSTÜN KERVANCI	NEVŞEHİR HACI BEKTAŞ VELİ ÜNİVERSİTESİ
DR. ÖĞR. ÜYESİ HATİCE GENÇ	AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ
DR. ÖĞR. ÜYESİ MELTEM CANOĞLU	OSMANİYE KORKUT ATA ÜNİVERSİTESİ
DR. ÖĞR. ÜYESİ PELİN AKÇAGÜN	ONDOKUZ MAYIS ÜNİVERSİTESİ
DR. ÖĞR. ÜYESİ REYHAN SARIÇİÇEK	BANDIRMA ONYEDİ EYLÜL ÜNİVERSİTESİ
ÖĞR. GÖR. BAHRİYE TERLEMEZ	TEKİRDAĞ NAMIK KEMAL ÜNİVERSİTESİ

MAKALE YAZIM KURALLARI

Dergiye gönderilecek makalelerin yazımında uyulması gerekli kurallar aşağıda özetlenmiştir:

- ✓ Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi yılda en az iki kez yayımlanan hakemli bir dergidir.
 - ✓ Gönderilecek makalenin daha önce hiçbir yerde yayımlanmamış olması zorunludur.
 - ✓ Makaleler, **Türkçe, İngilizce, Fransızca** ya da **Almanca** olarak yayımlanabilir. Eğer makale İngilizce, Fransızca ya da Almanca dillerinden biriyle yazılırsa, mutlaka Türkçe özete yer verilmelidir.
 - ✓ Makaleler Türk Dil Kurumu yazım kurallarına uygun yazılmalıdır.
 - ✓ Makaleler, Microsoft Word 2003 veya üzeri sürümlerde yazılıp internet üzerinden online olarak gönderilmelidir.
 - ✓ Makalelerin başlığı metne uygun, ortalı; kısa ve açık ifadeli; büyük harflerle yazılmış olmalıdır.
 - ✓ Yazar adı, makaleye ortalı; yazar birden fazla ise, adları yan yana yazılmalıdır. Yazarlara ait bilgiler (Üniversite adı, Fakülte adı, e-mail adresi, Orcid No) dipnotta verilmelidir.
 - ✓ Makalenin ilk sayfası sadece **ÖZ** ve **ABSTRACT**'tan oluşmalı, bu sayfa **Makale Şablonu**'na yerleştirilerek oluşturulmalıdır (**bk. Makale Şablonu**)
 - ✓ Makalelerde kâğıt boyutu: A-4 dikey, sayfa yapısı alt: 2,5 cm, üst: 2,5 cm, sol: 2,5 cm, sağ: 2,5 cm, üst bilgi: 3 cm, alt bilgi: 3 cm, yazı tipi: Times New Roman, punto: 10, satır aralığı: tek olarak ayarlanmalıdır. Makalenin tümü 8000 kelimeyi geçmemelidir.
 - ✓ Dipnotlar Times New Roman fontu kullanılarak 8 punto ile ve satır aralığı "tek" olacak şekilde yazılmalıdır. Eski harfli metin çalışmalarına dair notlar ve çalışmaya dair önemli açıklamalar dışında dipnot kullanılmamalıdır.
 - ✓ Öz 8 punto ve Times New Roman fontuyla yazılmalıdır. Bir paragraftan oluşmalı (birkaç paragraftan oluşsa da bir paragrafa sığdırılmalı), satır aralığı "tek" olacak şekilde ayarlanmalıdır. En az 150 en fazla 250 kelimedenden meydana gelmelidir. Öz büyük harflerle metnin sol kenarına konulmalıdır.
 - ✓ Orijinal makalelerde bölümler aşağıdaki şekilde düzenlenmelidir:
GİRİŞ (en fazla 3 sayfa)
LİTERATÜR TARAMASI
YÖNTEM
ARAŞTIRMA BULGULARI
SONUÇ
- Yukarıdaki ana bölüm başlıkları bold olarak büyük harfle sola yaslı yazılmalıdır. Başlıklara numara verilmemeli, paragraf girintisi olmamalıdır.
- ✓ Alt bölüm başlıkları her kelimenin baş harfi büyük olacak şekilde italik ve koyu yazılmalı, 0,5 cm. içeriden başlamalıdır. Bütün paragraf girintileri aynı hizada olmalıdır.
 - ✓ Metinde tablolara yer verilecekse tablolar şu şekilde gösterilmelidir: "**Tablo 1.**". Tablo ismi her kelimenin baş harfi büyük olacak şekilde tablonun üzerine ortalı bir şekilde yazılmalı, italik olmamalıdır. Şekillerde ise "**Şekil 1.**" denilerek her harfi büyük olacak şekilde şeklin altına ortalı yazılmalıdır. Şekil ve grafikler bilgisayarda çizilmeli; fotoğraf veya resimlerin çözünürlüğü yüksek olmalı, numaralandırılmalıdır.
 - ✓ Çalışmada hipotezlere yer verilecekse, hipotez gösterimi şöyle olmalıdır: "H₁". Hipotezler italik yazılmamalıdır.
 - ✓ Makalede yararlanılan kaynaklar "**SONUÇ**" bölümünden sonra "**KAYNAKLAR**" başlığı altında verilmelidir. Times New Roman fontuyla 10 punto, sağ-sol 0, asılı 1,25, satır aralığı "tek" olacak şekilde hazırlanmalıdır. Her kaynaktan sonra 1 satır boşluk bırakılmalıdır.
 - ✓ Makaledeki kaynaklar APA 7 (<https://apastyle.apa.org/>) stiline uygun olarak yazılmalıdır. Örnek kaynak gösterimini ve makale yazımında uyulması gereken kuralları ayrıntılı olarak inceleyebilmek için **Makale Şablonu**'na bakabilirsiniz.

REQUIRED FORMAT FOR ARTICLES

Guidelines for writing articles to be sent to the journal:

- ✓ The Journal of Institute of Social Sciences of Çukurova University is a peer-reviewed journal published at least twice a year.
- ✓ Papers must be submitted on the understanding that they have not been published elsewhere.
- ✓ The articles can be written in Turkish, English, French or German. If the article has been written in English, French or German, a summary in Turkish must also be included.
- ✓ The articles should be written in accordance with the spelling rules of the Turkish Language Association.
- ✓ Articles should be written in Microsoft Word 2003 or higher and they should be submitted through the online system.
- ✓ Use a concise and clearly written title that reflects the paper's content. Use capital letters and center alignment.
- ✓ Author names should be center aligned on the article; if there is more than one author, their names should be written side by side. Authorship information (University name, Faculty name, e-mail address, ORCID number) should be given in the footnote.
- ✓ The first page of the article should consist of only **SUMMARY** and **ABSTRACT** using the Article Template (**see Article Template**).
- ✓ Please adhere to the following formatting guidelines:
 - Paper size: A-4 vertical
 - Page layout: bottom 2.5 cm, top: 2.5 cm, left: 2.5 cm, right: 2.5 cm, header: 3 cm, footer: 3 cm.
 - Font: Times New Roman 10.
 - Use single line spacing. The entire article should not exceed 8,000 words.
- ✓ Write the footnotes using Times New Roman 8 and single line spacing. Footnotes should not be used except for end notes about studies on texts with archaic letters and important explanation about the study.
- ✓ The summary should be written using Times New Roman, 8 font size. It should not exceed one paragraph (it should fit into one paragraph if it should exceed one). Use single line spacing. The word length should be at least 150 and at the most 250. Align the summary to the left-hand side of the text.
- ✓ **Please adhere to the following formatting guidelines for the sections of the paper:**
 - INTRODUCTION (max. 3 pages)**
 - LITERATURE REVIEW**
 - METHODOLOGY**
 - RESEARCH FINDINGS**
 - RESULTS/CONCLUSION**

The section headings above should be written in **bold** with uppercase letters and aligned to the left. Titles should not be numbered and indented.

- ✓ The subtitles should be written in italics and in bold starting each word with a capital letter. Indent the start of a paragraph 0.5 cm. and align all the paragraphs.
- ✓ Guidelines for the tables in your article:
 - Add a numbered caption such as "**Table 1.**". The caption should be written above each table and center aligned starting with a capital letter, not italic. For the figures, add a numbered caption such as "**Figure 1.**" below each figure and center align starting with a capital letter. Use the table-function of your word processor. Provide each figure in a high-resolution format and number each one.
- ✓ If hypotheses are to be included in the study, they should be given as follows: "H¹:" Hypotheses should not be written in italics.
- ✓ The references section should appear at the end of the article after the "**CONCLUSIONS**" section and titled as "**REFERENCES**". Use Times New Roman 10 with left-right 0 and hanging 1,25. Use single line spacing and leave 1 space after each reference.
- ✓ Make sure that the information in each reference is complete and accurate according to the APA style guide, 7th edition (<https://apastyle.apa.org/>). Refer to the Article Template for a detailed review of samples and the rules to follow in article writing.

COVID-19 RİSK ALGISI ÖLÇEĞİNİN TÜRKÇE'YE UYARLAMASI: GEÇERLİLİK VE GÜVENİRLİK ÇALIŞMASI*

Ayşe ASLAN¹, Azmi YALÇIN²

Makale Bilgisi

Araştırma Makalesi

DOI: 10.35379/cusosbil.977428

Makale Geçmişi:

Geliş 01.08.2021

Düzeltilme 19.11.2021

Kabul 03.12.2021

Anahtar Kelimeler:

Covid-19 Risk Algısı,

Güvenilirlik ve Geçerlilik,

İş Tatmini,

Görev Performansı,

İşten Ayrılma Niyeti.

ÖZ

Mevcut araştırmanın temel amacı, Plohl ve Musil (2021) tarafından geliştirilen Covid-19 risk algısı ölçeğinin Türkçe'ye uyarlanarak güvenilirliğinin ve geçerliliğinin ortaya konulmasıdır. Bu kapsamda, kamu ve özel sektörde görev yapan çalışanlardan kolayda ve kartopu örneklem metodu kullanılarak anket aracılığıyla 887 veri elde edilmiştir. Söz konusu ölçüm aracının güvenilirliğini test etmek için içsel tutarlılık (Cronbach alpha) ve iki yarıya bölme yöntemi (split-half) kullanılırken yapı geçerliliğini test etmek için açıklayıcı ve doğrulayıcı faktör analizleri uygulanmıştır. Ayrıca ayrışma, birleşme ve ölçüt geçerliliklerini geçerliliğini saptamak amacıyla iş tatmini, görev performansı ve işten ayrılma niyeti ölçekleri kullanılmıştır. Veri analizi neticesinde, Covid-19 risk algısı ölçeğinin içsel tutarlılık katsayısının 0,92 olduğu bulgulanmış olup orijinal ölçüm aracıyla tutarlı bir şekilde tek boyutlu bir yapıya sahip olduğu doğrulanmıştır. Ayrıca, Covid-19 risk algısı ölçeğinin, yapı güvenilirliğini, ayrışma, birleşme ve ölçüt geçerliliğini sağladığı tespit edilmiştir. Elde edilen bulgular, Plohl ve Musil (2021) tarafından geliştirilen ve Türkçe'ye uyarlanan Covid-19 risk algısı ölçeğinin Türkiye bağlamında yapılacak olan araştırmalarda kullanılabilir, oldukça güvenilir ve geçerli bir ölçek olduğunu ortaya koymaktadır. Bu çalışmada ayrıca, Covid-19 risk algısının, iş tatmini ve görev performansı ile negatif ilişkili, işten ayrılma niyeti ile pozitif ilişkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

ADAPTATION OF COVID-19 RISK PERCEPTION INTO TURKISH: A VALIDITY AND RELIABILITY STUDY

Article Info

Research Article

DOI: 10.35379/cusosbil.977428

Article History:

Received 01.08.2021

Revised 19.11.2021

Accepted 03.12.2021

Keywords:

Covid-19 Risk Perception,

Reliability and Validity,

Job Satisfaction,

Task Performance,

Intention to Leave.

ABSTRACT

The main purpose of the current research is to adapt the Covid-19 risk perception scale developed by Plohl and Musil (2021) into Turkish and to reveal its reliability and validity. In this context, 887 data were obtained from the employees working in the public and private sectors, by using the convenience and snowball sampling methods via survey. While internal consistency (Cronbach alpha) and split-half method were used to test the reliability of the scale, explanatory and confirmatory factor analyses were applied to test the construct validity. In addition, job satisfaction, task performance and intention to leave scales were used to determine the validity of divergent, convergent and criterion validity. As a result of the data analysis, the internal consistency coefficient of the scale was found to be 0.92, and it was confirmed that it had a one-dimensional structure consistent with the original measurement tool. Moreover, it has been determined that Covid-19 risk perception scale provides construct validity, divergent validity, convergent validity and criterion validity. The findings reveal that the Covid-19 risk perception scale developed by Plohl and Musil (2021) and adapted to Turkish is a very reliable and valid scale that can be used in studies to be conducted in the context of Turkey. In this study, it was also concluded that Covid-19 risk perception is negatively related to job satisfaction and task performance, and positively related to intention to leave.

* E-48167523-044-13393nolu Etik Kurul kararı ile uygun bulunmuştur.

¹ Dr. Öğr. Üyesi, Şırnak Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, ayseaslan@sirnak.edu.tr, ORCID: 0000-0001-5742-8938.

² Prof. Dr., Çukurova Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, ayalcin@cu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-9323-3350.

Alıntılanmak için/Cite as: Aslan, A., Yalçın, A. (2022), COVID-19 Risk Algısı Ölçeğinin Türkçe'ye Uyarlaması: Geçerlilik Ve Güvenilirlik Çalışması, Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 31 (1), 1-20.

GİRİŞ

Bireylerin beklentilerini nasıl oluşturduklarını, güncellediklerini ve dolayısıyla davranış seçimlerini, özellikle de ekonomik davranışlarını anlamak hem politika yapımcılar hem de akademisyenler için kritik bir öneme sahiptir (Barrios & Hochberg, 2020, s. 1). Covid-19 gibi yeni, gözlemlenemeyen ve öngörülemez tehlikenin olduğu ortamlarda veya durumlarda bir kişinin söz konusu duruma ilişkin öznel risk algısı, kişinin davranışlarını etkileyebilmektedir (Yıldırım & Güler 2020, s. 1; Wise ve diğerleri, 2020, s. 2). Covid-19 pandemisine yönelik ortak mücadele zamanlarında, bireylerin çok farklı şekillerde davranış sergilemeleri; söz konusu yeni virüsle ilgili risk algısına dayandırılabilir, nitekim yeni virüse ilişkin risk algısı, farklı yerlerdeki bireylerin davranışları arasında büyük farklılıklara neden olabilmektedir (Cori ve diğerleri, 2020, s. 2). Duygu olarak risk modeli (risk-as-feelings model), insanların tehlikeye karşı tepkilerini; içgüdüsel ve sezgisel olarak tanımlamakta ve insanların tepkilerinin bir tehlikenin belirli özelliklerine bağlı olarak değiştiğini vurgulamaktadır. Riskler olağan dışı olduklarında, bilim tarafından bilinmediğinde, uzun süreli tedavi gerektiren bir hastalığa neden olduğunda ya da aynı anda birçok insanı öldürdüğünde daha tehlikeli olarak algılanmaktadır (Caserotti ve diğerleri, 2021, s. 2). Bu noktada, risk algısı, davranış değişikliği teorilerinin anahtar/temel bir bileşeni (Barrios & Hochberg, 2020, s. 1) olarak karşımıza çıkmaktadır. Nitekim, risk algısı çalışmaları; inançların, bilgilerin, değerlerin ve tutumların sadece kararları değil, aynı zamanda davranışları ve doğrudan insanların çevresel baskılara maruz kalmasını da etkilediğinin kabul edilmesi ile ilgili bir konu (Cori ve diğerleri., 2020, s. 1) olarak ifade edilmektedir.

Riskin; siyasal tutumlar ve politik kararlarda çok önemli bir faktör olduğuna inanılması nedeniyle risk algısının, 1970'lerden beri önemli bir araştırma konusu olduğu (Sjöberg, 2004, s. 51) göze çarpmaktadır. Sosyal bilimler alanında yapılan güncel birçok araştırma ve uygulamada risk algısına odaklanıldığı (Sjöberg, 2003, s. 187) dile getirilmektedir. Benzer şekilde, pandeminin insan üzerindeki etkisini azaltmada ve yönetmede yardımcı olabilecek psikolojik faktörleri belirlemek, önemli (Yıldırım ve diğerleri, 2021, s. 36) olduğundan Covid-19 pandemisinin vuku bulmasından bu yana birçok alanda Covid-19 ile ilgili araştırmalar yapılarak konu, bütün yönleriyle incelenmeye ve anlaşılmaya çalışılmaktadır. Bu kapsamda yabancı literatürde son zamanlarda yaşanan Covid-19 risk algısının birçok çalışmaya (Abdelrahman, 2020; Barrios & Hochberg, 2020; Burger vd., 2020; Cori vd., 2020; Cihan vd. 2020; Ding vd., 2020a; Ding vd., 2020b; Dratva vd., 2020; Dryhurst vd., 2020; Gerhold, 2020; Gorini vd., 2020; Iorfia vd., 2020; Jahangiry vd., 2020; Hou vd., 2020; Huynh, 2020a; Huynh, 2020b; Krok & Zarzycka, 2020; Kuang vd., 2020; Lanciano vd., 2020; Lohiniva vd., 2020; Niepel vd., 2020; Peres vd., 2020; Qian & Li, 2020; Samadipour vd., 2020; Serwaa vd., 2020; Taghrir vd., 2020; Wahed, vd., 2020; Xie vd., 2020; Ye & Lyu, 2020; Yıldırım & Güler 2020; Alschuler vd., 2021; Bae & Chang, 2021; Caserotti vd., 2021; Duong vd., 2021; Foroudi vd., 2021; Han vd., 2021; Lee, Wu & Lee, 2021a; Malecki vd., 2021; Plohl & Musil, 2021; Rana vd., 2021; Rodriguez-Besteirovd., 2021; Yan vd., 2021; Yıldırım vd., 2021; Zeballos Rivas vd., 2021; Zhong vd., 2021) konu olduğu tespit edilmiştir.

Türkiye bağlamında ise Covid-19 risk algısının belirleyicileri ya da sonuçlarını içeren sınırlı sayıda çalışmaya (Demir & Türkmen, 2020; Hoşgör & Aközlü, 2021; Duygun, 2021) rastlanılmıştır. Bu nedenle, çevresel riskler gibi diğer risk alanlarıyla karşılaştırıldığında, halkın ortaya çıkan bulaşıcı hastalıklarla ilişkili riskleri nasıl algıladığı hakkında çok daha az şey bilinmektedir (Dryhurst ve diğerleri, 2020, s. 995).

Risk algısı, bir riskle ilişkili olumsuz bir sonucun meydana gelme olasılığına ilişkin öznel yargılara işaret etmektedir (Duong ve diğerleri, 2021, s. 2). Bu doğrultuda Covid-19 risk algısı ise bir kişinin yeni koronavirüsün ciddi bir tehdit oluşturduğuna inanma derecesi olarak ifade edilmektedir (Plohl & Musil, 2021, s. 2). Covid-19, hem bilimin hem de insanların çok az bilgi ve deneyime sahip olduğu ya da hiç bilgi sahibi olmadığı, felaket niteliğinde değerlendirilen, dolayısıyla güçlü duygular uyandıran yeni bir hastalık olduğundan Covid-19'un yüksek risk algısına neden olması beklenmektedir (Caserotti ve diğerleri, 2021, s. 2).

Covid-19' a ilişkin risk algısı, Covid-19 virüsünün yayılmasını önleyici faaliyetlerde bulunma istekliliğini ve motivasyonunu etkileyebilecek faktörlerden biri olduğu gerekçesiyle insanların Covid-19 risk algılarını anlamak, sağlık politikasını iletmek için etkili bir yöntem olabilir (Ding ve diğerleri, 2020a, s. 2). Bununla birlikte risk algısı, koruyucu ya da önleyici tedbirlerin alınmasında tetikleyici bir rol oynadığı için (Cori ve diğerleri, 2020, s. 3) tedbir amaçlı, önleyici, koruyucu davranışları etkileyen önemli bir faktör olabilir (Zhong ve diğerleri, 2020, s. 14). Bunlara ek olarak, Covid-19 pandemisine verilen psikolojik ve davranışsal tepkileri değerlendirmek için Covid-19'a ilişkin algılanan riskin, koruyucu davranışlarla nasıl bağlantılı olduğunu belirlemenin çok önemli (Wise ve diğerleri, 2020, s. 2) olduğu vurgulanmaktadır. İnsanları bu riski önleyici davranışları benimsemeye ikna etmek ve etkili bir plan geliştirmek için bir riskin nasıl algılandığının bilinmesi gerekmektedir. Bu gerekçeyle insanların yeni hastalık olarak nitelendirilen Covid-19'a ilişkin risk algısının ölçülmesi, böyle bir durumda etkili bir plan hazırlanmasında ya da risk iletişiminin sağlanmasında ve söz konusu enfeksiyonun

kontrol altına alınmasında (Caserotti ve diğerleri, 2021) hastalığın daha geniş kitlelere yayılmasını önlemede faydalı bilgiler sağlayabilir. Öte yandan Covid-19 riskinin farkında olunmaması, erkeklerin veya gençlerin enfeksiyon risklerini hafife alma eğilimleri gibi sık bildirilen eğilimlerin söz konusu enfeksiyon riskiyle ilgili yanlış algıların ortaya çıkmasına neden olabileceği (Burger ve diğerleri, 2020, s. 5) ve hastalığın yayılımını arttırabileceği düşüncesi, Türkçe alanyazında Covid-19 risk algısı ile ilgili çok sınırlı sayıda çalışmanın olması, bu araştırmada Covid-19 risk algısı değişkeni ile ilgilenilmesinde bir başka önemli etkidir.

Bu çerçevede mevcut araştırmanın amacı, Plohl ve Musil (2021) tarafından geliştirilen Covid-19 risk algısı ölçeğinin Türkçe'ye uyarlanarak güvenilirliğinin ve geçerliliğinin tespit edilmesidir.

KAVRAMSAL VE KURAMSAL ÇERÇEVE

2019 yılının sonundan bu yana Wuhan'da insan sağlığına ciddi tehdit oluşturabilen, büyük ekonomik kayıplara ve paniğe neden olabilen en son ortaya çıkan bulaşıcı hastalıklardan biri olarak ifade edilen koronavirüs hastalığı (Covid-19) birdenbire ortaya çıkmıştır (Ding ve diğerleri, 2020a, s. 2). Bu nedenle, bugünlerde dünya; ciddi bir halk sağlığı krizi (Covid-19'un yayılması) yaşamakta (Ding vd., 2020b, s. 1) ve hızla yayılan yeni koronavirüs (Covid-19) tehdidi altındadır (Yıldırım ve diğerleri, 2021, s. 35). Covid-19 pandemisi, dünya çapında ülkelerde insanların sağlıkları başta olmak üzere, insanları fizyolojik, psikolojik ve toplumsal açılardan etkilediği gibi sağlık, eğitim ve ekonomi alanlarında, ülkelerin politik, yasal ve uluslararası ilişkilerinde, insanların çalışma ve sosyal hayatlarında pek çok alanı ve süreci radikal ve köklü bir biçimde etkilemektedir (Aslan & Yalçın, 2021: 95). Bu tarz kriz olayları, insanların günlük hayatlarını değiştirebilmekte ve hatta güvenliklerini tehdit edebilmektedir (Ding ve diğerleri, 2020b, s. 1). Bu gerekçeyle, Covid-19 pandemisi, dünya nüfusunun sağlığı ve iyi oluş düzeyi için benzersiz bir tehdit olarak (Alschuler ve diğerleri, 2021, s. 6) görülmektedir.

Covid-19 pandemisinin sürekli bir şekilde artmasından kaynaklanan karantina ve izolasyon tedbirlerinin uygulanması, insanların kaygılanmasına, endişeli hissetmesine ve kendilerini Covid-19'a yakalanma riski altında olduklarına ilişkin bir algıya kapılmalarına neden olmaktadır (Yıldırım & Güler, 2020, s. 1).

Risk terimi kavramsal olarak incelendiğinde, risk terimi için ne bilimde ne de kamuoyunda genel kabul görmüş bir tanım olmamasına rağmen (Renn, 1998, s. 50) risk kavramına ilişkin birçok tanımlamada “geleceği tahmin etme düşüncesi”, “belirsiz sonuçlar” (Joffe, 2003, s. 55), “gerçeklik ve bir şeyin olabileme ihtimali arasındaki ayırım” (Renn, 1998, s. 50) gibi ortak unsurlar belirtilmektedir. Risk kavramı, “insan eylemlerinin veya olaylarının, insanların değer verdiği unsurları etkileyen sonuçlara yol açma olasılığına” işaret etmektedir (Renn, 1998, s. 51). Bu çerçevede risk algısı, insanların maruz kaldıkları veya maruz kalabilecekleri tehlikelere ilişkin sezgisel değerlendirmelerini ifade etmektedir ve insanların belirli bir nedenle ilişkilendirdiği çok sayıda istenmeyen sonuçları içermektedir (Cori ve diğerleri, 2020, s. 3). Benzer bir tanımda yine risk algısı terimi genellikle bireylerin maruz kalabilecekleri tehlikeler hakkındaki yargıları ve değerlendirmeleri (Yang & Cho, 2017, s. e54) olarak açıklanmıştır.

Bilişsel psikolojide teorik bir kavram olarak risk algısı, tüketici davranışı ve turizm araştırmalarında, özellikle risk yönetimi ile ilgili çalışmalarda, insanların psikolojik ve davranışsal tepkileri hakkında fikir edinmek için kullanılmıştır (Zhan ve diğerleri, 2020, s. 2). Bu bağlamda risk algısı, bireyin dış dünyadaki çeşitli nesnel tehlikeleri algılamasını ve anlamasını ifade eden psikoloji kategorisine girmekte (Ding ve diğerleri, 2020a, s. 2) ve insanların bir olayın muhtemel/olası olumsuz sonuçlarına ilişkin öznel yargıları (Ding ve diğerleri, 2020b, s. 3) olarak ifade edilmektedir. Bu nedenle risk algısı, insanların olumsuz bir sonucun olasılığı ve sonuçlarına ilişkin psikolojik değerlendirmelerini yansıtmakta (Yıldırım & Güler, 2020, s. 1) ve insanların riskin özellikleri, riskin önem düzeyi/şiddeti ve riskin yönetilme şekli hakkında yarattığı subjektif düşüncesi (Cori ve diğerleri, 2020, s. 3) olarak da tanımlanmaktadır. Algılanan riskin bazı bileşenleri, finansal, fiziksel, psikolojik ve tatmin edici sonuçlar veya çıktılar ile ilgili konuları kapsar (Li ve diğerleri, 2015, s. 375).

Bu araştırma kapsamında Covid-19 risk algısını tanımlamak gerekirse, Covid-19 risk algısı; Covid-19 pandemisinin insanlar üzerinde yaratacağı fiziksel ve psikolojik olumsuz sonuçlara ek olarak örgütsel anlamda iş çıktıları üzerinde de olumsuz etkilere neden olacağına ve söz konusu virüsün insan yaşamı için bir tehdit olduğuna ilişkin bireylerin öznel ve sezgisel düşünceleri, değerlendirmeleri, yargılarıdır.

LİTERATÜR TARAMASI

Sağlık İnanç Modeli (Rosenstock, 1966), Koruma Motivasyonu Teorisi (Rogers, 1975) Genişletilmiş Paralel Süreç Modeli (Witte, 1992) dâhil olmak üzere çeşitli davranışsal değişim teorileri, risk algısının; davranışın çok önemli bir yordayıcısı olduğunu öne sürmektedir (Napper ve diğerleri, 2012, s. 1076; Duong ve diğerleri, 2021,

s. 3). Algılanan risk, tutum veya davranış değişikliğini motive etmek için tek başına yeterli olmasa da, değişim için gerekli görülmektedir (Napper ve diğerleri, 2012, s. 1076).

Risk algısı, çeşitli günlük aktivitelerde yer alan ve potansiyel risk içeren kararlar almak zorunda kaldıklarında insanların davranışlarını yönlendirmekten sorumlu bilişsel bir süreç (Capone ve diğerleri, 2020, s. 3) olarak tanımlanmaktadır. Bu gerçekle risk algısı, risk davranışlarını etkileyen önemli bir faktördür. Düşük risk algısına sahip kişiler, riskli davranışlarda bulunma veya önleyici davranışları azaltma eğilimindeyken yüksek risk algısına sahip kişiler önleyici davranış sergileme eğilimindedir (Ding ve diğerleri, 2020a, s. 2). Yüksek düzeyde Covid-19 risk algısı, insanların evde kalarak bir araya gelip toplanmasını önlediği gibi insanların birbirleri arasında fiziksel ve sosyal mesafeyi korumalarını ve kişisel hijyene (el yıkama) önem vermelerini sağlayarak Covid-19'un yayılımını önleyici davranışlar sergilemeleri yönünde de teşvik edebilir (Yıldırım & Güler, 2020, s. 1; Wise ve diğerleri, 2020, s. 10). Öte yandan, düşük düzeyde Covid-19 risk algısı, insanların koruyucu önlemlere ilişkin uyum sağlamalarını olumsuz yönde etkileyebilir, hastalığın aile bireylerine ve halka bulaşmasını artırabilir, sonuç itibarıyla artan vaka ve ölüm sayılarını beraberinde getirebilir (Hoşgör & Aközül, 2021, s. 183). Bunlara ek olarak Covid-19 risk algısının ve risk algısıyla ilgili faktörlerin, insanların akıl sağlığı (Ding vd., 2020b); sağlıkla ilgili davranışsal niyetler (tutumlar, algılanan normlar ve öz yeterlilik) (Duong ve diğerleri, 2021, s. 3) üzerinde de önemli etkilere sahip olduğu görülmektedir.

İlgili alan yazın incelendiğinde son zamanlarda yaşanan Covid-19 risk algısının birçok çalışmaya (Abdelrahman, 2020; Barrios & Hochberg, 2020; Burger vd., 2020; Cori vd., 2020; Cihan vd. 2020; Ding vd., 2020a; Ding vd., 2020b; Dratva vd., 2020; Dryhurst vd., 2020; Gerhold, 2020; Gorini vd., 2020; Iorfa vd., 2020; Jahangiry vd., 2020; Hou vd., 2020; Huynh, 2020a; Huynh, 2020b; Krok & Zarzycka, 2020; Kuang vd., 2020; Lanciano vd., 2020; Lohiniva vd., 2020; Niepel vd., 2020; Peres vd., 2020; Qian & Li, 2020; Samadipour, Ghardashi & Aghaei, 2020; Serwaa vd., 2020; Taghrir vd., 2020; Wahed, vd., 2020; Xie vd., 2020; Ye & Lyu, 2020; Yıldırım & Güler 2020; Alschuler vd., 2021; Bae & Chang, 2021; Caserotti vd., 2021; Duong vd., 2021; Foroudi, Tabaghdehi & Marvi, 2021; Han vd., 2021; Lee, Wu & Lee, 2021a; Malecki, Keatin & Safdar, 2021; Plohl & Musil, 2021; Rana vd., 2021; Rodriguez-Besteirovd., 2021; Yan vd., 2021; Yıldırım, Geçer & Akgül, 2021; Zeballos Rivas vd., 2021; Zhong vd., 2021) konu olduğu tespit edilmiştir.

Çeşitli faktörlerden etkilenen risk algılamalarında (Ding ve diğerleri, 2020a, s. 2) kültürel faktörlerin önemli bir rol oynadığı (Wise ve diğerleri, 2020, s. 12) belirtilmektedir. Yaş veya sağlık durumu gibi faktörler de bireylerin virüs tehdidini nasıl algıladıklarını şekillendirebilmektedir (Alschuler ve diğerleri, 2021, s. 1). Nitekim, daha önce yapılan çalışmalarda bazı demografik özelliklerin (cinsiyet, medeni durum, yaş, meslek, yaşanılan yerin özelliği, kronik rahatsızlığının olup olmaması vb.) insanların hastalıklara yönelik risk algısı üzerinde etkiye sahip olduğunu amprik açıdan kanıtlar sunulmuştur (akt: Hoşgör & Aközül, 2021, s. 182). Bununla birlikte, risk algısının yaşa göre farklılık gösterdiği (Capone ve diğerleri, 2020, s. 3) de vurgulanmaktadır. Birden fazla ülkede yapılan analizlerde, virüsle doğrudan kişisel deneyimi olan ve daha toplum yanlısı bir dünya görüşüne sahip olan insanlarda Covid-19 risk algısının daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Dryhurst ve diğerleri, 2020, s. 1003).

Covid-19 risk algısının, insanların psikolojik ve davranışsal tepkileri hakkında fikir edinmek için kullanıldığı (Zhan ve diğerleri, 2020, s. 2), risk algısının; davranışın çok önemli bir yordayıcısı olduğu (Napper ve diğerleri, 2012, s. 1076; Duong ve diğerleri, 2021, s. 3) ve tutumlar üzerinde etkisi olduğu (Duong ve diğerleri, 2021, s. 3), alanyazında en çok ilgilenele, çalışılan, araştırılan iş tutumunun ise iş tatmini (Newstrom & Davis, 1997, s. 276; Lambert, Hogan & Griffin, 2007, s. 644) olduğu vurgulanmaktadır. Bunlara ek olarak Covid-19 salgınıyla mücadele etmek için hükümetlerin aldığı önlemlerin; insanların ekonomik, fiziksel ve zihinsel iyi-oluş düzeylerini ve ayrıca çalışanların gelecekteki görev performanslarını nasıl etkileyeceğinin belirsiz olduğunun (Aguiar-Quintana ve diğerleri, 2021, s. 1) ve enfeksiyonun yayılmasına veya bulaşmasına yol açan herhangi bir vaka gibi, Covid-19 tehlikesinin de çalışanların çeşitli nedenlerle işten ayrılma niyetlerini etkileyebileceğinin (Varasteh, Esmaeili & Mazaheri, 2021, s. 2) de altı çizilmektedir. Bu görüşlerden hareketle mevcut çalışmada Covid-19 risk algısı ölçeğinin ölçüt geçerliliğini sınamak için iş tatmini, görev performansı ve işten ayrılma niyetine ilişkin ölçekler kullanılmıştır. Kavramsal açıdan kısaca bu değişkenleri tanımlamak gerekirse, iş tatmini, insanların işlerini ne ölçüde sevdiğini, işlerini ne kadar tatmin edici buldukları veya çalışanın ihtiyaçlarının, işi tarafından karşılandığını nasıl algıladığı (Soto-Rubio, Giménez-Espert, & Prado-Gascó, 2020, s. 3) olarak tanımlanmaktadır. İşten ayrılma niyeti, bir çalışanın belirli bir süre içinde işini gönüllü olarak bırakma seçeneği olarak (Zhang ve diğerleri, 2020, s. 2) ifade edildiği gibi, çalışanın çalıştığı organizasyondan ayrılma konusunda bilinçli ve kasıtlı bir istekliliği (Tett & Meyer, 1993, s. 262) olarak da tanımlanmaktadır. Görev performansı ise, resmî olarak icra edilen mesleğin bir parçası olarak belirtilen (Borman & Motowidlo, 1993) bir işi, diğer bir işten

ayırarak, bir işin önemli vazife ve görevlerini temsil eden (Jawahar & Carr, 2007, s. 330) ve dolayısıyla çalışanların görev tanımları doğrultusunda gösterdikleri performanstır (Ünlü & Yürür, 2011, s. 183).

Bazı araştırmalarda, iş tatmininin; çalışanların tükenmişliğini önlemesi ve Covid-19 pandemisini atlattırması için kritik bir psikolojik kaynak olduğu da vurgulanmaktadır (akt: Yan ve diğerleri, 2021, s. 4). Li ve arkadaşları (2015) çalışmasında risk algısının, turist tatmini üzerinde negatif bir etkiye sahip olduğu, benzer şekilde, Yan ve arkadaşları (2021) çalışmasında Covid-19 risk algısı ve iş tatmini arasında negatif bir ilişki olduğu görülmektedir.

Bununla birlikte, Covid-19 riskinin çalışma motivasyonunun azalmasıyla ilişkilendirildiği ve bunun da akademik performansın düşmesine neden olabileceği belirtilmiştir (Lee ve diğerleri 2021b, s. 2). Benzer şekilde, Rosenstock (1974), algılanan riski, müşteri davranışını ve firma performansını tahmin etmede kritik bir bileşen olarak ele almıştır (Chi, 2021, s. 4). Ayrıca, Lee ve arkadaşları (2021b) da Covid-19 risk algısının, düşük akademik performans üzerinde pozitif etkisinin olduğu sonucuna ulaşmıştır. Bu sonuca göre Covid-19'un, risk algısı ve performans üzerinde negatif bir etkiye sahip olduğu çıkarımı yapılabilmektedir. Ancak, Yiğitöl ve Büyükmumcu, (2021) Covid-19 korkusunun, iş performansı üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisinin olmadığını bulgulamıştır. Bu araştırmalara ek olarak 2003 yılının başlarında şiddetli akut solunum sendromunun (SARS) patlak vermesi sırasında, Çin'de yapılan bir araştırmada, SARS vakasının; bazı öğrencilerin hemşirelik işlerinde karşılaşabilecekleri tehlikeleri daha iyi anlamalarını sağladığını ve gelecekteki iş güvenliği konusunda onları endişelendirdiğini ve gelecekte hemşirelik işini bırakma düşüncelerini teşvik ettiğini göstermektedir (akt: Nie ve diğerleri, 2021, s. 2). Benzer şekilde, Yiğitöl ve Büyükmumcu, (2021) Covid-19 korkusunun, işten ayrılma niyetini pozitif yönde etkilediğini ve Covid-19 korkusu ile işten ayrılma niyetinin pozitif ilişkili olduğunu bulgulamıştır.

İlgili alan yazın Türkiye bağlamında incelendiğinde, Covid-19 korku (Ladikli ve diğerleri, 2020; Aslan & Yalçın, 2021; Aslan, 2021; Katra & Korkmaz, 2021) ve kaygı düzeyinin (Arslan, Karagöz & Arslan, 2021) çeşitli değişkenler açısından incelendiği ancak, Covid-19 risk algısının belirleyicileri ya da sonuçlarını içeren sınırlı sayıda çalışmaya (Demir & Türkmen, 2020; Hoşgör & Aközlü, 2021; Güner ve diğerleri, 2021) rastlanılmıştır. Bununla birlikte, Covid-19 korku düzeyi (Ladikli ve diğerleri, 2020; Kaya ve diğerleri, 2021) ve kaygı düzeyine (Tekkurşun Demir, Cicioğlu & İlhan, 2020) ilişkin ölçeklerin Türkçe geçerliliğinin yapıldığı ancak, Covid-19 risk algısına ilişkin Türkçe bir ölçek olmadığı ve Covid-19 risk algısının çalışan iş tutumlarıyla ilişkisini gösteren herhangi bir çalışmanın olmadığı görülmüştür. Bu araştırma sonucunda Türkiye bağlamında çalışanların Covid-19 risk algısı ve ilgili konularda araştırma yapmak isteyen araştırmacıların kullanabileceği bir ölçüm aracı ortaya konularak Covid-19 risk algısının bazı iş tutumları ile ilişkisi tespit edilip literatüre katkı yapması hedeflenmektedir.

YÖNTEM

Bu araştırmada nicel analiz yöntemlerinden biri olan tarama araştırması yapılmaktadır. Tarama araştırma tekniklerinden ise ilişkisel ve nedensel tarama teknikleri kullanılmıştır. Araştırmada kullanılmak üzere toplanan veri, online (424 anket) ve yüz yüze (463 anket) olmak üzere anket aracılığıyla elde edilmiştir.

Araştırmanın yapılabilmesi için gerekli olan etik kurul onay belgesi için Şırnak Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Etik Kurul Komisyonu, 30.06.2021 tarih, 11959 sayılı dilekçeye istinaden, 14.07.2021 tarihinde E-48167523-044-13393 sayılı komisyon kararında araştırmada kullanılan anketin etik açıdan uygun olduğu görüşünü belirtmiştir. Ankette yer alan ifadeler 5'li Likert Tipi Ölçek (1=Kesinlikle Katılmıyorum, 5= Kesinlikle Katılıyorum) kullanılarak kolayca ve kartopu örnekleme metodu yöntemiyle toplanmıştır.

Araştırmada analizleri gerçekleştirmek için SPSS 26.00 programı ile AMOS 24.00 programı kullanılmıştır.

Veri Toplama Araçları

Covid-19 risk algısını ölçmek ve Türkçe'ye güvenilirlik ve geçerliliğini yapmak için Plohl ve Musil (2021) tarafından uyarlanan Covid-19 risk algısı ölçeğinden yararlanılmıştır. Ölçüm aracında yer alan maddeler/ifadeler; HIV risk algısı (örn: Napper ve diğerleri, 2012) ve SARS risk algısı (örn: Brug ve diğerleri, 2004) ölçeklerine benzemektedir ve HIV risk algısı ve SARS risk algısı ölçeklerinde yer alan ifadelerin uyarlanmış versiyonudur (Plohl & Musil, 2021).

Covid-19 risk algısı ölçeği, bireyin kendisini değerlendirdiği bir ölçektir. Söz konusu ölçek, orijinalde tek boyutlu bir yapıya sahip olup 6 maddeden oluşmakta ve 7'li Likert Tipi ölçek (1= Kesinlikle Katılmıyorum, 7= Kesinlikle Katılıyorum) ile değerlendirilmektedir (Plohl & Musil, 2021, s. 5). Ölçüm aracının içsel tutarlılık değeri olarak hesaplanan Cronbach Alpha değeri $\alpha = 0,72$ olarak bulunmuştur.

Mevcut araştırmada Covid-19 risk algısı ölçeğinin Türkçe uyarlaması yapılırken Brislin ve arkadaşları (1973) tarafından geliştirilen beş aşamalı yöntemden yararlanılmıştır. Bu aşamalar aşağıda belirtilmiştir:

- ✓ Birinci aşamada, ölçüm aracı yer alan ifadeler İngilizce'den Türkçe'ye çevrilmiştir.
- ✓ İkinci aşamada, ilk çeviri versiyonu değerlendirilmiştir.
- ✓ Üçüncü aşamada, ilk yapılan Türkçe çeviri tekrardan İngilizce'ye çevrilmiştir.
- ✓ Dördüncü aşamada, İngilizce'ye çevrilen yeni ölçüm maddeleri değerlendirilmiştir.
- ✓ Beşinci aşamada ise örgütsel davranış alanında uzmanlaşmış üç öğretim üyesinin uzman görüşüne başvurularak ölçüm maddesindeki ifadelerin Türkiye bağlamında kültürel açıdan uygunluğu değerlendirilmiştir (Brislin ve diğerleri, 1973).

Uzman görüşleri neticesinde ölçüm aracı gerekli düzeltmeler yapılmıştır. Daha sonra Şırnak ilinde çalışan 172 personele pilot çalışma gerçekleştirilmiş ve 6 maddelik Covid-19 risk algısı ölçeğinin güvenilirlik analizi sonucunda ölçüm maddelerinin içsel tutarlılığını gösteren Cronbach Alpha değeri $\alpha = 0,864$ olarak hesaplanmıştır.

İş tatminini ölçmek için Camman ve arkadaşları (1979) tarafından geliştirilen Cronbach Alpha değeri 0,77 ile 0,79 arasında değişen (Camman ve diğerleri, 1979) ve Ülbeği ve arkadaşlarının (2014; $\alpha = 0,95$) çalışmasında yararlandığı, tek boyutlu, 3 ifadeden oluşan ölçek kullanılmıştır. İşten ayrılma niyetini ölçmek için Cammann, Fichman, Jenkins ve Klesh (1979; $\alpha = 0,83$) tarafından geliştirilen ve Ülbeği ve arkadaşları (2014; $\alpha = 0,94$) tarafından kullanılan, 3 maddeli tek boyutlu ölçek kullanılmıştır. Görev performansını ölçmek için ise Veerasamy ve arkadaşları (2013) tarafından kullanılan ve Develi'nin (2020; $\alpha = 0,901$) çalışmasında geçerliliği yapılan 8 maddeli tek boyutlu ölçek kullanılmıştır.

Araştırma Evreni ve Örneklemi

Araştırmanın evreni, Türkiye'de faaliyet gösteren kamu ve özel sektör çalışanlarını kapsamaktadır. Araştırma örneklemine ise zaman ve bütçe kısıtlamaları nedeniyle araştırma evreninden kolayda ve kartopu örneklem metodu kullanılarak ulaşılmıştır. Bu kapsamda araştırma örnekleme, 887 kamu, özel sektör çalışanından oluşmaktadır. İlgili alanyazında faktör analizi yapılabilmesi için kabul edilebilir örneklem büyüklüğünün en az 300 olması (Worthington & Whittaker, 2006, s. 817) veya örneklem büyüklüğünün (N); tahmin edilen parametre sayısına (q), başka bir deyişle ölçüm aracı yer alan madde sayısına, oranının en az $(10:1 < N:q < 20:1)$ arasında 10 ile 20 aralığında olması (Hair ve diğerleri, 2010, s. 101) gerektiği önerilmektedir.

Mevcut araştırmada değişkenleri ölçmek amacıyla toplam 20 parametre kullanılmıştır. Elde edilen örneklem boyutu ise 887 olduğundan $N:q = 887:20 = 44,35$ olarak hesaplanmış ve araştırmanın kabul edilebilir bir örneklem büyüklüğüne sahip olduğu tespit edilmiştir.

Katılımcıların demografik özelliklerine ilişkin bilgiler Tablo 1'de gösterilmektedir.

Tablo 1. Katılımcıların Demografik Özellikleri

N=887		Frekans	Yüzde (%)
Cinsiyet	Kadın	417	47
	Erkek	470	53
Yaş	30 yaş ve altı	176	19,8
	31-40 yaş	447	50,4
	41-50 yaş	146	146
	51 yaş ve üzeri	118	118
Çalışılan Sektör	Kamu Sektörü	525	59,2
	Özel Sektör	300	33,8
	Kamu- Özel İştirakleri	62	7
Kronik Rahatsızlık Durumu	Var	201	22,7
	Yok	686	77,3
Araştırmaya Katılma Şekli	Online anket	424	47,8
	Yüzyüze anket	463	52,2

Tablo 1'de görüldüğü üzere, katılımcıların %53'ü erkek, büyük çoğunluğu (%50,4'ü) 31 ile 40 yaş aralığında, %59,2'si kamu sektöründe çalışmaktadır. Ayrıca %77,3 katılımcı, kronik rahatsızlığı bulunmadığını belirtmiştir. Mevcut araştırmada katılımcıların %52,2'si yüzyüze anket yöntemiyle araştırmaya katılırken %47,8'i online anket yöntemiyle araştırmaya katılmıştır.

ARAŞTIRMA BULGULARI

Güvenilirlik Bulguları

Covid-19 risk algısı ölçeğinin güvenilirlik düzeyi Cronbach alfa ve ikiye bölme (split-half) yöntemi ve yapı güvenirliliği dikkate alınarak tespit edilmiştir. İlgili alanyazında Cronbach alpha değerinin 0,70'ten büyük olması, incelenen ölçüm aracının güvenilir olduğunu (Hair ve diğerleri, 2010, s.124) ortaya koymaktadır. Bu doğrultuda Covid-19 risk algısı ölçeğinin içsel tutarlılık düzeyine işaret eden Cronbach Alpha α değeri 0,922>0,70 olduğundan (Hair ve diğerleri, 2010, s. 124) ve $0,80 \leq \alpha < 1,00$ arası değer ölçeğin yüksek derecede güvenilir olduğunu gösterdiğinden (akt: Yeşiltaş, 2021, s. 211) söz konusu ölçeğin içsel tutarlılığının çok yüksek olduğu kanıtlanmıştır. Bununla birlikte, ikiye bölme yöntemi güvenilirlik analizi sonucuna göre ilk yarı alpha değeri 0,842 iken ikinci yarı alpha değeri ise 0,892 ve Spearman-Brown katsayısı ise 0,901 olduğu tespit edilmiştir. Bunlara ek olarak, doğrulayıcı faktör analizi neticesinde hesaplanan yapı güvenirliliği katsayısı, 0,922 olarak elde edilmiştir (bk. Tablo 6). Yapı güvenirliliğinin (CR) 0,70'ten büyük olması (Hair ve diğerleri, 2010, s. 693) istenmektedir. Covid-19 risk algısı CR değeri, istenen düzeyden yüksek değer almış ve yapının güvenilir olduğunu göstermiştir (Hair ve diğerleri, 2010, s. 693).

Tablo 2. Covid-19 Risk Algısı Ölçeğinin Güvenilirlik Analizi Sonuçları

Covid-19 Risk Algısı Ölçeğinin İfadeleri	Düzeltilmiş Madde Toplam Korelasyonu	Madde Çıkarıldığında Cronbach Alpha Değeri	Ortalama	Standart Sapma	Çarpıklık	Basıklık
KRA1: Covid-19 enfeksiyonuna karşı savunmasız hissediyorum.	0,774	0,909	2,92	1,52	0,130	-1,496
KRA2: Covid-19 virüsünün aile üyelerime bulaşacağı ihtimali olduğuna inanıyorum.	0,768	0,909	3,48	1,47	-0,545	-1,171
KRA3R: Covid-19 virüsünün bana bulaşma ihtimali son derece düşüktür.	0,710	0,917	3,31	1,43	-0,375	-1,271
KRA4: Covid-19'a yakalandığımı düşünmüyorum ya da hayal bile etmek istemiyorum.	0,759	0,911	3,01	1,49	0,027	-1,503
KRA5: Covid-19'un ciddi bir tehdit oluşturduğuna inanıyorum.	0,823	0,902	3,42	1,59	-0,374	-1,507
KRA6: Covid-19'un bana bulaşması konusunda endişeleniyorum.	0,829	0,901	3,30	1,52	-0,239	-1,494
Toplam 6 maddenin Cronbach Alpha değeri $\alpha = 0,922$						
Split Half Yöntemi (3 madde) İlk yarı alpha değeri = 0,842; (3 madde) İkinci yarı alpha değeri: 0, 892						
İki yarı güvenirliliğine ilişkin iki yapı arasındaki korelasyon: 0,820 Spearman-Brown katsayısı ise 0,901						
KRA3R maddesi ters kodlanması gereken bir ifadedir.						

Tablo 2'de görüldüğü üzere, ölçüm aracının çarpıklık ve basıklık değerleri verinin normal dağılımdan aşırı derece sapmadığını göstermektedir. Nitekim, çarpıklık ve basıklık değerleri, sıfırın üstünde veya altında değer aldığı anda veri setindeki ilgili ölçeğin normal dağılımdan uzaklaştığının göstergesidir (Hair ve diğerleri, 2010, s. 70). West ve arkadaşları (1995, s. 68) ise çarpıklık için 2, basıklık için 7 değerlerini kesme değer olarak belirtmektedir. Tablo 2'de ayrıca ölçekte yer alan maddelerin düzeltilmiş toplam madde korelasyonlarının 0,20'den (Kalkan & Kaya, 2007, s. 38) büyük olduğu ve ölçekte yer alan ifadelerin herhangi birisinin ölçekten çıkarılması durumunda ölçeğin içsel tutarlılık düzeyinde herhangi bir iyileşme olmadığı görülmektedir. Tüm bu güvenilirlik analizleri sonucunda, Covid-19 risk algısı ölçeğinin güvenilir bir ölçüm aracı olduğu çıkarımı yapılabilmektedir.

Araştırmada kullanılan diğer ölçüm araçlarına ilişkin ortalama, varyans ve güvenilirlik sonuçları Tablo 3'te gösterilmektedir.

Tablo 3. Araştırmada Kullanılan Ölçeklerin Ortalama, Varyans ve İçsel Tutarlılık Değerleri

Ölçek	Madde Sayısı	N	Ortalama	Varyans	Cronbach Alpha
Covid-19 Risk Algısı	6	887	3,241	2,276	0,922
İş Tatmini	3	887	3,424	2,190	0,921
Görev Performansı	8	887	3,705	1,916	0,963
İşten Ayrılma Niyeti	3	887	2,345	2,227	0,952

Tablo 3'te görüldüğü üzere mevcut araştırmada kullanılan ölçüm araçlarının hepsinin içsel tutarlılık düzeyi Cronbach Alpha>0,70 olduğu için (Hair ve diğerleri, 2010, s. 124) ölçeklerin güvenilir olduğu yorumu yapılabilmektedir.

Geçerlilik Bulguları

Covid-19 risk algısı, görev performansı, iş tatmini ve işten ayrılma niyeti ölçeklerinin faktör yapısını ortaya koymak amacıyla her ölçüm aracına ayrı ayrı keşfedici faktör analizi yapılmıştır. Faktör analizlerinde tek boyutlu yapılar oldukları için (Gürbüz & Şahin, 2016) temel bileşenler analizi kullanılmıştır ve keşfedici faktör analizine ilişkin bulgular Tablo 4'te gösterilmektedir.

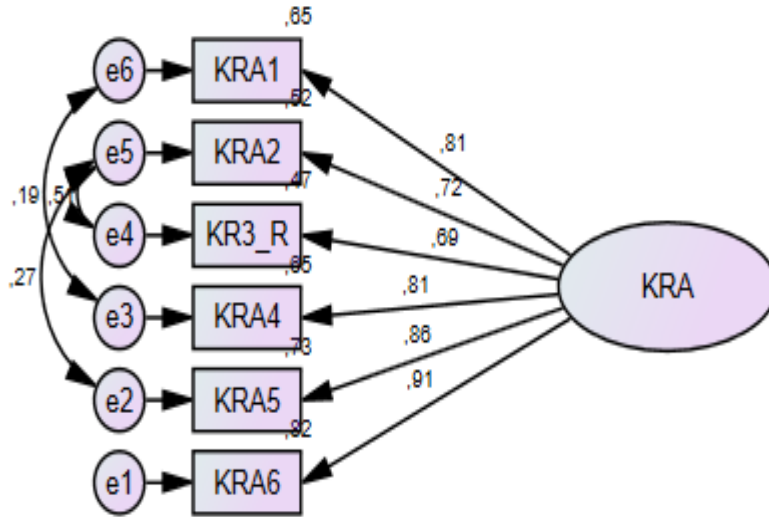
Tablo 4. Ölçeklerin Keşfedici Faktör Analizine İlişkin Bulgular

Değişkenler ve Ölçek İfadeleri	Faktör Yükleri			
	KRA	GP	İT	İAN
Covid-19 Risk Algısı (KRA)				
KRA6. Covid-19'un bana bulaşması konusunda endişeleniyorum.	0,887			
KRA5. Covid-19'un ciddi bir tehdit oluşturduğuna inanıyorum.	0,884			
KRA1. Covid-19 enfeksiyonuna karşı savunmasız hissediyorum.	0,846			
KRA2. Covid-19 virüsünün aile üyelerime bulaşacağı ihtimali olduğuna inanıyorum.	0,841			
KRA4. Covid-19'a yakalandığımı düşünemiyorum ya da hayal bile etmek istemiyorum.	0,835			
KRA3_R. Covid-19 virüsünün bana bulaşma ihtimali son derece düşüktür.*	0,796			
KMO= 0,878; Toplam Açıklanan Varyans= % 72,047 Barlett Küresellik Testi Ki-Kare = 3966,731; serbestlik derecesi (df)= 15; p= 0,000 Temel bileşenler analizi yapılmıştır. * KRA3_R maddesinin ters kodlanması gerekmektedir.				
Görev Performansı (GP)				
GP6. İşleri tamamlamak için engelleri aşmada kararlıyım.		0,913		
GP2. İşle ilgili çoğu prosedürü/uygulamaları anlıyorum.		0,910		
GP4. İşimde yeterince iyiyim.		0,906		
GP5. Yeni görevleri heyecanla üstlenirim.		0,902		
GP1. Etkili/verimli bir şekilde çalışırım.		0,898		
GP3. Yeni iş becerilerini çabucak öğrenirim.		0,898		
GP8. İşle ilgili hataların sorumluluğunu üstlenirim.		0,886		
GP7. Yardım almaksızın işle ilgili çoğu sorunu çözerim.		0,829		
KMO= 0,953; Barlett Küresellik Testi Ki-Kare = 7766,210; serbestlik derecesi (df)= 28; p= 0,000 Toplam Açıklanan Varyans= % 79,764 Temel bileşenler analizi yapılmıştır.				
İş Tatmini (İT)				
İT1. Genellikle işimden memnunum.			0,953	
İT3. Genellikle burada çalışmayı seviyorum.			0,937	
İT2_R. Genel olarak işimden hoşlanmıyorum.*			0,898	
KMO= 0,730; Barlett Küresellik Testi Ki-Kare = 2121,216; serbestlik derecesi (df)= 3; p= 0,000 Toplam Açıklanan Varyans= % 86,382 Temel bileşenler analizi yapılmıştır. * İT2_R maddesinin ters kodlanması gerekmektedir.				
İşten Ayrılma Niyeti (İAN)				
İAN2. Büyük ihtimalle gelecek yıl yeni bir iş arayacağım.				0,960
İAN1. Sık sık işimi bırakmayı düşünüyorum.				0,956
İAN3. Gelecek yıl bu işyerinden ayrılacağım.				0,950
KMO= 0,775; Barlett Küresellik Testi Ki-Kare = 2713,110; serbestlik derecesi (df)= 3; p= 0,000 Toplam Açıklanan Varyans= % 91,246 Temel bileşenler analizi yapılmıştır.				

Veri setine ilişkin örneklem büyüklüğünün faktör analizi için yeterli büyüklükte olup olmadığını belirleyebilmek için Tablo 4'te yer alan KMO değeri incelenmiştir. Tablo 4'te Covid-19 risk algısı ölçeği için KMO değerinin 0,878; görev performansı ölçeği için KMO değerinin 0,953; iş tatmini ölçeği için KMO değerinin 0,730 ve işten ayrılma niyeti ölçeği için KMO değerinin 0,775 olduğu görülmektedir. Ölçeklerin KMO değerlerinin hepsinin Leech ve arkadaşlarının (2005) belirttiği 0,50 ve 0,70 değerinden büyük değer aldığı saptanmıştır. Bu gerekçeyle araştırmada kullanılan veri setinin faktör analizleri için yeterli büyüklükte olduğu yorumu yapılmaktadır (Leech ve arkadaşları, 2005). Bütün ölçeklerde Barlett küresellik testine ilişkin Ki-kare değerine ilişkin anlamlılık değeri $p=0.00<0,05$ olduğundan Barlett Küresellik testi, anlamlı bulunmuştur. Başka bir ifadeyle, araştırmanın veri setinin çok değişkenli normal dağılımdan geldiği (Çokluk ve diğerleri, 2012, s.

219) söylenebilmektedir. Covid-19 risk algısı ölçeğine ilişkin maddelerin faktör yükleri 0,796 ile 0,887 arasında değer alırken görev performansı ölçeğinin maddelerinin faktör yükleri 0,829 ile 0,913 arasında değer almaktadır. İş tatmini ölçeğine ilişkin ifadelerin faktör yüklenim değerleri 0,898 ile 0,953 arasındayken işten ayrılma niyeti ölçeğine ilişkin maddelerin faktör yüklenimleri 0,950 ile 0,960 arasındadır. Ölçeklerde yer alan maddelerin keşfedici faktör analizine ilişkin faktör yüklerinin Çokluk ve arkadaşlarının (2012) önerdiği 0,32 değerinden büyük olduğu görülmektedir. Keşfedici faktör analizinde Covid-19 risk algısı ölçeği için özdeğeri birden büyük tek boyutlu 6 maddeden oluşan bir yapı; görev performansı ölçeği için özdeğeri birden büyük tek boyutlu 8 maddeden oluşan bir yapı karşımıza çıkmıştır. İş tatmini ölçeği için özdeğeri birden büyük tek boyutlu 3 maddeden oluşan bir yapı; işten ayrılma niyeti ölçeği için özdeğeri birden büyük tek boyutlu 3 maddeden oluşan bir yapı karşımıza çıkmıştır. Ölçeklerin toplam açıkladığı varyanslar incelendiğinde bütün değerlerin Büyüköztürk'ün, (2002, s. 479) belirttiği, %60' tan yüksektir. Buna göre, ilgili kavramların iyi ölçüldüğü (Büyüköztürk, 2002, s. 479) yorumu yapılabilmektedir. Sonuç olarak, Covid-19 risk algısı ölçeğinin orijinal ölçeğe benzer şekilde 6 maddeden oluşan tek boyutlu faktör yapısına sahip olduğu saptanmıştır. Benzer şekilde, görev performansı (8 madde), iş tatmini (3 madde) ve işten ayrılma niyeti (3 madde) ölçeklerinin de orijinal ölçeklerine benzer şekilde tek boyutlu faktör yapısına sahip oldukları tespit edilmiştir.

Covid-19 risk algısı ölçeğinin keşfedici faktör analizi neticesinde ortaya çıkan faktör yapısının yapısal geçerliliğini sınamak amacıyla Amos 24.00 programında doğrulayıcı faktör analizi yapılmıştır ve Şekil 1'de gösterilmiştir. Doğrulayıcı faktör analizinde maksimum olabilirlik yöntemi kullanılmıştır ve uyum model tahmin sonucunda kötü uyum indeksleri görüldüğünden, kuramsal ilişkilere bağlı kalmak şartıyla, modelin uyumunu geliştirmek için modifikasyon yapılmıştır (Bayram, 2010, s. 58).



Şekil 1. Covid-19 Risk Algısı Ölçeği Doğrulayıcı Faktör Analizi

Şekil 1'de görüldüğü üzere doğrulayıcı faktör analizine ilişkin standardize edilmiş regresyon katsayıları incelenmiştir. Covid-19 risk algısı değişkenine ilişkin maddelerin faktör yüklenim değerleri, 0,69 ile 0,91 arasında değer aldığı ve istatistiksel olarak anlamlı oldukları görülmüştür. Doğrulayıcı faktör analizine ilişkin model uyum indeksleri Tablo 5'te gösterilmektedir.

Tablo 5. Covid-19 Risk Algısı Ölçeği Doğrulayıcı Faktör Analizine İlişkin Model Uyum İndeksleri

Ölçüm	İyi Uyum	Kabul Edilebilir Uyum	Doğrulayıcı Faktör Analizi Modelinin Uyum İndeksleri
(χ^2/sd)	≤ 3	$4 \leq \chi^2/sd \leq 5$	3,088
RMSEA	≤ 0.05	0.05-0.08	0,049
RMR	0.00-0.05	0.05-0.08	0,027
NFI	≥ 0.95	0.94-0.90	0,995
CFI	≥ 0.97	≥ 0.95	0,997
GFI	≥ 0.90	0.89-0.85	0,993
AGFI	≥ 0.90	0.89-0.85	0,976

TLI	≥ 0.95	0.94-0.90	0,992
IFI	≥ 0.95	0.94-0.90	0,997
Ki-kare (χ^2)= 18,525; serbestlik derecesi (df)= 6; p=0,005			

Tablo 5'te görüldüğü üzere Ki-kare değerlerinin küçük olması, doğrulayıcı faktör analizine ilişkin ölçüm modelinin toplanan veriye uygun olduğunun (Anderson & Gerbing, 1984, s. 156) göstergesidir. Ki-kare/serbestlik derecesi (χ^2/sd) 3,088; karşılaştırmalı uyum indeksi olarak belirtilen CFI değeri 0,997 ile artırmalı uyum indeksi olarak ifade edilen IFI değeri 0,997 olarak hesaplanmıştır. Tucker-Lewis indeksi (TLI) 0,992; normlaştırılmış uyum indeksi NFI değeri 0,995 ve GFI değeri 0,993, AGFI değeri 0,976; yaklaşık hataların ortalama karekökü değeri (RMSEA) 0,049 ile RMR değeri 0,027'dir. Söz konusu değerlerin iyi uyum aralığında oldukları görülmüştür. Ortaya çıkan uyum indekslerine ilişkin bulgulara bakarak, doğrulayıcı faktör analizine ilişkin model uyum indeksi değerlerinin, mükemmel uyum gösterdiğini (Anderson & Gerbing, 1984; Browne & Cudeck, 1993; Kline; 2005; Hair ve diğerleri, 2010; Byrne, 2010; Tabachnick & Fidell, 2013) söyleyebiliriz. Sonuç olarak, Covid-19 risk algısı ölçeğinin 6 maddeli tek boyutlu bir yapıya sahip olduğu teyit edilmiştir, doğrulanmıştır.

Covid-19 risk algısı ölçeğinin yapı geçerliliğini tespit etmek için ayrışma, birleşme ve ölçüt geçerliliğine bakılmıştır. Ayrışma geçerliliğinin sağlanması için ortalama açıklanan varyans değerinin (AVE) ve AVE değerinin karekökünün, bu faktörün diğer değişkenlerle olan korelasyonundan büyük olması (Fornell & Larcker, 1981) gerekmektedir. Birleşme geçerliliğine bakmak için AVE değeri, yapı güvenilirliği için CR değeri değerlendirilmiştir. Yapı geçerliliğinin göstergesi olarak hesaplanan AVE değerinin 0,50'den CR (yapı güvenilirliği) değerinin ise 0,70'ten büyük olması (Hair ve diğerleri, 2010, s. 693) ve CR değerinin AVE değerinden büyük olması (Yaşlıoğlu, 2017, s. 82) gerekmektedir. Tablo 6'da mevcut araştırmada kullanılan ölçeklere ilişkin yapı güvenilirliği (CR), ayrışma, birleşme ve ölçüt geçerliliklerine ilişkin bulgular yer almaktadır. Tekrar belirtmek gerekirse, mevcut çalışmada Covid-19 risk algısı ölçeğinin ölçüt geçerliliğini sınamak için iş tatmini, görev performansı ve işten ayrılma niyetine ilişkin ölçekler kullanılarak Covid-19 risk algısı ölçeği ile aralarındaki korelasyonlar incelenmiştir.

Tablo 6. Ölçeklerin Yapı Güvenirliği (CR), Yapı Geçerliliği ve Korelasyon Değerleri

Ölçek	Madde Sayısı	Ortalama	Standart sapma	CR	AVE	Covid-19 Risk Algısı	İş Tatmini	Görev Performansı	İşten Ayrılma Niyeti
Covid-19 Risk Algısı	6	3,241	1,508	0,915	0,646	0,804			
İş Tatmini	3	3,424	1,479	0,923	0,801	-0,355**	0,895		
Görev Performansı	9	3,705	1,093	0,962	0,764	-0,333**	0,676**	0,874	
İşten Ayrılma Niyeti	3	2,345	1,492	0,953	0,871	0,389**	-0,735**	-0,783**	0,933

*Diagonal değerler AVE değerinin kareköküdür. **p<0,01 (çift yönlü test)

Ölçeklerin yapı geçerliliğinin göstergesi olarak Tablo 6'da gösterilen AVE ve CR değerleri incelenmiştir. Buna göre, Covid-19 risk algısı ölçeği için AVE değerinin 0,646>0,50; iş tatmini ölçeği için AVE değerinin 0,801>0,50; görev performansı ölçeği için AVE değerinin, 0,764>0,50; işten ayrılma niyeti ölçeği için AVE değerinin 0,871>0,50 olduğu görülmüştür. Bu değerler, Hair ve arkadaşlarının önerdiği AVE değerinin 0,50'den büyük olma (2010, s. 693) kriterini sağladığını göstermektedir. CR değerlerine bakıldığında, Covid-19 risk algısı ölçeği için CR değeri 0,915>0,70; iş tatmini ölçeği için CR değeri 0,923>0,70; görev performansı ölçeği için CR değeri 0,962>0,70; işten ayrılma niyeti ölçeği için CR değeri 0,953>0,70 olduğu tespit edilmiştir. Bu değerler ise, Hair ve arkadaşlarının önerdiği, CR değerinin 0,70'ten büyük olma kriterini (2010, s. 693) sağladığına işaret etmektedir. Bununla birlikte, Covid-19 risk algısı ölçeği için (CR=0,915 > AVE=0,646); iş tatmini ölçeği için (CR=0,923 > AVE=0,801); görev performansı ölçeği için (CR=0,962 > AVE=0,764); işten ayrılma niyeti ölçeği için (CR=0,953 > AVE=0,871) olduğu görülmektedir. Yorumlamak gerekirse, bütün ölçüm araçlarında CR değerlerinin; AVE değerlerinden büyük olması gerektiği kriterini (Yaşlıoğlu, 2017, s. 82) da sağladığı tespit edilmiştir. Bu bulgulara göre, mevcut araştırmada kullanılan bütün ölçüm araçlarının yapı geçerliliğini sağladığını söyleyebiliriz (Hair ve diğerleri, 2010, s. 693; Yaşlıoğlu, 2017, s. 82). Bunlara ek olarak, AVE değerlerinin ve AVE değerinin karekökünün (diagonal değerlerin) tamamı, değişkenlerin birbirleriyle olan korelasyonlarından büyük olması, ölçeklerin ayrışma geçerliliğinin sağlandığına işaret etmektedir (Fornell & Larcker, 1981). Ayrıca, doğrulayıcı faktör analizleri neticesinde faktör yüklerinin 0,70'ten büyük olması ve AVE

değerlerinin 0,50'den büyük olması, ölçüm araçlarının hepsinin birleşme geçerliliğini sağladığını göstermektedir (akt: Ülbeği, Özgen & Özgen, 2014, s. 109).

Ölçeklerin ölçüt bağımlılık geçerliliğini değerlendirdiğimizde, Covid-19 risk algısının; iş tatmini ($r = -0,355$; $p = 0,000$) ve görev performansı ($r = -0,333$; $p = 0,000$) ile negatif ilişkili; işten ayrılma niyeti ($r = 0,389$; $p = 0,000$) ile pozitif ilişkili olduğu görülmektedir. Bu bulgulara göre, Covid-19 risk algısı ölçeğinin yapı güvenilirliğini, ayrışma, birleşme ve ölçüt geçerliliğini sağladığını (Hair ve diğerleri, 2010, s. 693; Yaşlıoğlu, 2017, s. 82; Fornell & Larcker, 1981; Ülbeği, Özgen & Özgen, 2014, s. 109) söyleyebiliriz. Benzer şekilde, görev performansı ölçeği, iş tatmini ölçeği ve işten ayrılma ölçeğinin de yapı güvenilirliğini, ayrışma, birleşme ve ölçüt geçerliliğini sağladığı (Hair ve diğerleri, 2010, s. 693; Yaşlıoğlu, 2017, s. 82; Fornell & Larcker, 1981; Ülbeği, Özgen & Özgen, 2014, s. 109) tespit edilmiştir.

Tablo 7'de Covid-19 risk algısı ölçeğinin demografik özelliklere göre farklılık gösterip göstermediğini test etmek amacıyla iki gruba sahip demografik değişkenlerde t testi ve ikiden fazla gruba sahip demografik değişkenlerde ANOVA (Gürbüz & Şahin, 2016) analizleri yapılmıştır.

Tablo 7. Covid-19 Risk Algısının Demografik Özelliklere Göre İncelenmesi

		N	A.O	S.S	Test	ANOVA p	Levene p	Post Hoc
Cinsiyet	1. Kadın	417	3,23	1,30	T= -0,036	0,971	0,022	Farklılık Yok
	2. Erkek	470	3,24	1,25				
Kronik Rahatsızlık Durumu	1. Var	201	3,80	1,25	T= 7,321	0,000	0,236	1>2
	2. Yok	686	3,07	1,23				
Yaş	1. 30 yaş ve altı	176	3,20	1,30	F= 17,603	0,000	0,001	Tamhane's T2 1<4; 2<3,4 3>2; 3<4, 4>1,2,3
	2. 31-40 yaş	447	3,01	1,27				
	3. 41-50 yaş	146	3,42	1,17				
	4. 51 yaş ve üzeri	118	3,91	1,14				
Çalışılan Sektör	1. Kamu Sektörü	525	2,97	1,24	F= 29,947	0,000	0,085	Scheffe 1<2; 1<3
	2. Özel Sektör	300	3,65	1,21				
	3. Kamu-Özel İşbirlikleri	62	3,48	1,30				
Araştırmaya Katılma Şekli	1. Online Anket	424	3,70	1,04	T= 11,012	0,000	0,000	2<1
	2. Yüzyüze Anket	463	2,82	1,33				

P=0,05 düzeyinde anlamlıdır.

Tablo 7'de yer alan Levene testine ilişkin bulgular incelendiğinde, çalışılan sektöre ilişkin grupların Levene p değeri $0,084 > 0,05$ ve kronik rahatsızlık durumuna ilişkin grupların Levene p değeri $0,236 > 0,05$ olduğundan çalışılan sektör gruplarına ilişkin varyanslar ile kronik rahatsızlık durumuna ilişkin grupların varyansları 0,05 önem düzeyinde homojen bir dağılım gösterdiği (Altunışık ve diğerleri, 2012, s. 194) çıkarımı yapılmaktadır. Öte yandan, cinsiyetin Levene p değeri $0,022 < 0,05$; yaş gruplarının Levene p değeri $0,001 < 0,05$ ve araştırmaya katılma şekline ilişkin grupların Levene p değeri $0,000 < 0,05$ 'ten küçük olduğundan cinsiyet, yaş araştırmaya katılma şekline ilişkin gruplarının varyanslarının 0,05 anlamlılık düzeyinde homojen olmadığı (Altunışık ve diğerleri, 2012, s. 194) yorumu yapılmaktadır. Varyanslar eşit olduğunda gruplardaki farklılıkların hangi gruplar arasında olduğunu görmek için "Scheffe" Post Hoc, varyanslar eşit olmadığında ise Tamhane's T2 Post Hoc testi seçilmiştir (Kayri, 2009, s. 56). Katılımcıların Covid-19 risk algılarına ilişkin ortalamalarının Anova p değeri $p < 0,05$ olduğu için (Altunışık vd., 2012, s. 194) çalışılan sektöre ($F = 29,947$; $p = 0,000 < 0,05$), yaşa ($F = 17,603$; $p = 0,000 < 0,05$) ve araştırmaya katılma şekline ($t = 11,012$; $p = 0,000 < 0,05$) göre Covid-19 risk algısı ortalamalarının farklılık gösterdiği bulgulanmıştır. Scheffe testine göre, kamu sektöründe çalışanların Covid-19 risk algısı ortalamasının (2,97), hem özel sektör (3,65) hem de kamu-özel sektör işbirliklerinin (3,48) olduğu işletmelerde çalışan kişilere göre daha düşük olduğu istatistiksel olarak tespit edilmiştir. Tamhane's T2 Post hoc testine göre 51 yaş ve üzerindeki kişilerin Covid-19 risk algısına ilişkin ortalaması (3,91); 30 yaş ve altındaki (3,20), 31-40 yaş arasındaki (3,01) ve 41-50 yaş arasındaki (3,42) katılımcılara göre daha yüksek olduğu görülmektedir. 30 yaş ve altındaki katılımcıların Covid-19 risk algısı ortalaması, 51 yaş ve üzerindeki kişilere göre daha düşüktür. 31-40 yaş ve aralığındaki katılımcıların Covid-19 risk algısı ortalaması, 41-50 yaş aralığı ve 51 yaş ve üzerindeki kişilere göre daha düşüktür. 41-50 yaş aralığındaki çalışanların Covid-19 risk algısına ilişkin ortalamaları, 31-40 yaş aralığındaki çalışanlardan daha yüksek iken 51 yaş ve üzerindeki çalışanlara göre daha düşük olduğu ve farklılık gösterdiği saptanmıştır. Bunlara ek olarak, mevcut araştırmaya online anket yöntemiyle katılan çalışanların Covid-19 risk algısı ortalamasının (3,70), yüzyüze anket yöntemiyle katılanlara

göre (2,82) daha yüksek olduğu istatistiksel olarak tespit edilmiştir. Buna göre Covid-19 risk algısının özellikle yaş, kronik rahatsızlık durumu ve çalışılan sektöre ve araştırmaya katılma şekline göre farklılık gösterdiğini söyleyebiliriz. Başka bir deyişle Covid-19 risk algısı değerlendirilirken yaş, kronik rahatsızlık durumu, sektör değişkenlerinin ve araştırmaya katılma durumunun kontrol edilmesi gereken değişkenler olarak belirtebiliriz.

SONUÇ

Bu araştırmada Plohl ve Musil (2021) tarafından geliştirilen Covid-19 risk algısı ölçeği Türkçe'ye uyarlanarak ölçeğin güvenilirliği ve geçerliliği test edilmiştir. Bu kapsamda, kamu ve özel sektörde görev yapan çalışanlardan kolayda ve kartopu örneklem methodologyyla online (424) ve yüz yüze (463) anket aracılığıyla 887 çalışana ilişkin veri analizlerde kullanılmıştır. Söz konusu ölçüm aracının güvenilirliğini saptamak için içsel tutarlılık (Cronbach Alpha) ve ikiye bölme yöntemi kullanılmıştır. Yapı geçerliliğini test etmek içinse açıklayıcı ve doğrulayıcı faktör analizleri, uygulanmıştır. Ayrıca yapı güvenilirliği, ayrışma, birleşme ve ölçüt geçerliliğine bakılmıştır. Bu kapsamda iş tatmini, görev performansı ve işten ayrılma niyeti ölçeklerinden yararlanılmıştır. Veri analizi neticesinde, Covid-19 risk algısı ölçeğinin içsel tutarlılık değerinin oldukça yüksek olduğu (Cronbach alpha: 0,922) sonucuna ulaşılmıştır. Benzer şekilde ikiye bölme yöntemi güvenilirlik analizi de Covid-19 risk algısı ölçeğinin güvenilir bir ölçüm aracı olduğunu kanıtlar nitelikte sonuç (ilk yarı alpha değeri 0,842; ikinci yarı alpha değeri 0,892; Spearman-Brown katsayısı= 0,901) göstermiştir. Mevcut araştırmada keşfedici faktör analizi neticesinde Covid-19 risk algısı ölçeğinin 6 maddeli tek boyutlu bir yapı olduğu görülmüştür. Benzer şekilde, görev performansı ölçeği 8 maddeli tek boyutlu, iş tatmini ölçeği 3 maddeli tek boyutlu, işten ayrılma niyeti ölçeği 3 maddeli tek boyutlu oldukları tespit edilmiştir. 6 maddeli tek boyutlu Covid-19 risk algısı ölçeğinin doğrulayıcı faktör analizine ilişkin model uyum indeksleri mükemmel uyum göstermiştir (Anderson & Gerbing, 1984; Browne & Cudeck, 1993; Kline; 2005; Hair ve diğerleri, 2010; Byrne, 2010; Tabachnick & Fidell, 2013). Böylece, Covid-19 risk algısı ölçüm aracının, orijinal ölçüm araçlarındaki madde sayısı (6) ve faktör yapısı (tek boyut) doğrulanmıştır. Özetlemek gerekirse, Hair ve arkadaşları (2010, s. 693); Yaşloğlu (2017, s. 82); Fornell ve Larcker (1981) ve Ülbeği, Özgen ve Özgen (2014, s. 109) kıstaslarına dayanarak Covid-19 risk algısı ölçeğinin, yapı güvenilirliğini, ayrışma, birleşme ve ölçüt geçerliliğini sağladığı sonucuna ulaşılmıştır. Benzer şekilde görev performansı, iş tatmini ve işten ayrılma niyeti ölçekleri de yapı güvenilirliğini, ayrışma, birleşme ve ölçüt geçerliliğini sağladığı ve içsel tutarlılıklarının yüksek olduğu saptanmıştır.

Mevcut araştırmada Covid-19 risk algısının; iş tatmini ile negatif ilişkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Elde edilen bu sonucun alanyazında Li ve arkadaşları (2015) ile Yan ve arkadaşlarının (2021) yaptığı çalışma sonuçlarıyla benzerlik gösterdiği göze çarpmaktadır. Bu araştırmada ortaya konulan bir başka sonuç ise Covid-19 risk algısı ve görev performansı arasında negatif bir ilişki olduğudur. Bu sonuç, Lee ve arkadaşlarının (2021b) ortaya koyduğu "Covid-19 risk algısının düşük akademik performansına neden olduğu" sonucu ile örtüşmektedir. Ancak, Yiğitöl ve Büyükmumcu (2021) çalışmasında ortaya konulan "Covid-19 korkusunun, iş performansını üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkinin olmadığı" sonucuyla zıtlaşmaktadır. Ayrıca, mevcut araştırmada Covid-19 risk algısı ve işten ayrılma niyeti arasında pozitif bir ilişkinin olduğuna ortaya konulmuştur. Bu sonuç, enfeksiyonun yayılmasına veya bulaşmasına yol açan herhangi bir vaka gibi, Covid-19 tehlikesinin de çalışanların çeşitli nedenlerle işten ayrılma niyetlerini etkileyebileceği (Varasteh, Esmaeili & Mazaheri, 2021, s. 2) görüşünü destekler niteliktedir. Benzer şekilde, "bazı araştırmalarda SARS vakasının öğrencilerin hemşirelik işlerinde karşılaşabilecekleri tehlikeleri daha iyi anlamalarını sağladığını ve gelecekteki iş güvenliği konusunda endişelendirdiği ve gelecekte hemşirelik mesleğini bırakma düşüncelerini teşvik ettiğine" (akt: Nie ve diğerleri, 2021, s. 2) ilişkin ifadeyi de desteklemektedir. Bununla birlikte, Covid-19 korkusunun, işten ayrılma niyeti ile pozitif ilişkili olduğunu tespit eden Yiğitöl ve Büyükmumcu, (2021) çalışmasıyla uyumlu bir sonuçtur.

Mevcut araştırmada Covid-19 risk algısının cinsiyete göre farklılaşmadığı, kronik rahatsızlık durumu, yaş, çalışılan sektör ve çalışmaya online ya da yüzyüze katılma durumuna göre farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Bu sonuçlar, Alschuler ve arkadaşlarının (2021, s. 1) vurguladığı "yaş ve sağlık durumu gibi faktörlerin, insanların virüs tehdidini nasıl algıladıklarını şekillendirebildiği" bakış açısını desteklemektedir. Benzer şekilde, Hoşgör ve Aközlü (2021, s. 182) çalışmasında aktarılan "bazı demografik özelliklerin (cinsiyet, medeni durum, yaş, meslek, yaşanan yerin özelliği, kronik rahatsızlığının olup olmaması vb.) insanların hastalıklara yönelik risk algısı üzerinde etkiye sahip olduğu" görüşünü desteklemektedir. Yine, Capone ve arkadaşlarının (2020, s. 3) "risk algısının yaşa göre farklılık gösterdiği" görüşünü de desteklemektedir. Aynı şekilde, virüsle doğrudan kişisel deneyimi olan insanlarda Covid-19 risk algısının daha yüksek olduğu sonucu (Dryhurst ve diğerleri,

2020, s. 1003) ile de benzerlik göstermektedir. Tüm bu sonuçlar kapsamında insanların demografik özelliklerinin, özellikle, yaş, sağlık durumu, kronik rahatsızlığın olup olmaması, çalışılan sektör ve online veya yüzyüze şekilde araştırmalara katılımın, Covid-19 risk algısını şekillendirebilecek değişkenler olduğu ve araştırmaya değer değişkenler olduğu çıkarımı yapılabilmektedir. Araştırmada elde edilen sonuçlar, Plohl ve Musil (2021) tarafından geliştirilen ve Türkçe'ye uyarlanan Covid-19 risk algısı ölçeğinin Türkiye bağlamında yapılacak olan araştırmalarda kullanılabilir, güvenilir ve geçerli bir ölçek olduğunu da ortaya koymaktadır. Covid-19 Risk Algısı ölçeğine ilişkin ifadelerin yer aldığı Tablo 8'de ölçeğin nihai hali olarak kullanıma uygun şekilde gösterilmiştir.

Tablo 8. Covid-19 Risk Algısı Ölçeği Türkçe Uyarlaması İfadeleri

Madde No	Covid-19 Risk Algısı Ölçek İfadeleri
1	Covid-19 enfeksiyonuna karşı savunmasız hissediyorum.
2	Covid-19 virüsünün aile üyelerime bulaşacağı ihtimali olduğuna inanıyorum.
3	Covid-19 virüsünün bana bulaşma ihtimali son derece düşüktür. **
4	Covid-19'a yakalandığımı düşünemiyorum ya da hayal bile etmek istemiyorum.
5	Covid -19' un ciddi bir tehdit oluşturduğuna inanıyorum.
6	Covid -19' un bana bulaşması konusunda endişeleniyorum.

** 3 numaralı ifadenin ters kodlanması gerekmektedir. Likert-tipi sorulara anketlerinde yer veren araştırmacılar Likert'in yaptığı gibi seçenek sayısı olarak genelde 5'li ölçek kullandıkları (Altunışık ve diğerleri, 2012, s. 117; Turan, Şimşek & Aslan, 2015, s. 190) gerekçesine dayanarak Covid-19 risk algısı ölçeği, orijinal ölçekten farklı olarak 5'li Likert Tipi (1= Kesinlikle Katılmıyorum, 5= Kesinlikle Katılıyorum) ölçekle değerlendirilmiştir.

KAYNAKLAR

- Abdelrahman, M. (2020). Personality traits, risk perception, and protective behaviors of Arab residents of Qatar during the Covid-19 pandemic. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 1-12. <https://doi.org/10.1007/s11469-020-00352-7>
- Aguiar-Quintana, T., Nguyen, H., Araujo-Cabrera, Y. & Sanabria-Díaz, JM (2021). Do job insecurity, anxiety and depression caused by the Covid-19 pandemic influence hotel employees' self-rated task performance? The moderating role of employee resilience. *International Journal of Hospitality Management*, 94, 102868. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2021.102868>
- Alschuler, KN, Roberts, MK, Herring, TE & Ehde, DM (2021). Distress and risk perception in people living with multiple sclerosis during the early phase of the Covid-19 pandemic. *Multiple Sclerosis and Related Disorders*, 47, 102618. <https://doi.org/10.1016/j.msard.2020.102618>
- Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S. & Yıldırım, E. (2012). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri SPSS uygulamalı* (Geliştirilmiş 7. Baskı). Sakarya Yayıncılık.
- Anderson, JC & Gerbing, DW (1984). The effect of sampling error on convergence, improper solutions, and goodness-of-fit indices for maximum likelihood confirmatory factor analysis. *Psychometrika*, 49 (2), 155-173.
- Aslan, A. (2021). Kovid-19 pandemisinin çalışanlar üzerinde yarattığı kaygı düzeyleri ve yaşam tatminleri arasındaki ilişkide psikolojik dayanıklılığın düzenleyici rolü, *Ege 2. Uluslararası Sosyal Bilimler Kongresi, İzmir*, Tam Metin Bildiri, 114-135.
- Aslan, A. & Yalçın, A. (2021). Aşırı iş yükü ve duygusal tükenmişlik arasındaki ilişkide Kovid-19 korkusunun düzenleyici rolü. A. Aksoy, A. Karapınar, F. Zaif ve B. Aydıntan (Ed.), *Covid 19 Pandemisinin İşletme ve Ekonomi Alanında Etkileri: Seçme Yazılar*, (1. Baskı) içinde, (s. 93-114). Gazi Kitabevi. ISBN 978-625-7588-36-2
- Arslan, S., Karagöz, S., & Arslan, N. (2021). Kovid-19 kaygısının çeşitli değişkenler açısından incelenmesi. *OPUS International Journal of Society Researches*, 18 (43), 6280-6294. <https://doi.org/10.26466/opus.943710>

- Bae, SY & Chang, PJ (2021). The effect of coronavirus disease-19 (Covid-19) risk perception on behavioural intention towards 'untact'tourism in South Korea during the first wave of the pandemic (March 2020). *Current Issues in Tourism*, 24 (7), 1017-1035. <https://doi.org/10.1080/13683500.2020.1798895>
- Barrios, JM & Hochberg, Y. (2020). *Risk perception through the lens of politics in the time of the Covid-19 pandemic* (Working Paper 27008). National Bureau of Economic Research, 1-26.
- Bayram, N. (2010). *Yapısal eşitlik modellemesine giriş AMOS uygulamaları* (1. Baskı). Ezgi Kitapevi.
- Borman, WC & Motowidlo, SJ (1993). Expanding the criterion domain to include elements of contextual performance. In N. Schmitt & W. C. Borman (Eds.), *Personnel selection in organizations*, (pp. 71–98). Jossey-Bass.
- Browne, MW & Cudeck, R. (1992). Alternative ways of assessing model fit. *Sociological Methods & Research*, 21(2), 230-258.
- Brug, J., Aro, AR, Oenema, A., De Zwart, O., Richardus, JH & Bishop, GD (2004). SARS risk perception, knowledge, precautions, and information sources, the Netherlands. *Emerging Infectious Diseases*, 10 (8), 1486–1489. <https://doi.org/10.3201/eid1008.040283>
- Burger, R., Christian, C., Maughan-Brown, B., Rensburg, R. & Rossouw, L. (2020). Covid-19 risk perception, knowledge and behaviour. *National Income Dynamics Study (NIDS)-Coronavirus Rapid Mobile Survey (CRAM)*, 1-21.
- Büyüköztürk, Ş. (2002). Faktör analizi: Temel kavramlar ve ölçek geliştirmede kullanımı. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi Dergisi*, 8 (4), 470-483.
- Byrne, BM (2010). *Structural equation modeling with AMOS: Basic concepts, applications, and programming (Multivariate applications series)*. (Second Edition) Routledge Taylor & Francis Group.
- Cammann, C., Fichman, M., Jenkins, D. & Klesh, J. (1979). The Michigan organizational assessment questionnaire. *Unpublished manuscript, University of Michigan, Ann Arbor*, 71-138.
- Capone, V., Caso, D., Donizzetti, AR & Procentese, F. (2020). University student mental well-being during Covid-19 outbreak: What are the relationships between information seeking, perceived risk and personal resources related to the academic context?. *Sustainability*, 12 (17), 7039. <https://doi.org/10.3390/su12177039>
- Caserotti, M., Girardi, P., Rubaltelli, E., Tasso, A., Lotto, L. & Gavaruzzi, T. (2021). Associations of Covid-19 risk perception with vaccine hesitancy over time for Italian residents. *Social Science & Medicine*, 272, 113688, 1-9. <https://doi.org/10.1016/j.socscimed.2021.113688>
- Chi, NTK (2021). Innovation capability: The impact of e-CRM and Covid-19 risk perception. *Technology in Society*, 67, 101725. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2021.101725>
- Cihan, E., Pirinççi, CŞ, Gerçek, H., Ünüvar, BS & Demirdel, E. (2020). The knowledge levels, preventive behavior and risk perception on covid-19 of the healthcare students in Turkey. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sağlık Bilimleri Dergisi*, 11 (3), 342-347.
- Cori, L., Bianchi, F., Cadum, E. & Anthonj, C. (2020). Risk perception and Covid-19. *Int. J. Environ. Res. Public Health*, 17, 3114. <https://doi.org/10.3390/ijerph17093114>

- Çokluk, Ö., Şekercioğlu, G. & Büyüköztürk, Ş. (2012). *Sosyal bilimler için çok değişkenli istatistik: SPSS ve LISREL uygulamaları* (2. Baskı). Pegem Akademi.
- Demir, B. & Türkmen, S. (2020). Covid-19 salgının oluşturduğu sağlık riski sonrasında Türk turistlerin tatil beklentilerinin belirlenmesi. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4 (3), 2456-2471.
- Develi, A. (2020). *Çalışma yeterliliği, iş tatmini ve görev performansı ilişkisini belirlemeye yönelik bir araştırma* [Doktora Tezi. Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi].
- Ding, Y., Du, X., Li, Q., Zhang, M., Zhang, Q., Tan, X. & Liu, Q. (2020a). Risk perception of coronavirus disease 2019 (Covid-19) and its related factors among college students in China during quarantine. *Plos One*, 15 (8), e0237626. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0237626>
- Ding, Y., Xu, J., Huang, S., Li, P., Lu, C. & Xie, S. (2020b). Risk perception and depression in public health crises: Evidence from the Covid-19 crisis in China. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17 (16), 5728. <https://doi.org/10.3390/ijerph17165728>
- Dratva, J., Zysset, A., Schlatter, N., von Wyl, A., Huber, M. & Volken, T. (2020). Swiss university students' risk perception and general anxiety during the Covid-19 pandemic. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17 (20), 7433 <https://doi.org/10.3390/ijerph17207433>
- Dryhurst, S., Schneider, CR, Kerr, J., Freeman, AL, Recchia, G., Van Der Bles, A.M., ... and Van Der Linden, S. (2020). Risk perceptions of Covid-19 around the world. *Journal of Risk Research*, 23 (7-8), 994-1006. <https://doi.org/10.1080/13669877.2020.1758193>
- Duong, HT, Nguyen, HT, McFarlane, SJ & Nguyen, LTV (2021). Risk perception and Covid-19 preventive behaviors: Application of the integrative model of behavioral prediction. *The Social Science Journal*, 1-14. <https://doi.org/10.1080/03623319.2021.1874176>
- Duygun, A. (2021). Tüketicilerin farklı tüketim aktiviteleri bazında Covid-19 risk algılamalarının değerlendirilmesi. *Türkiye Mesleki ve Sosyal Bilimler Dergisi*, 3 (5), 144-159. <https://doi.org/10.46236/jovosst.888431>
- Fornell, C. & Larcker D. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error, *Journal of Marketing Research*, 18 (1), 39-50.
- Foroudi, P., Tabaghdehi, SAH & Marvi, R. (2021). The gloom of the Covid-19 shock in the hospitality industry: A study of consumer risk perception and adaptive belief in the dark cloud of a pandemic. *International Journal of Hospitality Management*, 92, 102717. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2020.102717>
- Gerhold, L. (2020). Covid-19: risk perception and coping strategies. *PsyArXiv*. <https://doi.org/10.31234/osf.io/xmpk4>
- Gorini, A., Fiabane, E., Sommaruga, M., Barbieri, S., Sottotetti, F., La Rovere, MT, ... & Gabanelli, P. (2020). Mental health and risk perception among Italian healthcare workers during the second month of the Covid-19 pandemic. *Archives of Psychiatric Nursing*, 34 (6), 537-544. <https://doi.org/10.1016/j.apnu.2020.10.007>
- Guner, NG, Yurumez, Y., Güneysu, F., Ercan, B. & Ülker, V. (2021). Covid-19 risk perception, knowledge, precautions and information sources between healthcare professionals. *Phoenix Medical Journal*, 3 (1), 20-25. <https://doi.org/10.38175/phnx.877172>
- Hair, JF Jr., Black, WC, Babin, BJ & Anderson, RE (2010). *Multivariate data analysis* (Seventh Edition). Prentice-Hall International Inc.

- Han, Q., Zheng, B., Agostini, M., Bélanger, JJ, Gützkow, B., Kreienkamp, J., ... & PsyCorona Collaboration. (2021). Associations of risk perception of Covid-19 with emotion and mental health during the pandemic. *Journal of Affective Disorders, 284*, 247-255. <https://doi.org/10.1016/j.jad.2021.01.049>
- Hoşgör, H. & Aközülü, Z. (2021). Sağlık programlarında öğrenim gören öğrencilerin Covid-19'a dair bilgi, önlemlere uyum ve risk algısı düzeylerinin sosyo-demografik özellikler açısından incelenmesi. *Uluslararası Sağlık Yönetimi ve Stratejileri Araştırma Dergisi, 7* (1), 181-192.
- Hou, Z., Lin, L., Lu, L., Du, F., Qian, M., Liang, Y., ... & Yu, H. (2020). Public exposure to live animals, behavioural change, and support in containment measures in response to Covid-19 outbreak: A population-based cross sectional survey in China. *Medrxiv*, 1-29. <https://doi.org/10.1101/2020.02.21.20026146>
- Huynh, TL (2020a). The Covid-19 risk perception: A survey on socioeconomics and media attention. *Econ. Bull, 40* (1), 758-764.
- Huynh, TLD (2020b). Data for understanding the risk perception of Covid-19 from Vietnamese sample. *Data in Brief, 30*, 105530. <https://doi.org/10.1016/j.dib.2020.105530>
- Iorfa, SK, Ottu, IF, Oguntayo, R., Ayandele, O., Kolawole, SO, Gandi, JC, ... & Olapegba, PO (2020). Covid-19 knowledge, risk perception, and precautionary behavior among nigerians: a moderated mediation approach. *Frontiers in Psychology, 11*, 3292, 1-10. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.566773>
- Jahangiry, L., Bakhtari, F., Sohrabi, Z., Reihani, P., Samei, S., Ponnet, K. & Montazeri, A. (2020). Risk perception related to Covid-19 among the Iranian general population: an application of the extended parallel process model. *BMC Public Health, 20* (1), 1-8. <https://doi.org/10.1186/s12889-020-09681-7>
- Jawahar, IM & Carr, D. (2007). Conscientiousness and contextual performance. *Journal of Managerial Psychology, 22* (4), 330-349. <https://doi.org/10.1108/02683940710745923>
- Joffe, H. (2003). Risk: From perception to social representation. *British Journal of Social Psychology, 42* (1), 55-73. <https://doi.org/10.1348/014466603763276126>
- Kalkan, M. & Kaya, SN (2007). Evlilik öncesi ilişkileri değerlendirme ölçeğinin (EÖİDÖ) geliştirilmesi: Geçerlik ve güvenirlik çalışması. *Sosyal Politika Çalışmaları Dergisi, 3* (11), 35-40.
- Katra, H. & Korkmaz, NH (2021). Masa başı çalışanların fiziksel aktivite düzeylerine göre Kovid-19 korkusunun incelenmesi (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi örneği). *Route Educational & Social Science Journal, 8* (5), 335-344.
- Kaya, S., Dündar, E., Çakıroğlu, FP & Uzdil, Z. (2021). Adaptation of the fear of 2019 coronavirus disease (covid-19) scale to Turkish culture: A validity and reliability study. *J Cogn Behav Psychother Res, 10* (1), 40-45. <https://doi.org/10.5455/JCBPR.104890>
- Kayri, M. (2009). Araştırmalarda gruplar arası farkın belirlenmesine yönelik çoklu karşılaştırma (post-hoc) teknikleri. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 19* (1), 51-64.
- Kline, RB (2005). *Principles and practice of structural equation modeling* (Second edition), Guilford Publications.
- Krok, D. & Zarzycka, B. (2020). Risk perception of Covid-19, meaning-based resources and psychological well-being amongst healthcare personnel: The mediating role of coping. *Journal of Clinical Medicine, 9* (10), 3225. <https://doi.org/10.3390/jcm9103225>

- Kuang, J., Ashraf, S., Das, U. & Bicchieri, C. (2020). Awareness, risk perception, and stress during the Covid-19 pandemic in communities of Tamil Nadu, India. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17 (19), 7177. <https://doi.org/10.3390/ijerph17197177>
- Ladikli, N., Bahadır, E., Yumuşak, FN, Akkuzu, H., Karaman, G. & Türkan, Z. (2020). Kovid-19 korkusu ölçeği'nin Türkçe güvenilirlik ve geçerlik çalışması. *International Journal of Social Science*, 3 (2), 71-80.
- Lambert, EG, Hogan, NL & Griffin, ML (2007). The impact of distributive and procedural justice on correctional staff job stress, job satisfaction, and organizational commitment. *Journal of Criminal Justice*, 35 (6), 644-656. <https://doi.org/10.1016/j.jcrimjus.2007.09.001>
- Lanciano, T., Graziano, G., Curci, A., Costadura, S. & Monaco, A. (2020). Risk perceptions and psychological effects during the Italian Covid-19 emergency. *Frontiers in Psychology*, 11, 2434. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.580053>
- Lee, J., Lim, H., Allen, J., & Choi, G. (2021b). Effects of learning attitudes and Covid-19 risk perception on poor academic performance among middle school students. *Sustainability*, 13 (10), 5541. <https://doi.org/10.3390/su13105541>
- Lee Y-C, Wu W-L & Lee C-K (2021a). How Covid-19 triggers our herding behavior? Risk perception, state anxiety, and trust. *front. Public Health*, 9, 587439. <https://doi.org/10.3389/fpubh.2021.587439>
- Leech, NL, Barrett, KC & Morgan, GA (2005). *SPSS for intermediate statistics: Use and interpretation* (Second edition), Lawrence Erlbaum Associates, Publishers.
- Li, J., Pearce, PL, Wu, B. & Morrison, A. M. (2015). The impact of smog on risk perception and satisfaction of international and domestic tourists in Beijing. *Tourism Tribune*, 30 (10), 48-59. <https://doi.org/10.1002/jtr.2055>
- Lohiniva, AL, Sane, J., Sibenberg, K., Puumalainen, T. & Salminen, M. (2020). Understanding coronavirus disease (Covid-19) risk perceptions among the public to enhance risk communication efforts: A practical approach for outbreaks, Finland, February 2020. *Eurosurveillance*, 25 (13), 2000317. <https://doi.org/10.2807/1560-7917.ES.2020.25.13.2000317>
- Malecki, KM, Keating, JA & Safdar, N. (2021). Crisis communication and public perception of Covid-19 risk in the era of social media. *Clinical Infectious Diseases*, 72 (4), 697-702. <https://doi.org/10.1093/cid/ciaa758>
- Napper, LE, Fisher, DG & Reynolds, GL (2012). Development of the perceived risk of HIV scale. *AIDS and Behavior*, 16 (4), 1075-1083. <https://doi.org/10.1007/s10461-011-0003-2>
- Newstrom, JW & Davis, K. (1997). *Organizational behavior: Human behavior at work* (Tenth edition), Mc Graw-Hill.
- Nie, S., Sun, C., Wang, L. & Wang, X. (2021). The professional identity of nursing students and their intention to leave the nursing profession during the coronavirus disease (Covid-19) pandemic, *Journal of Nursing Research*, 29 (2), 1-8. <https://doi.org/10.1097/jnr.0000000000000424>
- Niepel, C., Kranz, D., Borgonovi, F., Emslander, V. & Greiff, S. (2020). The coronavirus (Covid-19) fatality risk perception of US adult residents in March and April 2020. *British Journal of Health Psychology*, 25 (4), 883-888. <https://doi.org/10.1111/bjhp.12438>

- Peres, D., Monteiro, J., Almeida, MA & Ladeira, R. (2020). Risk perception of Covid-19 among Portuguese healthcare professionals and the general population. *Journal of Hospital Infection*, 105 (3), 434-437. <https://doi.org/10.1016/j.jhin.2020.05.038>
- Plohl, N. & Musil, B. (2021). Modeling compliance with Covid-19 prevention guidelines: The critical role of trust in science. *Psychology, Health & Medicine*, 26 (1), 1-12. <https://doi.org/10.1080/13548506.2020.1772988>
- Qian, D. & Li, O. (2020). The Relationship between Risk Event Involvement and risk perception during the Covid-19 Outbreak in China. *Applied Psychology: Health and Well-Being*, 12 (4), 983-999. <https://doi.org/10.1111/aphw.12219>
- Rana, IA, Bhatti, SS, Aslam, AB, Jamshed, A., Ahmad, J. & Shah, AA (2021). Covid-19 risk perception and coping mechanisms: Does gender make a difference?. *International Journal of Disaster Risk Reduction*, 55, 102096. <https://doi.org/10.1016/j.ijdrr.2021.102096>
- Renn, O. (1998). Three decades of risk research: accomplishments and new challenges. *Journal of Risk Research*, 1 (1), 49-71. <https://doi.org/10.1080/136698798377321>
- Rodriguez-Besteiro, S., Tornero-Aguilera, JF, Fernández-Lucas, J. & Clemente-Suárez, VJ (2021). Gender differences in the Covid-19 pandemic risk perception, psychology and behaviors of spanish university students. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18 (8), 3908. <https://doi.org/10.3390/ijerph18083908>
- Rogers, RW (1975). A protection motivation theory of fear appeals and attitude change. *The Journal of Psychology*, 91 (1), 93–114. <https://doi.org/10.1080/00223980.1975.9915803>
- Rosenstock, IM (1966). Why people use health services. *The Milbank Memorial Fund Quarterly*, 44 (3), 94–127. <https://doi.org/10.1111/j.1468-0009.2005.00425.x>
- Samadipour, E., Ghardashi, F. & Aghaei, N. (2020). Evaluation of risk perception of Covid-19 disease: A community-based participatory study. *Disaster Medicine and Public Health Preparedness*, 1-8. <https://doi.org/10.1017/dmp.2020.311>
- Serwaa, D., Lamptey, E., Appiah, AB, Senkyire, EK, & Ameyaw, JK (2020). Knowledge, risk perception and preparedness towards coronavirus disease-2019 (Covid-19) outbreak among Ghanaians: A quick online cross-sectional survey. *The Pan African Medical Journal*, 35 (Suppl 2), 1-7. <https://doi.org/10.11604/pamj.supp.2020.35.2.22630>
- Sjöberg, L. (2003). Distal factors in risk perception. *Journal of Risk Research*, 6 (3), 187-211. <https://doi.org/10.1080/1366987032000088847>
- Sjöberg, L. (2004). Explaining individual risk perception: The case of nuclear waste. *Risk Management*, 6 (1), 51-64. <https://doi.org/10.1057/palgrave.rm.8240172>
- Soto-Rubio, A., Giménez-Espert, MDC, & Prado-Gascó, V. (2020). Effect of emotional intelligence and psychosocial risks on burnout, job satisfaction, and nurses' health during the Covid-19 pandemic. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17 (21), 7998. <https://doi.org/10.3390/ijerph17217998>
- Tabachnick, BG & Fidell, LS (2013). *Using multivariate statistics* (Sixth edition). Pearson.

- Taghrir, MH, Borazjani, R. & Shiraly, R. (2020). Covid-19 and Iranian medical students; a survey on their related-knowledge, preventive behaviors and risk perception. *Archives of Iranian Medicine*, 23 (4), 249-254. <https://doi.org/10.34172/aim.2020.06>
- Tekkurşun Demir, G., Cicioğlu, H., & İlhan, E. (2020). Sporcuların yeni tip koronavirüse (Covid-19) yakalanma kaygısı ölçeği (SYTKYKÖ): Geçerlik ve güvenirlik çalışması. *International Journal of Human Sciences*, 14 (2), 458-469. <https://doi.org/10.14687/jhs.v17i2.5988>
- Tett, RP & Meyer, JP (1993). Job satisfaction, organizational commitment, turnover intention, and turnover: path analyses based on meta-analytic findings. *Personnel Psychology*, 46 (2), 259-293. <https://doi.org/10.1111/j.1744-6570.1993.tb00874.x>
- Turan, İ., Şimşek, Ü. & Aslan, H. (2015). Eğitim araştırmalarında likert ölçeği ve likert-tipi soruların kullanımı ve analizi. *Sakarya Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 30 (1), 186-203.
- Ülbeği, İD, Özgen, HM & Özgen, H. (2014). Türkiye’de istismarcı yönetim ölçeğinin uyarlaması: Güvenirlik ve geçerlik analizi. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 23 (1), 1-12.
- Ünlü, O. & Yürür, S. (2011). Duygusal emek, duygusal tükenme ve görev/bağlamsal performans ilişkisi: Yalova’da hizmet sektörü çalışanları ile bir araştırma. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, (37), 183-207.
- Varasteh, S., Esmaeili, M. & Mazaheri, M. (2021). Factors affecting Iranian nurses’ intention to leave or stay in the profession during the Covid-19 pandemic. *International Nursing Review*, 1-11. <https://doi.org/10.1111/inr.12718>
- Veerasamy, C., Sambasivan, M. & Kumar, N. (2013). Individual skills based volunteerism and life satisfaction among healthcare volunteers in Malaysia: role of employer encouragement, self-esteem and job performance, a cross-sectional study. *PloS One*, 8 (10), e77698. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0077698>
- Wahed, WYA, Hefzy, EM, Ahmed, MI, & Hamed, NS (2020). Assessment of knowledge, attitudes, and perception of health care workers regarding Covid-19, a cross-sectional study from Egypt. *Journal of Community Health*, 45 (6), 1242-1251. <https://doi.org/10.1007/s1090-0-020-00882-0>
- West, SG, Finch, JF & Curran, PJ (1995). Structural equation models with nonnormal variables: Problems and remedies. In R. H. Hoyle (Ed.), *Structural equation modeling: Concepts, issues, and applications* (pp. 56-75). Sage Publications, Inc.
- Wise, T., Zbozinek, TD, Michelini, G., Hagan, CC & Mobbs, D. (2020). Changes in risk perception and self-reported protective behaviour during the first week of the Covid-19 pandemic in the United States. *Royal Society Open Science*, 7 (9), 200742. <http://dx.doi.org/10.1098/rsos.200742>
- Witte, K. (1992). Putting the fear back into fear appeals: The extended parallel process model. *Communication Monographs*, 59 (4), 329-349. <https://doi.org/10.1080/03637759209376276>
- Worthington, RL & Whittaker, TA (2006). Scale development research: A content analysis and recommendations for best practices. *The Counseling Psychologist*, 34 (6), 806-838. <https://doi.org/10.1177/0011000006288127>
- Xie, K., Liang, B., Dulebenets, MA & Mei, Y. (2020). The impact of risk perception on social distancing during the Covid-19 pandemic in China. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17 (17), 6256. <https://doi.org/10.3390/ijerph17176256>

- Yan, J., Kim, S., Zhang, SX, Foo, MD, Alvarez-Risco, A., Del-Aguila-Arcentales, S. & Yáñez, JA (2021). Hospitality workers' Covid-19 risk perception and depression: A contingent model based on transactional theory of stress model. *International Journal of Hospitality Management*, 95, 102935. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2021.102935>
- Yang, S. & Cho, SI (2017). Middle East respiratory syndrome risk perception among students at a university in South Korea, 2015. *American Journal of Infection Control*, 45 (6), e53-e60. <http://dx.doi.org/10.1016/j.ajic.2017.02.013>
- Yaşlıoğlu, MM (2017). Sosyal bilimlerde faktör analizi ve geçerlilik: Keşfedici ve doğrulayıcı faktör analizlerinin kullanılması. *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 46 (Özel sayı), 74-85.
- Ye, M. & Lyu, Z. (2020). Trust, risk perception, and Covid-19 infections: Evidence from multilevel analyses of combined original dataset in China. *Social Science & Medicine*, 265, 113517. <https://doi.org/10.1016/j.socscimed.2020.113517>
- Yeşiltaş, MD (2021). İş becerikliliğinin iş-aile yaşam çatışması ile ilişkisinde rol belirsizliğinin rolü. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 30 (1), 205-218. <https://doi.org/10.35379/cusosbil.845393>
- Yıldırım, M., Geçer, E. & Akgül, Ö. (2021). The impacts of vulnerability, perceived risk, and fear on preventive behaviours against Covid-19. *Psychology, Health & Medicine*, 26 (1), 35-43. <https://doi.org/10.1080/13548506.2020.1776891>
- Yıldırım, M. & Güler, A. (2020). Factor analysis of the Covid-19 perceived risk scale: A preliminary study. *Death Studies*, 1-8. <https://doi.org/10.1080/07481187.2020.1784311>
- Yiğitöl, B. & Büyükmumcu, S. (2021). Covid-19 korkusu, kişilik özellikleri, iş performansı ve işten ayrılma niyeti arasındaki yordayıcı ilişkilerin incelenmesi. *OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 17 (Pandemi Özel Sayısı), 1-1. <https://doi.org/10.26466/opus.890502>
- Zeballos Rivas, DR, Lopez Jaldin, ML, Nina Canaviri, B., Portugal Escalante, LF, Alanes Fernández, A. M. and Aguilar Ticona, JP (2021). Social media exposure, risk perception, preventive behaviors and attitudes during the Covid-19 epidemic in La Paz, Bolivia: A cross sectional study. *PloS One*, 16 (1), e0245859. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0245859>
- Zhan, L., Zeng, X., Morrison, A. M., Liang, H. & Coca-Stefaniak, JA (2020). A risk perception scale for travel to a crisis epicentre: Visiting Wuhan after Covid-19. *Current Issues in Tourism*, 1-18. <https://doi.org/10.1080/13683500.2020.1857712>
- Zhang, X., Bian, L., Bai, X., Kong, D., Liu, L., Chen, Q. & Li, N. (2020). The influence of job satisfaction, resilience and work engagement on turnover intention among village doctors in China: A cross-sectional study. *BMC Health Services Research*, 20 (283), 1-11. <https://doi.org/10.1186/s12913-020-05154-0>
- Zhong, Y., Liu, W., Lee, TY, Zhao, H. & Ji, J. (2021). Risk perception, knowledge, information sources and emotional states among Covid-19 patients in Wuhan, China. *Nursing Outlook*, 69 (1), 13-21. <https://doi.org/10.1016/j.outlook.2020.08.005>

Yazar Katkı Oranı

Araştırma hipotezlerinin oluşturulması, uygun yöntemin seçimi ve analizlerin yapılması başta olmak üzere 2. yazarın araştırmaya katkısı %50'dir. Araştırmanın diğer süreçleri için birinci yazarın katkı oranı %50'dir.

REKABET ORTAMINDA BİR TÜRK OTOBÜS FABRİKASINDA ENDÜSTRİ 4.0 PERSPEKTİFİNDE AKILLI ÜRETİM UYGULAMALARI*

İbrahim İNAN¹

Makale Bilgisi

Araştırma Makalesi

DOI: 10.35379/cusosbil.906962

Makale Geçmişi:

Geliş 31.03.2021

Düzeltilme 07.09.2021

Kabul 21.12.2021

Anahtar Kelimeler:

Endüstri 4.0,

Otobüs Fabrikası,

Akıllı Üretim Sistemleri.

ÖZ

İçinde bulunduğumuz yüzyılda üretim, geleneksel yaklaşımdan farklı olarak büyük gelişmelere ve değişikliklere tanık olmaktadır. Otobüs segmentinde dijital uygulamalar ile üretim olanaklarının verimli biçimde kullanılması maliyetleri önemli ölçüde azaltmaktadır. Akıllı üretim teknolojilerinin tedarik zincirindeki verimsizlikleri gidererek, geleneksel üretimin dönüşümü bakımından otobüs sektörünü kökten etkileyeceği düşünülmektedir. Ülkemizin, son dönemde atılım yapmak istediği otobüs sektöründe söz sahibi olması mümkün görünmektedir. Vaka çalışması yöntemi kullanılan bu çalışmada, Endüstri 4.0 teknolojileri ile modernleşen bir otobüs fabrikasının üretim sistemi incelenmiştir ve üretim sisteminin nasıl bir gelişim ve değişim yaşadığı ortaya konmaktadır. Ayrıca çalışma, akıllı üretimde Endüstri 4.0 uygulamalarının önemini otomotiv sektörünün bileşenlerinden biri olan otobüs üreticileri çerçevesinde ele almaktadır. Bu çalışmada incelenen otobüs firmasının ürettiği Telemetri cihazı ve bu cihaz ile entegre olan XBUS ürünü, firmanın 2017, 2018 ve 2019 yıllarındaki toplam satışlarını her yıl bir önceki yıla göre arttırmıştır. Ayrıca, firmanın toplam geliri de 2017 yılında %1,9, 2018 yılında %2,6 ve 2019 yılında ise %2,7 oranında yükselmiştir. Firmanın küresel pazarda hayatta kalabilmek için değişen üretim sistemleri ve süreçlerine hızlı şekilde uyum sağlaması gerekmektedir. Yapılan bu araştırmanın toplumun tüm katmanlarını etkileyecek yeni bir süreç olan Endüstri 4.0 ve akıllı üretim uygulamalarına dair örnek bir çalışma olması bakımından benzer sektörlere ışık tutacağı düşünülmektedir.

SMART PRODUCTION APPLICATION THROUGH INDUSTRY 4.0 PERSPECTIVE AT THE TURKISH BUS FACTORY IN THE COMPETITIVE ENVIRONMENT

Article Info

Research Article

DOI: 10.35379/cusosbil.906962

Article History:

Received 31.03.2021

Revised 07.09.2021

Accepted 21.12.2021

Keywords:

Industry 4.0,

Bus Factory,

Smart Production Systems.

ABSTRACT

In the present century, production experiences considerable progress and changes when compared to traditional approaches. The automotive industry has changed significantly due to rapid and radical changes experienced in almost every field in the world recently. In fact, the studies carried out to produce solutions to overcome current problems gain far more importance now. It is thought that smart production technologies will radically affect the bus industry in terms of eliminating inefficiencies in the supply chain and transforming traditional production. In this study, used case study method, the production system of a bus factory modernized with 4.0 technologies is examined and it is revealed how the production system has developed and changed. In addition, the study tackles the significance of the Industry 4.0 in smart production with the perspective of bus manufacturers which are an integral component of automotive sector. The Telemetry device, which is produced by the bus company examined in this study, and the XBUS integrated with it, increased the company's total sales year after year in 2017, 2018, and 2019. Besides, the total revenue of their companies increased by 1.9% in 2017, 2.6% in 2018, and 2.7% in 2019. The company needs to adapt quickly to changing production systems and processes in order to survive in the global market. It is thought that this research will shed light on similar sectors in terms of being a case study on Industry 4.0 and smart manufacturing applications, which is a new process that will affect all levels of society.

*Yazarlar çalışmanın etik kurallara bağlı olarak hazırlandığını taahhüt eder.

¹ Dr., inanibrahiminan@gmail.com, ORCID:0000-0003-3986-2890.

Alıntılanmak için/ Cite as: İnan, İ. (2022). Rekabet Ortamında Bir Türk Otobüs Fabrikasında Endüstri 4.0 Perspektifinde Akıllı Üretim Uygulamaları, Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 31 (1), 21-37.

GİRİŞ

Üretim insan gereksinimlerinin karşılanması amacıyla ham maddeyi insani, ekonomik, sosyal veya çevresel yararlar için kullanarak ürün ya da hizmeti ortaya çıkarma ve faydalı ürünlere dönüştürme mekanizmasıdır (Kayar, 2012). Aynı zamanda üretim; fikir, kültür, ihtiyaç, teknoloji ve beceriler tarafından yönlendirilen çok boyutlu bir çaba olarak dijitalleştirilmiş bir ortamın geliştirilmesi ile esnek ve küresel bir yapıya dönüştürülmesidir (Gedik, 2021). Tarihsel açıdan ele alındığında birinci sanayi devriminde makineler üretime dâhil edilmiş, ikinci sanayi devriminde elektrik enerjisi ile çalıştırılan bir bant üzerinde seri üretim gerçekleştirilmiş, üçüncü sanayi devriminde bilgisayarlar ve otomasyon üretim sistemleri ile bütünleştirilmiştir (Kılıç & Alkan, 2018, s. 31). Endüstri 4.0, global engelleri aşarak sanayinin teknolojik gelişmeler sayesinde daha fazla ilerlemesinin sağlanmasıdır (Pamuk & Soysal, 2018). Endüstri 4.0 üretim sistemleri çeşitli ileri teknolojiler aracılığıyla daha akıllı hâle getirilmektedir.

Akıllı üretim ve bilişsel üretim olarak bilinen Endüstri 4.0, üretim firmalarının modernizasyon vizyonlarını gerçekleştirmelerine destek olmak için tasarım, üretim, kaynak bulma, envanter verilerini analiz etme ve kullanma konusunda yeni fırsatlar sunmaktadır (Tao vd., 2016). Amerika Birleşik Devletleri kökenli bir terim olan “akıllı üretim”, üretim işlemlerini yönetmek için ağ verilerini, bilgi ve iletişim teknolojilerini, kısacası Endüstri 4.0 teknolojilerini kullanan bir dizi üretim uygulamasıdır (Mittal vd., 2019). Geleneksel üretim, bir malzeme ya da ham maddenin bitmiş ürünlere dönüştürüldüğü bir işlem dizisiyle sınırlı iken günümüzde üretim, farklı düzeylerde veriye dayalı iş operasyonunu göz önünde bulundurmaktadır. Akıllı üretim sistemi ile üretim daha kaliteli, daha hızlı ve daha az maliyetli olacak şekilde gerçekleşebilmektedir (Özenir & Nakıboğlu, 2019). Endüstri 4.0 teknolojileri sayesinde üretim süresi kısalmakta, ürünler pazara daha hızlı erişmektedir. Endüstri 4.0 ile entegre hâle gelen süreçler ürünlerin pazara sunulmuş sürelerini %25 ile %50 arasında azaltabilmektedir (Ersoy, 2016, s. 48). Akıllı üretim sayesinde, müşteri üretimin her aşamasında aktif rol alabilmektedir. Bu durum kişiye özel tasarlanmış ürün geliştirmeye yardımcı olmaktadır. Ürünlerini geliştirmeyi ve çeşitlendirmeyi başaran işletmeler her zaman daha fazla müşteriye hitap edebilmektedir. Kurulan esnek üretim hatları geliştirilen yeni ürünlerin de aynı hatta üretilmesine imkân sağlamaktadır. Bu durum işletmelerin farklı pazarlara açılıp yeni müşterilere ulaşmasını kolaylaştırmaktadır (Duman, 2021).

Çalışmada öncelikle sanayi devrimlerinden kısaca bahsedilerek Endüstri 4.0 üzerinde derinlemesine durulmaktadır. Daha sonra akıllı üretim kavramıyla ilgili literatüre yer verilmektedir. Son olarak, Türkiye'nin önemli otobüs üretim firmalarından olan bir fabrikanın üretimde kullandığı teknolojiler ve süreçler incelenerek akıllı üretimin otobüs sektörüne sağladığı yararlar yıl bazında karşılaştırmalı olarak ortaya konmaya çalışılmıştır. Ayrıca, çalışmanın yapıldığı fabrikada sanal ve fiziksel dünyanın etkileşiminin artması nedeniyle ortaya çıkan değişimler de gözlemlenmiştir.

Çalışmanın Amacı ve Önemi

Bu çalışmanın amacı, Endüstri 4.0 teknolojileri ile modernleşen üretim sistemlerinin bir otobüs firmasının üretiminde nasıl bir gelişim ve değişim yarattığının incelenmesidir. Ayrıca, bu çalışma akıllı üretimde Endüstri 4.0 uygulamalarının önemini otomotiv sektörünün bileşenlerinden biri olan otobüs üreticileri çerçevesinden ele almaktır. Bu konuda yapılan gözlemlerin otobüs üreticileri ile paylaşılması da hedeflenmiştir.

Bu çalışma, yetkin insan gücü ile birlikte üretim ve Ar-Ge süreçlerinde devamlı iyileştirme ve geliştirmeyi kurum kültürünün bir temeli olarak benimseyen Türkiye'nin sayılı firmalarından birisinde yapılmıştır. Firma, elektrikli araçlar, otonom araçlar ve araç içi konfor odaklı teknolojilere sahip olup, 60 ülkeye ihracat yapmaktadır. Firma, Türkiye'den ABD'ye ilk özel araç üretip ihracatı gerçekleştiren başarılı bir firmadır. Diğer taraftan, firma jeopolitik konumu nedeniyle ihracat pazarlarına yakınında bulunan limanlar üzerinden daha hızlı ve güvenli teslimat yaparak Türkiye ekonomisine önemli bir katkı sağlamaktadır.

Otomotiv Sanayii Derneği'nin (OSD) 2017 yılında yayımlanan Otomotiv Sektörü Aylık Değerlendirme Raporu'na göre Türkiye toplam yolcu otobüsü üretim kapasitesini herhangi bir Batı Avrupa ülkesinden daha yüksek bir seviyeye çıkarmıştır. 2016 yılında 6 firmanın Türkiye'de yolcu otobüsü üretimi yılda 8.083 adete ulaşmıştır. Toplam ihracatları ise, 6.468 adet olarak en yüksek seviyede gerçekleşmiştir (OSD, 2017).

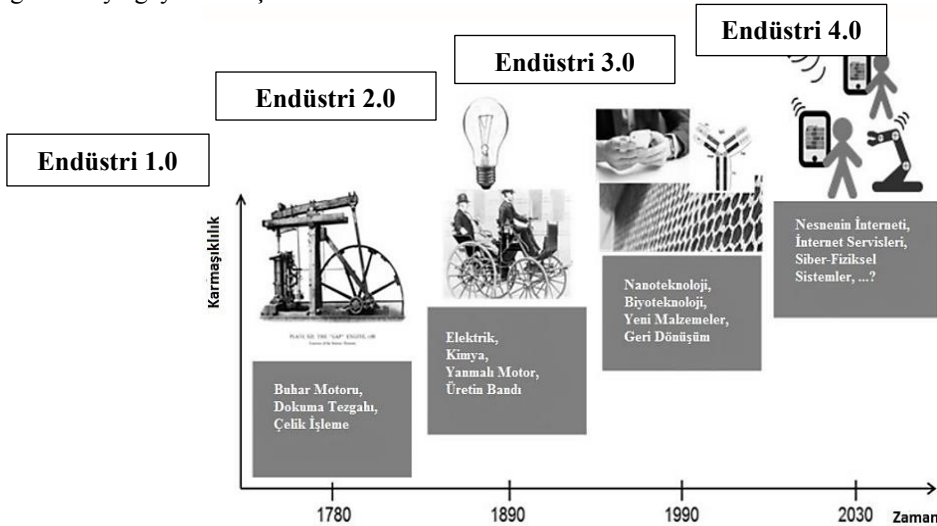
Otobüs sektöründeki karmaşık yapı, Avrupa standartlarını karşılamak için devam eden düzenlemeler, operatör ve yolcuları tatmin etmek için özelleştirilmiş ürünlere olan yüksek talep ve genişleyen bayi ve hizmet ağının yönetim zorluklarından kaynaklanmaktadır (Ulusoy, 2019). Buna ek olarak, otobüslerin

yaklaşık 15.000 malzeme içeren karmaşık ürünlerden oluşması ve birçoğunun motor, şanzıman, direksiyon ve sürücü alanı gibi büyük yapısal parçalarının birbirine bağlı olması bu karmaşık yapıyı daha da artırmaktadır. Endüstri 4.0, üretim tesisleri, tedarik zincirleri ve hizmet sistemlerinin entegrasyonundan meydana gelmektedir (Türkel & Yeşilkuş, 2020). Bu yönü ile hızlı, kaliteli ve daha az maliyetli üretimler işletmelerin performanslarına ve davranışlarına olumlu etki etmektedir (Ochoa & Di Fatta, 2017).

Otobüs üretiminde, Küresel Konumlandırma Sistemi ile araç takibi (GPS), siber saldırılara karşı güvenlik önlemleri, “5G” teknolojileri ve akü şarj istasyonları, sanal araç-operatör-yolcu iletişimi, Radyo Frekansı ile Tanımlama (RFID) sistemleri gibi birçok karmaşık konunun ele alınması gerekmektedir (Ajaykumar vd., 2020, s. 28). Akıllı üretim yaklaşımının günden güne daha önemli olduğu bir dönemden geçen otobüs sektörü bu değişime ayak uydurmak durumundadır.

Sanayinin Tarihsel Gelişimi ve Endüstri 4.0

Bilim ve teknolojinin ilerlemesiyle insanların yaşam şekilleri de bu duruma paralel olarak değişime uğramaktadır. Bu değişimlerin ilki avcı toplumdaki tarım toplumuna geçişte yaşanmıştır (Diamond & Ordunio, 1999, s. 84). Tarım devrimi, sanayi devrimlerinin tetikleyicisi olmuştur (Gabaçlı & Uzunöz, 2017, s. 150). Birinci sanayi devrimi, 1784 yılında James Watt'ın buhar makinesini bulması ile başlamıştır (Ayan & Uysal, 2020, s. 14). İngiltere’de başlayan Endüstri 1.0 ile zaman içerisinde insan veya hayvan gücüne olan ihtiyaç azalmış ve üretim makineleşmiştir. Dolayısıyla, üretim artmış ve kırsaldan kente göç başlamıştır (Mutlu, 2019, s. 6). Endüstri 2.0 olarak adlandırılan dönemde elektriğin sanayide kullanılmaya başlanmış, montaj hatları geliştirilmiş ve seri üretime geçilmiştir (Yin vd., 2018). Daha sonra Ford T model otomobilleri seri üretim ile üretilen ilk otomobiller olarak pazara sunulmuştur (Alçın, 2016, s. 47). Fordist üretim tekniği olarak adlandırılan bu yöntem ile üretim maliyetleri azalmış, üretim miktarı ise artmıştır (Zarbo & D’Angelo, 2006). Yine aynı dönemde ortaya çıkan Taylorist üretim tekniği ile bilimsel yöntemlerle iş süreçleri rasyonelleştirilmiştir (Savran, 2007). İkinci Sanayi Devrimi süresince birçok sosyal, siyasal ve ekonomik gelişme yaşanmıştır. Bu dönemde yaşanan savaşlar sosyo-kültürel yapıları etkilemiş, teknolojideki gelişimler ise üçüncü endüstri devrimine geçişi sağlamıştır (Özsoylu, 2017, s. 44). Endüstri devrimleri bir sonrakine katkıda bulunarak ilerlemiştir. Üçüncü sanayi devrimi bilgisayar ve otomasyona dayanarak özellikle iletişim sektöründeki gelişmelerle dijital motor, otomasyon teknolojisi, yenilenebilir enerjiden ve üç boyutlu yazıcılar ile seviye atlamıştır (Özdoğan, 2017). Endüstri 3.0’da makineler operatörler yardımı ile hareket kazanırken, Endüstri 4.0’da makineler herhangi bir insana bağlı olmadan tamamen sanal bir zeka ile hareket edebilmektedir (Duman, 2021). Endüstri 4.0 kapsamında sistemin uygulamada nasıl çalıştığı ilk kez Almanya’nın Kaiserslautern şehrinde Yapay Zeka Araştırma Merkezi önderliğinde küçük ölçekli akıllı bir fabrikada test edilmiştir (Aksoy, 2017, s. 37). İnsanlar tarih boyunca yaşam kalitelerini artıracak yöntemler aramışlar ve buldukları faydalı uygulamaları hayatlarına entegre etmeye gayret etmişlerdir.



Şekil 1. Şekil.1 Endüstri Devrimlerinin Kronolojisi (Dombrowsi & Wagner, 2014).

Kaynak : Dombrowsi, U., & Wagner, T. (2014). Mental strain as field of action in the 4th industrial revolution. *Variety Management in Manufacturing. Proceedia CIRP*. 17, 100-105.

Bilgisayarın icadı ve kullanımının yaygın hâle gelmesi sonucunda üretimde kullanılan makinelerin otomasyonu ile iş süreçleri dijitalleşmiş, nitelikli iş gücüne ihtiyaç artmış ve beden işçiliği gereksinimi azalmıştır (Öztuna, 2017). Mevcut durumda sanayi devriminin sonuncusu konumunda olan Endüstri 4.0 kavramı ilk defa Almanya’da 2011 yılında gerçekleşen Hannover Fuarı’nda tanıtılmıştır (Özahi, 2019). Endüstri 4.0, geleceğe yönelik teknolojilerin ve gelişmiş insan-makine etkileşim paradigmalarına sahip akıllı sistemlerin prensiplerini gerçekleştiren bir devrimdir (Sanders vd., 2016). Endüstri 4.0, nesnelerin interneti ve siber-fiziksel sistemleri kullanarak iş süreçlerini hızlandırmaktır (Yıldız, 2018). Böylece, yüksek kalite ve düşük maliyetle, esnek ve verimli bir şekilde çalışmak mümkün olmaktadır (Wang vd., 2016).

Ortaya çıkan endüstriyel internet araçları ve teknolojileri ile siber ve fiziksel dünya arasındaki boşluk doldurulmaya çalışılmış ve geleneksel sistemler yeniden yapılandırılmıştır (Moghaddam & Nof, 2017). Endüstri 4.0, çeşitli uygulamalarıyla birlikte bilişsel hesaplama tekniklerini kullanarak, birden fazla makineden, süreçten süreçten gerçek zamanlı verileri analiz ederek üretimi otomatize etmektedir (Yıldırım, 2020).

Aşağıda Endüstri 4.0’ın yenilikçi teknolojileri kısaca açıklanmıştır;

Nesnelerin İnterneti: Nesnelerin interneti, “fiziksel nesnelerin internet ağındaki bilgi teknolojileriyle bütünleştirildiği ve iş süreçlerine aktif olarak katıldığı bir dünya” olarak tanımlanabilir (Pereira & Romero, 2017). Endüstri 4.0, üretimi gerçek zamanlı olarak optimize etmek için akıllı sensörler, yapay zeka ve veri analitiğini birleştirmektedir (Sayar & Yüksel, 2018). Sensör ağı teknolojilerinde yaşanan gelişmeler, kablosuz iletişim ve diğer yeni teknolojiler sayesinde giderek daha fazla ağa bağlı akıllı nesnelere ortaya çıkmaktadır (Gündüz & Resul, 2018, s. 327). Ayrıca nesnelerin interneti ile ilgili bu teknolojiler siber-fiziksel sistemleri önemli ölçüde etkileyerek Endüstri 4.0’ın gerçekleşmesinin önünü açmaktadır (Zheng vd., 2018). Üretim endüstrisinde nesnelerin interneti uygulamaları, ürün yaşam döngüsü yönetiminde tüm ürün geliştirme aşaması boyunca ürün tanımı, süreci ve kararları hakkında veri toplamakta ve yönetmektedir (Şimşek, 2019).

Siber-Fiziksel Sistemler: Siber ve fiziksel sistemler (SFS), gittikçe daha popüler hâle gelen bir tür büyük ölçekli ve ağ bağlantılı sistemdir (Gürdür vd. 2016). SFS giderek daha fazla birbirine bağlı hâle gelmiştir (Nayak vd., 2016). Endüstri 4.0’ın özü akıllı fabrikaları gerçekleştirmek için SFS’yi uygulamaktır. Nitekim SFS’deki gelişmeler, bugünün basit gömülü sistemlerini çok aşacak özellik, uyarlanabilirlik, ölçeklenebilirlik, esneklik, güvenlik ve kullanılabilirlik sağlayacaktır (Kusiak, 2018). Başka bir deyişle, akıllı fabrika SFS tabanlı üretim sistemleriyle mümkün olmaktadır. SFS akıllı fabrika üretim süreçlerinde klasik üretim sistemlerine kıyasla gerçek zamanlı, kaynak ve önemli maliyet avantajları sağlar (GTAI, 2014, s. 4).

Büyük Veri: Birçok büyük ölçekli organizasyonlar günümüz ihtiyaçlarını karşılamada yetersiz kalan geleneksel veri tabanı sistemleri yerine artık büyük veri teknolojilerine önemli yatırımlar yapmaktadır (Doğan & Arslantekin, 2016). Veri analizi, sektörde daha önce farklı üretim süreçlerinde ortaya çıkan tehditleri bulmak ve bu tehditlerin tekrar ortaya çıkmasını engelleyen çeşitli çözümlerin yanı sıra ortaya çıkabilecek yeni sorunları tahmin etmek için de kullanılmaktadır (Vaidya vd., 2018). Büyük veri ve bulut bilişim, bir madalyonun ayrılmaz iki yüzüdür (Wan & Zhou, 2015). Büyük veri, daha fazla karar verme gücü, öngörü ve işlem optimizasyon yeteneğine sahip olmak için yeni işlem boyutlarına ihtiyaç duymaktadır ve bu yöntemler için “Big Data Analysis-Büyük Veri Analizi” tabiri kullanılmaktadır (Atalay & Çelik, 2017).

Bulut Teknolojileri: Bulut Teknolojileri, Endüstri 4.0’ın verimli şekilde gerçekleştirilmesine önemli katkı sağlayabilecek yükselen bir teknolojidir (Thames & Schaefer 2016). Üretimi kolaylaştıran bir bulut bilişim merkezine depolama ve hesaplama yeteneğinden dolayı çok yüksek miktarda veri yüklenebilmektedir (Thames & Schaefer, 2016). Modern bir işletmenin operasyonu, büyük miktarda bilgi ve yoğun hesaplama gerektiren sayısız karar verme faaliyetini içermektedir. Üretim işletmeleri, veri tabanları için sunucular ve karar alma birimleri gibi birden fazla bilgi işlem kaynağına ihtiyaç duymaktadırlar (Alper, 2021, s. 62). Bu ihtiyaçlar karşılanmadığında veri alışverişi, paylaşımı ve üretim kaynaklarının optimal kullanılması konularında verimsiz sonuçlar ortaya çıkabilmektedir. Bulut bilişim, bu tür sorunlara etkili bir çözüm sunmaktadır. Tüm veriler özel veya genel bulut sunucularında saklanabildiği için karmaşık durumlarda doğru karar verme süreçleri bulut bilgi teknolojileri ile desteklenebilmektedir (Mitra vd., 2017).

Üç Boyutlu Yazıcılar: 1980’li yıllarda Charless Hull tarafından icat edilen üç boyutlu (3D) yazıcı teknolojisi, Scott Crump tarafından geliştirilmiş ve 1990 yılında ticarileştirilmiştir (Duman, 2021). Üç boyutlu yazıcılar ile gerçekleştirilen eklemeli imalat, girdi olarak dijital verileri ve ham maddeyi kullanarak tabaka tabaka parça üreten bir üretim tekniğini ifade etmektedir (Baumers, vd. 2011). Bu teknoloji ile üç boyutlu bir bilgisayar çizimi gerçek bir nesneye çevrilebilmekte ve doğrudan kaynak israfının önüne geçilmektedir (Sandalcı, 2016). Ayrıca kişiselleştirilmiş ürün tasarımını ve üretim için gerekli olan diğer iyileştirmelerin sağlanmasına yardımcı olmaktadır. Eklemeli imalatla insan faktörü daha çok yazılım kısmında yer almakta ve

üretim doğrudan yazıcılarla gerçekleştirilmektedir (Çevik, 2018, s. 47). Bu durum üretim esnasında insan kaynaklı hataları ortadan kaldırmaktadır (Duman, 2021).

Otonom Üretim Sistemleri: Otonom üretim sistemleri, katma değer yaratmayan basit işlerde insanlar yerine robotları kullanmaya yönelerek, insanların daha etkili olabilecekleri alanlara yönlendirilmesini amaçlamaktadır (Machado vd., 2019). Otonom üretim yönteminin verimini artırmak için kullanılan otonom üretim sistemleri, verilen görevi belirtilen süre içinde tamamlayabilmekte, güvenlik, esneklik, çok yönlülük ve işbirliğine odaklanıp işgücünün kullanılmasının sınırlı olduğu alanlarda çalışabilmektedir (Vaidya vd., 2018).

Arttırılmış Gerçeklik: İçten ve Bal (2017, s. 112), arttırılmış gerçekliği gerçek ve sanal nesnelerin aynı ortamda birlikte algılanmasını sağlayan bir teknoloji olduklarını belirtmişlerdir. Azuma (1997, s. 2) çalışmasında bu teknolojiyi üç özelliği ile birlikte değerlendirerek, gerçeği ve sanalı birleştiren, gerçek zamanlı olarak etkileşimli ve üç boyutlu olarak algılanan bir sistem olarak tanımlamıştır. Sanal gerçeklikle değişik üretim aktivitelerinin ortak bir çatı altında toplanması ve tüm fonksiyonların eşzamanlı simülasyonunun sağlanması mümkün olabilmektedir.

Sistem Entegrasyonu: Türk Dil Kurumu'na göre entegrasyon kelimesi, bir araya gelebilme ve bütünleşme olarak açıklanmaktadır. Sistem entegrasyonu, bir işletmenin sunduğu mal ve hizmetlerin üretilmesi ve sunulması sırasında ihtiyaç duyulan her türlü birimin ve sürecin birleştirilerek tek bir sistem hâline getirilmesi olarak tanımlanabilir (Duman, 2021). Endüstri 4.0, yatay entegrasyon, dikey entegrasyon ve ağ bağlantılı üretim sistemleri olarak üç kısımda incelenen bir yapıdır (Vaidya vd., 2018).

Akıllı Üretim

Endüstri 4.0'ın önemli amaçlarından birisi de fabrikaların akıllı hâle getirilmesidir (Kayar vd., 2018). Akıllı fabrikalar, fabrikanın bütün süreçlerini bilgi teknolojileri desteğiyle esnek üretim hâline getirebilen yapılardır (Duman, 2021). Akıllı fabrikalar, üretim hattındaki akıllı ve kendi kendini optimize eden makineler ile malın tedarikçiden müşteriye teslimine kadar olan tüm değer zincirini senkronize etmektedir (Spath vd., 2013). Envanter, lojistik ve nakliye simülasyonu ve ürünlerin kullanım geçmişi de üretim süreçlerini olumlu yönde etkilemeye yardımcı olmaktadır (Wan vd., 2015). Akıllı üretim, sağladığı dijital altyapı desteği ve uzaktan kontrol mekanizmaları ile üretim lokasyonu ve süreçlerinde çeşitlilik imkânı sağlamaktadır (İnan, 2019, s. 35). Bu imkânlar ile artan rekabetçi pazar koşulları doğrultusunda iyileştirme çalışmaları sürekli devam etmektedir.

Tablo 1. Akıllı Fabrika ile Geleneksel Fabrika Kıyaslaması

Geleneksel Fabrika Üretim Sistemi	Akıllı Fabrika Üretim Sistemi
Kaynak Çeşitliliği: Çok çeşitli ürünü küçük parti büyüklüğünde üretebilmek için farklı tiplerde kaynak sistemde yer almaktadır.	Sınırlı ve Önceden Belirlenmiş Kaynaklar: Özel bir ürünü kitlesel olarak üretebilmek için kaynak israfını en aza indirmek amacıyla gerekli kaynaklar dikkatle ve özel olarak planlanır.
Geniş ve Kapsamlı Ağ Yapısı: İnsanlar, makineler, ürünler ve enformasyon sistemleri yüksek hızda işlem gören ağ yapılarıyla birbirlerine bağlanır ve etkileşim kurarlar.	Atölye Bazında Kontrol Ağı: Makineler arası iletişim gerekli değildir ve istasyon bazında kontrol mevcuttur.
Derin Birleşme: Akıllı fabrika, endüstriyel kablosuz ağ, bulut, nesnelerin ve hizmetlerin interneti ve enformasyon teknolojilerinin olduğu bütünleşik bir yapıda işler.	Ayrılmış Tabaka: Üretimdeki araç ve gereçler enformasyon sisteminden ayrı çalışır.
Kendi Kendine Örgütlenme: Kontrol işlevi birden fazla öge tarafından gerçekleştirilir. Akıllı öğeler, sistem dinamikleri ile baş edebilmek için birbirleri ile iletişim kurarlar.	Bağımsız Kontrol: Her araç önceden programlanmış görevleri yerine getirir. Bir araçtaki problem, tüm sistemi etkiler.
Büyük Veri: Akıllı öğeler büyük veri üretir, bu veriler geniş bantlara sahip ağlarla aktarılır ve bulut bu büyük veriyi işler.	Tekil Enformasyon: Bir makine kendi süreç enformasyonunu üretir ve kaydeder. Ancak bu enformasyon nadiren başka makineler tarafından kullanılır.

Kaynak: Wang, S., Wan, J., Li, D., & Zhang, C. (2016a)

Implementing Smart Factory of Industrie 4.0: an Outlook. International Journal of Distributed Sensor Networks, 1-10.

“Akıllı fabrikalar” akıllı üretimin yapıldığı fabrikalar olarak da tanımlanmaktadır. Bu açıdan değerlendirildiğinde akıllı fabrika ve akıllı üretim kavramları birbirinden ayrı düşünülememektedir (Radziwon,

vd., 2014). ABD kökenli bir kavram olan akıllı üretim, son yıllarda endüstride ve akademide sıklıkla kullanılan bir terim olması sebebiyle küresel bir anlam kazanmıştır (Mittal vd., 2019). Akıllı üretim, dijital teknolojilerin ve robotların yoğun bir şekilde kullanılması ile gerçekleştirilen üretim olarak tanımlanabilir (Yıldız, 2018). Bu tarz bir üretim, verileri üretim sürecinin farklı aşamalarında kesintisiz olarak, en son algılama teknolojileri ve kablosuz bağlantılarla birleştirmeyi amaçlamaktadır (Zhang & Kwok, 2018). Akıllı üretim sistemi ise; tedarik, üretim, ürün, lojistik ve hizmet gibi tüm üretim unsurlarını birbirine bağlayarak üretim sürecini birleşik bir ortam olarak siber-fiziksel bir sistem ile kontrol etmektedir (Choi vd., 2015, s. 27). Siber-fiziksel sistemler, yalnızca optimize edilmiş ürünlerin üretimi için gerekli tüm bilgilerin değişimini sağlamakla kalmayıp, aynı zamanda “nesnelerin interneti” temelinde fabrikadaki tüm üretim sürecinin kontrolünü de sağlamaktadır (Gubbi vd., 2013).

Türkiye’de Otobüs Sektörü

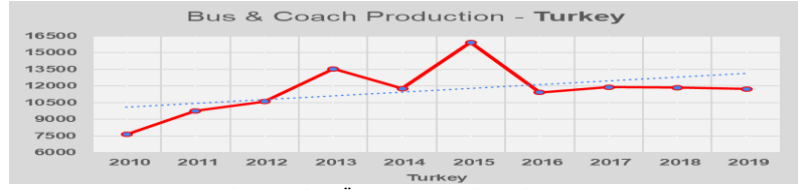
Otomotiv endüstrisi, tüm sanayileşmiş ülkelerde ekonominin temel itici gücü olarak kabul edilmektedir (D’Automobiles, 2005). Otomotiv endüstrinin ekonomideki sürükleyici etkisinin nedeni, endüstrinin diğer dalları ve küresel iş ortamının diğer sektörleriyle olan yakın ilişkisinden dolayıdır (Sturgeon & Biesebroeck, 2010). Otomotiv sektörü, birçok önemli sektörde teknolojik gelişimine önderlik etmektedir (Ergene, 2017, s. 21). Bu yönü ile otomotiv sektöründeki değişiklikler tüm küresel ekonomiyi yakından etkilemektedir (Korkmaz, 2016, s. 18). Dünyadaki toplam motorlu araç üretiminin yaklaşık %70’i otomobil üretiminden oluşmaktadır (Arslan, 2019, s. 8).

Başlıca otobüs türleri boyutlara göre sıralandığında, dünya çapında tek katlı ve çift katlı yapıya sahip olan minibüs, midibüs, şehir içi otobüs ve okul otobüsüdür (Soloviev, 2015; Jack & Gibbins, 2019). 1830’larda Walter Hancock ve Sir Goldsworthy Gurney, otomobili at gibi insan ve yük taşıyan hayvanlara uygun olmayan yollarda ulaşımı sağlayabilmek için icat edilen ve buharla çalışan bir motor olarak tanımlamışlardır. Daha sonra, ilk elektrik ve benzin motorlu otobüsler 1882’de Dr. Ernst Werner Siemens ve 1895’te Karl Benz tarafından ortaya konulmuştur. Bu sektör günümüzde otobüs, minibüs, midibüs ve bunların yedek parçalarını da üreten dev bir sanayi kolu hâline gelmiştir.

Yolcu otobüsü endüstrisi; bölgesel, kültürel, idari, stratejik, ekonomik büyüklük, teknoloji, ürün tipi ve tasarım açısından farklılık gösteren ve devlet ekonomisine katkı sağlayan endüstriyel bir yapıdır (Öztekin, 2016). Bileşenleri, teknolojisi ve üretim süreci nedeniyle karmaşık bir yapıya sahiptir (Jan & Hsiao, 2004). Otobüs üretimi hassas, yoğun ve entegre bir endüstri olmasının yanı sıra sermaye yoğun özelliği ve AR-GE çalışmalarına yüksek yatırımı zorunlu kılmaktadır (Özsungur, 2018). Otobüs fabrikalarının rekabet ortamında hayatta kalabilmeleri firma büyüklüklerinin yeterince büyük olmasını gerektirmektedir (Schmidt & Gary, 2002). Yeni bir model geliştirmek veya mevcut model üzerinde önemli değişiklikler yapmak yüksek maliyetler ve yatırımlar gerektirebilmektedir. Ayrıca, her yapılan değişikliğin ardından yoğun rekabetin olduğu pazara giriş için zorlu bir mücadele ortamı da oluşmaktadır.

Dünyadaki hızlı teknolojik gelişmeler, melez yakıt hücreleri, sıkıştırılmış doğal gazlar ve elektrik gibi çeşitli yakıt türlerine sahip yeni motorların yolunu açmaktadır (Nalbant, 2019). Ayrıca dijitalleşme çağıyla birlikte, sürücüsüz otobüsler ve karayolu veri toplayıcı ve analizci otobüsler, operasyonel maliyetleri azaltmak ve trafik sıkışıklığını optimize etmek için yaygın hâle gelmektedir (Lopez-Lambas & Alonso, 2019).

Son zamanlarda, Türk otobüs üreticileri, Avrupa’da mühendislik ve kalite standartlarını karşılayan araçlar geliştirmektedir (Ergene, 2017). Nitekim Mercedes-Benz, MAN, Mitsubishi’nin Türkiye’deki fabrikaları, son birkaç yılda piyasaya yeni modeller sunmuşlardır (Jack & Gibbins, 2019). Türk otobüsü sektörünün üretim büyüklüğünü gözlemlemek için, toplam üretim verileri OICA’nın (Uluslararası Motorlu Araç İmalatçıları Örgütü) kamuya açık veri tabanlarından alınmış ve 2010-2019 yılları arasında Türkiye’nin toplam üretimini vurgulamak için trend çizgileri kullanılarak Şekil 1’de gösterilmiştir. 2012-2015 yılları arasında belediye ihaleleri, küresel organizasyonlar, turistik ziyaretler, seçimler ve diğer beklenmedik olaylardan dolayı üretim trendinde yüksek dalgalanmalar gerçekleşmiştir. Ancak genel olarak, Türk otobüsü sektörünün üretim hacminin yıllık yaklaşık 10.000 ile 12.000 adet arasında olduğu söylenebilir. İstikrarlı ihracat satışları yurt içi taleplerinden fazla olup, 2016 sonrası yıllar göz önünde bulundurulduğunda istikrar söz konusudur.



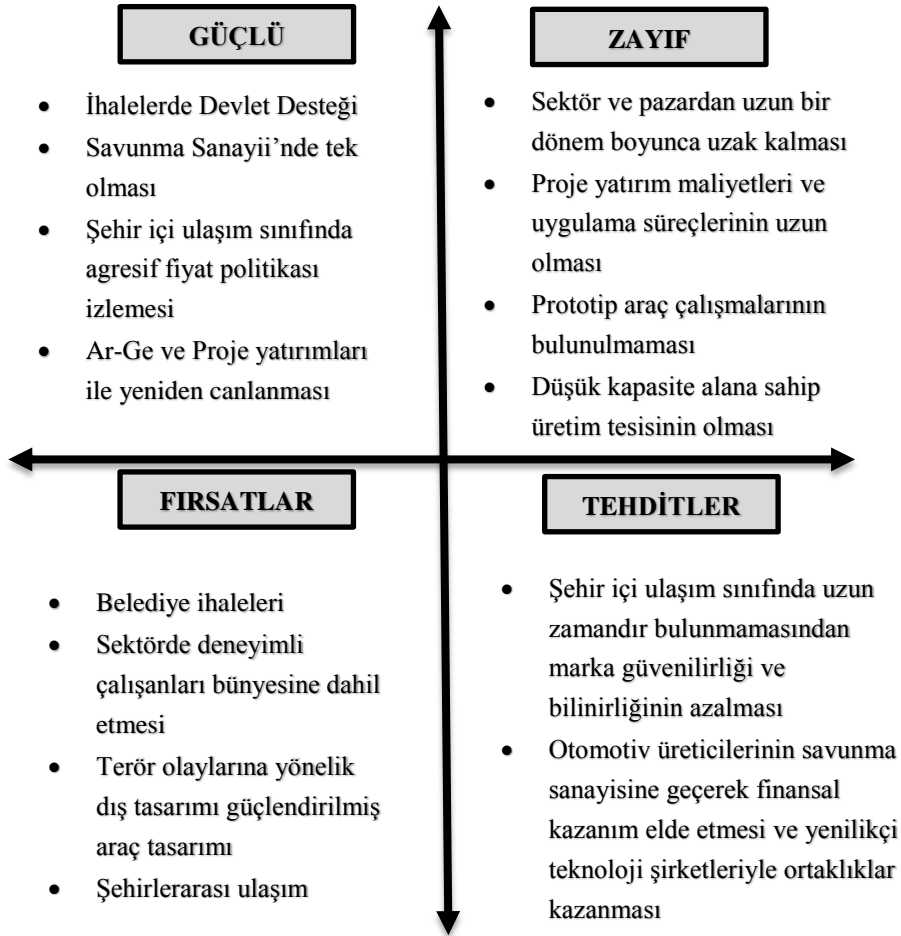
Şekil 1. Türkiye Otobüs Üretimi (Kaynak: Jack & Gibbins, 2019)

Türkiye’de 2013-2017 döneminde otomotiv üretimi ülke ekonomisine kıyasla daha hızlı büyümüştür. Öte yandan, takip eden yılda yurt içi ve yurt dışı piyasalardaki daralma neticesinde %10,2 oranında daralmıştır (KPMG, 2019, s. 8). Otomotiv Sanayii Derneği’ne (OSD) göre, otomotiv ihracatı 2017-2018 dönemine kıyasla 2018 yılında 2017’ye göre %0,8 azalmıştır.

Otobüs sektörünün özellikle Türkiye ihracatında büyük öneme sahip olması sebebiyle küresel gelişmeler neticesinde bir dönüşümden geçmek durumundadır. Ancak sektör profesyoneller ülkenin içinde bulunduğu ekonomik şartların bahsedilen dönüşümü yeterince destekleyemediğini belirtmektedirler (Yayar & Yılmaz, 2016).

Diğer taraftan, Başbuğ ve Evlimoğlu’nun (2020, s. 146) hazırladığı raporda yer alan Türkiye’de otobüs sektörünün güçlü ve zayıf yönleri ile sektördeki fırsatlar ve tehditler Tablo 2’de sunulmuş olup, Endüstri 4.0 platformu ile hızlı prototipleşme, artan rekabetçi pazar, çoklu teknolojik entegrasyon doğrultusunda sektör bileşikleri, tedarikçileri ve üretim süreci ile yakın ilişkide olması gerekliliği ortaya konmuştur (KPMG, 2019).

Tablo 2. Türkiye Otomotiv Sektörü SWOT Analizi - (Başbuğ & Evrimoğlu, 2020)



YÖNTEM

Araştırmanın Yöntemi

Bu çalışmada, nitel çalışma yöntemlerinden biri olan vaka çalışması yönteminden yararlanılmıştır. Vaka çalışması ile araştırmacının müdahalesi olmaksızın ortaya çıkan sonuçların gözlenmesi, incelenmesi, gerekli kişi veya kurumlarla görüşmeler yapılması gibi veri toplama süreçlerinden sonra ortaya çıkan durumun genellemesi amaçlanmaktadır (Kurtuluş, 2010). Bu yaklaşım doğrultusunda çalışma, “akıllı üretim” ile ilgili olarak derinlemesine bilgi toplayabilmek amacıyla Türkiye’nin Güney Bölgesi’nde konumlanan bir otobüs imalat firmasında gerçekleştirilmiştir. Akıllı üretim uygulamaları ile doğrudan en fazla etkileşim içinde bulunan üretim biriminden 6, satış ve pazarlama biriminden 2, kurumsal iletişim bölümünden 2, finansman ve insan kaynakları bölümlerinden ise birer yönetici olmak üzere toplam 12 yönetici ile görüşme yapılmıştır. Firma yönetimi tarafından nitel verilerin elde edilmesi ve uygulama sonuçlarının gözlemlenmesi amacıyla farklı yıllarda oluşan kıyaslamalı nicel verilerin araştırmacıya aktarılması ile gerçekleşmiştir. Aktarılan bilgilerin doğruluğu firma üst düzey yöneticisi tarafından teyit edilmiştir.

Öncelikle firma üst yönetimine çalışmanın akademik bir araştırma kapsamında yapıldığına dair detaylı bilgilendirmeler yapılmış ve izin talebinde bulunulmuştur. İzin verilmesine müteakip çalışmanın yapıldığı fabrikada birim yöneticileri ile görüşülmüş ve kullanılan sistemler yerinde incelenmiştir. İnceleme sonrası fabrikada akıllı üretim sistemlerinin yoğunlukla kullanıldığı gözlemlenmiş ve araştırmanın yapılmasına karar verilmiştir.

Çalışmanın amacı doğrultusunda sistematik ve derinlemesine bilgi toplanabilmesi için yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılmıştır. Görüşme talebinde bulunulan 20 yöneticiden yalnızca 12 yönetici görüşme talebini kabul etmiş, geri kalan yöneticiler akıllı üretim faaliyetleri ile ilgili çalıştıkları birim gereği bilgi gizliliğini korumak istediklerini belirterek görüşme talebini kabul etmemişlerdir. Araştırmada yer almayı kabul eden 12 yönetici ile görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Verilerin daha sistematik bir şekilde toplanabilmesi için görüşmeler görüşme formu doğrultusunda yapılmıştır. Bu şekilde, üretim sisteminin nasıl bir gelişim ve değişim yaşadığı anlaşılabilir olarak kullanılan yöntem ve yeniliklerin neler olduğu anlaşılabilir ve sistem çıktıları hakkında yeterli bilgi toplanabilmiştir.

Görüşme formunda sırasıyla ‘Akıllı Üretim Uygulamaları’ ve ‘Akıllı Üretim Uygulamalarının Firma Performansına Etkisi’ olmak üzere iki ana başlıkta toplam 20 temel soruya yer verilmiştir. Verilerin toplanması 18. Kasım ile 14 Nisan 2020 tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir. Veri toplama yöntemi olarak firmanın bulunduğu lokasyona gidilerek ilgili yöneticilerle çalışma ofislerinde ve video konferans ile görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Üst yönetimden alınan özel bir izinle imalat alanında hızlı bir ziyaret yapılabilmektedir. Yüz yüze yapılan görüşmeler ortalama bir saat ve video konferans ile yapılan görüşmeler 40 dakika sürmüş olup farklı tarihlerde toplam 32 görüşme gerçekleştirilmiştir. Bu görüşmelerde akıllı üretimin işletme performansı üzerindeki etkisi çeşitli göstergeler kullanılarak rakamsal veriler ile ortaya konmuştur.

Bu araştırmada kullanılan yarı yapılandırılmış görüşme konuları önceden belirlenmiş ve ilgili yöneticilere sunulmuştur. Araştırmada incelenen konular kapsamı içerisinde kalınmış ve serbest cevaplamalara izin verilmiştir. Soruların kolay anlaşılabilir yapısının yanı sıra yönlendirici olunmamasına da dikkat edilmiştir.

Araştırmanın yapıldığı firma yöneticilerine ‘Akıllı Üretim Uygulamaları’ ana başlığında yöneltilen sorular;

1. Projelerde fayda/maliyet analizi yapılmakta mıdır? Analiz yapılıyorsa hangi yöntemlerle yapılmaktadır?
2. Endüstri 4.0’ın firma yönetsel yaklaşımı üzerine bir etkisi olmuş mudur? Etki söz konusu ise, özellikle hangi alanlarda yaşanmıştır?
3. Veri iletişimi konusunda yaşanan herhangi bir sorun var mıdır? Varsa hangi alanlarda sorun söz konusudur?
4. Kullanılan akıllı sistemlerin üretimde sağladığı temel faydalar nelerdir?
5. ‘Telemetri’ cihazının otobüs üretiminde en önemli faydası nedir?
6. Nesnelerin interneti teknolojisinin yarattığı fayda özellikle hangi alanda söz konusudur?
7. Robot teknolojisinin yarattığı fayda/maliyet hakkında görüşleriniz nelerdir?
8. Fabrikada kullanılan akıllı üretim sistemleri hakkında bilgi verir misiniz?
9. Ham madde, yarı mamul ve nihai ürünlerin stok takibi nasıl yapılmaktadır?
10. Firmada Endüstri 4.0 kültürü oluşturmak amacıyla somut uygulamalar nelerdir?
11. Akıllı makinelerde herhangi bir iletişim problemi yaşanmakta mıdır? Yaşanıyorsa hangi alanlarda söz konusudur?
12. Üretim sistemleri ve müşteri memnuniyetinin aralarındaki etkileşim ve sonuçları nelerdir?

13. İnsan gücü yönetimine dair herhangi bir sorunla karşılaşmakta mıdır? Sorun olduğu takdirde alınan önlemler nelerdir?
14. Firma sektöründe isim yapmış danışmanlardan destek almakta mıdır? Danışman desteği söz konusu ise özellikle hangi alanlarda destek alınmaktadır?
15. Dijital verilerin gizliliği ve güvenliği nasıl sağlanmaktadır?
16. Firmada yaşanan en önemli sorun nedir? Çözüm önerileri nelerdir?

Araştırmanın yapıldığı firma yöneticilerine ‘‘Akıllı Üretim Uygulamalarının İşletme Performansına Etkisi’’ ana başlığında ‘ yöneltilen sorular;

1. Akıllı üretimin firma verimliliğine etkisini anlık ölçebilmek için hangi yöntem kullanılmaktadır?
2. Telemetri cihazı ve XBUS ürününün Firma verimliliğine etkisi nasıl hesaplanmaktadır?
3. Üretim hatalarının önlenmesi veya azaltılması konusunda neler yapılmaktadır?
4. Müşteri memnuniyeti ölçülmekte midir? Ölçülüyorsa izlenen süreç nedir?

ARAŞTIRMA BULGULARI

Araştırmanın yapıldığı firmada görüşülen 12 yöneticinin % 67’si erkek, % 33’ü kadın, % 25’i bekâr, % 67’si evli, % 8’i boşanmış, % 75’i 35-55 yaş, % 25’i 56 ve üzeri yaş, %67’si üniversite ve %33’ü ise lisansüstü eğitim seviyesine sahiptir.

Firma, Endüstri 4.0’ı oluşturan işbirlikçi robotlar, IOT sistemler, eklemeli üretim, 3D yazıcılar, bulut çözümler, siber güvenlik, büyük veri ve analizi, simülasyon ve artırılmış gerçeklik teknolojileri gibi unsurların çoğunu uygulamada aktif olarak kullanmaktadır.

Araştırmanın gerçekleştirildiği Türk otobüs firmasının üretim sürecinde ürün geliştirme döngüsü, tasarım, üretim ve test aşamaları yüksek miktarda harcama yapılarak yaklaşık üç yıl sürmüştür.

Büyük veri teknolojileri ile araç tabanlı yeniliklerin yanı sıra, otobüslerin dijitalleşmesi, ulaşım kalitesi, güvenlik standartları ve araç ile yolcular arasındaki iletişim iyileştirilmiştir. 2017’de başlatılan "Fleetics", verilerin analiz edilmesinin, büyük veri destekli bileşenler ve bulut teknolojileri aracılığıyla her operatörün sürücü davranışına ve yol koşullarına yönelik kararını nasıl etkilediğine dair önemli bir örnek oluşturmaktadır.

Araştırmanın yapıldığı firma yöneticileri tarafından ‘Akıllı Üretim Uygulamaları’ ana başlığında yöneltilen sorulara verilen cevaplar gruplandırılmış hâli ile aşağıda sıralanmıştır;

1. Firmanın hazırlık sürecinde tüm projelerde fayda/maliyet analizi bakış açısı ile simülasyon çalışması, pilot uygulama, S.W.O.T. (Güçlü, Zayıf, Fırsatlar ve Tehditler) (Valentin, 2001) analiz ve kıyaslama çalışmaları yapılmaktadır.
2. Firma, Endüstri 4.0 ile birlikte yenilikçi, sürekli iyileştirme ve çevik çözüm üreten yönetsel yaklaşımları geliştirmeye çaba göstermektedir.
3. Firma, zaman zaman veri iletişimi ve sistem yazılımlarını adapte etme konusunda sıkıntılar yaşamaktadır. Sorunun özellikle robot - bilgisayar arasındaki haberleşmede yaşandığı yönündedir.
4. Kullanılan akıllı sistemler, üretimin daha hızlı, daha kaliteli ve daha ekonomik olmasına katkı sağlamaktadır. Ayrıca esnek üretimi daha verimli kılmaktadır. Müşterilerin taleplerine göre özel tasarımlar hazırlanabilmektedir.
5. Büyük veri ve nesnelerin internetinin bir kombinasyonu olan ‘Telemetri’ cihazı ile otobüs sürücüsü, anlık olarak otobüsün verilerini yakından takip etmektedir.
6. Nesnelerin interneti teknolojisi ile üzerinde sensör bulunan otobüse ait motor, şanzıman vb. bileşenlere ait parçalar kendi aralarında iletişim hâlinde olarak, herhangi bir aksama veya hata durumunda otobüs sürücüsüne anında bilgilendirme sağlamaktadır.
7. Fabrikada ilk olarak robotik ve otomasyon sistemleri devreye alınmıştır. İş gücü ile yapılan işlemler artık robotlar tarafından yapılmaktadır. Firmanın küresel pazarda hayatta kalabilmek için değişen üretim sistemleri ve süreçlerine dair almaları gerekli önlemler belirlenmiştir.
8. Fabrikada kullanılan akıllı üretim sistemleri, operatöre ihtiyaç duyulmadan taşıma işlemlerini gerçekleştiren AGV (Automated Guided Vehicle) taşıma sistemleri, lazer ile yarı mamul kesme robotları, ürün taşıma ve montaj etme robot kolları, bilgisayar ile bütünleşik veri takip sistemleridir.
9. Yoğun işlem trafiği olan yedek parça talepleri ve dağıtımında bulut sistemine entegre olan Radyo Frekans ile Tanımlama (RFID) teknolojisi, depolama sistemleri ve robotik çözümler aracılığıyla kullanıcılara hızlı ve doğru teslimat sağlanmaktadır.

10. Firmada Endüstri 4.0 kültürü oluşturmak amacıyla, “MakerLab” kurularak burada çalışanların robot deneyimi, yazılım tecrübesi ve yaratıcı fikir çalışmaları ile mevcut çalışmalar hızlandırılmıştır.
11. Firmada kullanılan akıllı makinelerde yaşanan iletişim problemlerini azalttığı belirtilmektedir. Bu ise, firmada çalışan motivasyonun artmasına ve karışık süreçlerde takım çalışmasına yatkınlığın teşvik edilmesine neden olmaktadır.
12. Firma ürün kalitesindeki artışın müşteri memnuniyetini de artırdığının farkında olarak daha fazla müşteri memnuniyeti için üretim sistemleri sürekli olarak geliştirilmektedir.
13. Akıllı üretim kapsamında çalışanların her türlü yeniliğe gösterdikleri direnci kırmanın güç olduğunun üzerinde durulmuştur. Endüstri 4.0 kapsamında yeni teknolojilere hâkim yetkin ve becerikli insan gücünün yetersiz oluşunun ve uygulama örneklerinin az olması nedeni ile de mevcutların yetişmelerinin zaman almasının önemli bir engel olduğunun altı çizilmiştir. Bu bağlamda, firma, personelinin yeni teknolojilere uyum sağlaması için iş-başı eğitim programları uygulamaktadır.
14. Firma önemli süreçlerde yerli ve yabancı sektör danışmanları ve akademisyenlerle işbirlikleri geliştirmektedir. Böylece, üzerinde çalışılan projelerin belirlenen süreden daha erken tamamlandığı belirtilmiştir.
15. Firma ölçeğinin büyük olması nedeniyle bilgi güvenliğinin oldukça önemli bir konu olduğu belirtilmiştir. Müşteri bilgileri bulut ortamında tutulmaktadır. Dijital verilerin gizliliği ve güvenliğinin tam olarak sağlanması gerekliliğine vurgu yapılmıştır.
16. Son olarak, firma küresel pazarda yaşanan yoğun rekabet nedeniyle artan ürün çeşitliliğini yönetmekte zorlanmaktadır. Başlıca sorunun kısa teslim sürelerinin yarattığı üretim süreçlerinden kaynaklandığı belirtilmektedir. Firma, 4.0 çerçevesinde kullanılan dijital teknolojilerin devreye alınmasını yaşanan bu soruna etkili bir çözüm olarak görmektedir.

Araştırmanın yapıldığı firma yöneticileri tarafından “Akıllı Üretim Uygulamalarının İşletme Performansına Etkisi” ana başlığında ‘yöneltilen sorulara yöneticiler tarafından verilen cevaplar gruplandırılmış hâli ile aşağıda sıralanmıştır;

1. Üretim verileri dijital ortamda takip edilmeye başlanmıştır. Ayrıca ürün izleme sistemleri ile ürünü anlık olarak takip eden sistemler kurulmuştur. Toplam Ekipman Etkinliği (OEE), “kaliteli bir ürün üretmek için zamanın ne kadar etkili kullanıldığı” ölçülmesi olarak bilinen yöntem tüm üretim hatlarında anlık ölçülmekte ve dijital bir panoda gösterilmektedir. Böylece, özellikle mavi ve gri yaka çalışanlar arasında şeffaf bir rekabet ortamı da yaratılmıştır.
2. Otobüs firmasının üretmiş olduğu Telemetri cihazı ve bu cihaz ile entegre olan XBUS ürününün işletme satış ve gelirlerine olan etkileri yıl bazında hesaplanmıştır.
3. Firmanın üretim hatlarında mevcut kalite iyileştirmeleri doğrultusunda yenilikçi çözümler ile her üretim durağında üç boyutlu yazıcı sistemi ile hızlı prototipleme gerçekleştirilmektedir. Bu sayede, üretim esnasında oluşabilecek hataların önlenmesi veya azaltılması sağlanmıştır. Böylece, müşteri odaklı ürün yelpazesinde önemli çeşitlilikler meydana gelmiştir.
4. Müşterilere artırılmış gerçeklik (AR) ve sanal gerçeklik (VR) teknolojileri ile uzaktan kullanıcı deneyimi sunularak, müşteri istekleri doğrultusunda ürün modifikasyonları yapılmaktadır. Dolayısıyla, bu uygulamalar ile müşteri memnuniyeti ve marka bilinirliği olumlu yönde artmıştır.

Endüstri 4.0’ı küresel rekabette önemli bir üstünlük aracı olarak gören firma, müşteri memnuniyetini periyodik olarak ölçerek, sonuçları kıyaslayarak ve buna bağlı olarak iyileştirilmesi gerekli alanları belirleyip gereken aksiyon planlarını hazırlamaktadır. Yapılmasına karar verilen işlerin kim veya kimlerin sorumluluğunda olduğu, varsa talep edilen işbirlikleri, işlerin başlama ve tamamlanma süreleri ve kontrol dönemleri düzenli olarak takip edilmektedir. Hedeflenen şekilde zamanında tamamlanamayan işler için kök neden çalışması yapılarak yeniden planlamak suretiyle aksayan işlemlere müdahale edilebilmektedir.

TARTIŞMA

Literatürde Endüstri 4.0 ile ilgili çalışma sayısının fazla olmasına karşın Endüstri 4.0 çerçevesinde otobüs sektörünü ele alan çalışma sınırlı sayıdadır. Ulaşılan çalışmaların bulguları incelendiğinde bu çalışma bulgularıyla bazı benzerliklerin olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Yapılan çalışmanın bulgularına paralel olarak Sürmen (2019), firmaların Endüstri 4.0 süreciyle ilgili yeterince teorik bilgiye sahip olduklarını ancak uygulamada Endüstri 3.0 seviyelerinde kaldıklarını belirtmiştir

(Rüßmann vd., 2015). Sürmen (2019) çalışmasında, Endüstri 4.0 perspektifinden imalat sanayiinde verimliliğin ve büyüme ile ilgili gerçekleştirdiği çalışmada otobüs sektörünün geleceği ile ilgili çeşitli öngörülerde bulunmuştur. Bu öngörüler; otonom robotların montaja daha fazla yönlülük sağlayacağı, tek bir esnek üretim hattı ile farklı tasarımlarda birden fazla araç modelinin üretileceği, otomobil üretim sürecinin otomatik iş kontrol sistemleri tarafından denetleneceği, tedarikçilerin üreticiden gelen yeni siparişler temelinde süreçleri otomatik ayarlayarak tam zamanında lojistiği en üst düzeye çıkaracağı ve robotların daha özerk rol oynayacağı şeklindedir.

Sürmen (2019) çalışmasında yaptığı mülakatlar sonucunda Türkiye’de Endüstri 4.0 bilincinin oluştuğu şirketlerin ve devlet kurumlarının bu konuda yol haritasını oluşturarak çalışmalara başladıkları neticesine ulaşmıştır.

TÜBİTAK (2017) tarafından akıllı üretim sistemleri üzerine Ar-Ge desteği almış 1.000 firmada gerçekleştirilen araştırma sonuçlarına göre, Türkiye’nin Endüstri 2.0 ile Endüstri 3.0 arasında konumlandığını ortaya konulmuştur. Bunun yanında otobüs sektörünün özel olarak incelenmesi sonucunda dijital teknoloji kullanımının oldukça yoğun olduğunu belirtmişlerdir. Bu özelliği ile otobüs sektörünün Endüstri 4.0 sürecine geçişte diğer sektörlerle göre daha hızlı ve uyumlu olacağı öngörülmektedir (KALDER, 2016). TÜBİTAK’ın küresel öngörülerini, endüstri 4.0 ile ilişkili teknolojilerin daha çok uygulama alanı bulacağı ve sürekli yükselen bir eğilim göstereceği doğrultusundadır (TÜBİTAK, 2017). Önümüzdeki yıllarda akıllı sistemlerin, makinelerin ve robotların üretimde daha önemli rollere sahip olacağını söylemek mümkündür.

Gelecek yıllarda üretimde dijital teknoloji kullanımının artması neticesinde insan gücüne olan ihtiyacın azalarak üretimde etkinlik ve verimliliğin artacağı söylenebilir.

SONUÇ

Endüstri 4.0 çerçevesinde kullanılan dijital teknolojilerin bir araya gelmesi ile Türkiye’de de devreye giren akıllı üretim sayesinde üretim daha kaliteli, daha hızlı ve daha ekonomik yapılabilmektedir. Bu bağlamda çalışmanın gerçekleştirildiği otobüs firmasında Endüstri 4.0 uygulamalarının etkin olarak yapıldığı saptanmıştır.

Çalışmada elde edilen en önemli sonuçlar şunlardır;

- Telemetri cihazı ile entegre olan IBUS (Akıllı Otobüs) ürünü, Endüstri 4.0 kapsamında yapılan dijital dönüşüm sayesinde 3 yıl içerisinde firmanın toplam satışı üzerinde %2.7 seviyesinde bir artışa neden olmuştur.
- İncelenen otobüs firmasının üretmiş olduğu Telemetri cihazı ve bu cihaz ile entegre olan XBUS ürününün firmanın 2017, 2018 ve 2019 yıllarındaki toplam satışlarını her yıl bir önceki yıla göre arttırdığı saptanmıştır.
- Benzer şekilde firmanın toplam geliri de 2017 yılında %1,9, 2018 yılında %2,6 ve 2019 yılında ise %2,7 artmıştır. Otobüs sektöründe elde edilen bu seviyedeki artışlar oldukça anlamlıdır.
- Akıllı üretim uygulamalarında farklı yöntemlerle ölçümler yapılarak elde edilen rakamların yanı sıra rakamlarla gösterilemeyen çıktılar da söz konusudur. Çalışma esnasında elde edilen diğer sonuçlar şunlardır;
- Firma, Endüstri 4.0 ile birlikte yenilikçi, sürekli iyileştirme ve çevik çözüm üreten yönetsel yaklaşımları geliştirmeye karar vermiştir. Bu konuda danışmanlık hizmeti almak için araştırma yapmaktadır.
- Endüstri 4.0’ı küresel rekabette önemli bir üstünlük aracı olarak gören firma, 2017 yılı itibarıyla müşteri memnuniyetini periyodik olarak ölçerek, sonuçları kıyaslayarak ve buna bağlı olarak iyileştirilmesi gerekli alanları belirleyip gereken aksiyon planlarını hazırlayarak müşteri tercihlerini odağına koymuştur.
- Firma küresel pazarda yaşanan yoğun rekabet nedeniyle artan ürün çeşitliliğini yönetmede zorlanmaktadır. Başlıca sorun kısa teslim sürelerinin yarattığı üretim süreçlerinden kaynaklanmaktadır. Firma, 4.0 çerçevesinde kullanılan dijital teknolojilerin devreye alınmasının yaşanan bu soruna etkili bir çözüm olacağına inanmaktadır.
- Firmada kullanılan akıllı makinelerde zaman zaman yaşanan iletişim problemlerinin azalttığı belirtilmektedir. Bu ise, firmada çalışan motivasyonun artmasına ve karışık süreçlerde takım çalışmasına yatkınlığın teşvik edilmesine neden olmaktadır.

Türkiye’nin tam anlamıyla Endüstri 4.0’a geçtiğini söylemek güçtür. Türkiye ihracatının lokomotif sektörlerinden biri olan otobüs sektöründe yapısal değişimlerin yapılması isabetli olacaktır. Bu bağlamda,

özellikle teknolojik altyapının yetersiz olduğu bölgelere yatırımlar yapılabilir. Geçtiğimiz günlerde Karsan tarafından tanıtımı gerçekleştirilen Türkiye'nin yerli elektrikli otonom otobüsü, sektörün akıllı üretim anlayışında önemli bir ilerleme yolunda olduğunu göstermektedir.

Türkiye'de otobüs sektörünün küresel rekabet gücünü artıracak Endüstri 4.0'ın fabrika yönetimine daha etkin planlama, kontrol ve geri besleme uygulamalarında önemli destekleri olabilecektir.

Endüstri 4.0 uygulamalarını üretim süreçlerinde kullanan firmaların üniversitelerin ilgili birimleri ile yakın iş birlikleri çabalarını artırmaları gereklidir. Bu iş birliği kapsamında özellikle Ar-Ge faaliyetlerinde olabildiğince akıllı üretim uygulamaları üzerine odaklanılması önerilmektedir.

Gelecek çalışmalarda, diğer otobüs firmalarında Covid-19 sonrası çalışan davranışları dikkate alınarak Endüstri 4.0 uygulamaları ve bu uygulamalara adaptasyonu incelenebilir. Ayrıca, otomotiv sektörüne bağlı otomobil, kamyon gibi ürün gruplarında da akıllı üretim uygulamaları ve sonuçları gözlemlenerek alana katkı sağlanabilir.

KAYNAKLAR

Ajaykumar, A., Bhanupriya, PC, Shivanagi, S. & Singh, S. (2020). *Smart Bus Tracking System* [Doctoral Dissertation, CMR Institute of Technology].

Aksoy, S. (2017). Değişen teknolojiler ve endüstri 4.0: Endüstri 4.0'ı anlamaya dair bir giriş. *SAV Katkı*, 4, 34-44.

Alçın, S. (2016). Üretim için yeni bir izlek: Sanayi 4.0. *Journal of life Economics*, 47, 19-30.

Alper, İ. (2021). *Kurumsal kaynak planlaması (ERP) ve Bulut ERP* [Master's Thesis, Pamukkale Üniversitesi]

Arslan, I. (2019). *Dünya'da ve Türkiye'de Otomotiv sektörü, BİSt 100'de işlem gören Otomotiv sektörü işletmelerinin finansal analizi* [Doctoral Dissertation, Marmara Üniversitesi].

Atalay, M., & Çelik, E. (2017). Büyük veri analizinde yapay zekâ ve makine öğrenmesi uygulamaları-artificial intelligence and machine learning applications in big data analysis. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9 (22), 155-172. <https://doi.org/10.20875/makusobed.309727>

Ayan, B., & Uysal, A. (2020). *Teknolojik ve sosyo-mekansal dönüşüm: Türkiye'de akıllı fabrikalar* [Master's Thesis, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi]

Azuma, R. (1997). A Survey of Augmented Reality. *Presence: Teleoperators and Virtual Environments*, 6(4), 355-385.

Başbuğ, AK, & Evlimoğlu, U. (2020). Otomotiv sektörünün Türkiye ekonomisini makroekonomik olarak etkileme mekanizmaları ve sektöre yönelik bir analiz. *Third Sector Social Economic Review*, 55(1), 134-154.

Baumers, M., Tuck, C., Bourell, DL, Sreenivasan, R., & Hague, R. (2011). Sustainability of additive manufacturing: measuring the energy consumption of the laser sintering process. *Proceedings of the Institution of Mechanical Engineers, Part B: Journal of Engineering Manufacture*, 225(12), 2228-2239. <https://doi.org/10.1177/0954405411406044>

Çevik, D. (2018). *Üç boyutlu yazıcı teknolojisinin seri ve kesikli üretim sistemleri üzerine etkisi* [Master's Thesis, Sakarya Üniversitesi].

Choi, S., Jun, C., Zhao, WB, & Do Noh, S. (2015). Digital manufacturing in smart manufacturing systems: contribution, barriers, and future directions. *In IFIP International Conference on Advances in Production Management Systems* (s. 21-29). Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-319-22759-7_3

- D'automobiles, OICA (2005). OICA President Gottschalk says automotive industry remains a reliable factor in the global economy.
- Diamond, JM, & Orduño, D. (1999). *Guns, germs, and steel*. Books on Tape.
- Doğan, K., & Arslantekin, S. (2016). Büyük veri: önemi, yapısı ve günümüzdeki durum. *Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi Dergisi*, 56(1). https://doi.org/10.1501/Dtcfder_0000001461
- Dombrowski, U., & Wagner, T. (2014). Mental strain as field of action in the 4th industrial revolution. *Variety Management in Manufacturing. Proceedia CIRP*, 17, 100-105. <https://doi.org/10.1016/j.procir.2014.01.077>
- Duman, A. (2021). Akıllı Üretimin İşletme Performansına Etkisi: Vaka Analizi Yaklaşımı. *Muhasebe ve Finans İncelemeleri Dergisi*, 4(2), 91-109. <https://doi.org/10.32951/mufider.930504>
- Ergene, MR (2017). *Otomotiv sektöründe tedarik zinciri yapılanması* [Master's Thesis, Maltepe Üniversitesi].
- Ersoy, A. (2016). Siemens'in Endüstri 4.0'a Bakışı ve Çalışmaları. *Elektrik Mühendisleri Odası Elektrik Mühendisliği Dergisi*, 459, 48.
- Gabaçlı, N., & Uzunöz, M. (2017). IV. Sanayi devrimi: Endüstri 4.0 ve otomotiv sektörü. *In ICPESS (International Congress on Politic, Economic and Social Studies) (No. 3)*.
- Gedik, Y. (2021). Endüstri 4.0 teknolojilerinin ve endüstri 4.0'ın üretim ve tedarik zinciri kapsamındaki etkileri: Teorik bir çerçeve. *JOEEP: Journal of Emerging Economies and Policy*, 6(1), 1-20.
- GTAI – Germany Trade and Invest (2014), Industry 4.0 – Smart Manufacturing for the Future.
- Gubbi, J., Buyya, R., Marusic, S., & Palaniswami, M. (2013). Internet of Things (IoT): A vision, architectural elements, and future directions. *Future generation computer systems*, 29(7), 1645-1660. <http://dx.doi.org/10.1016/j.future.2013.01.010>
- Gündüz, MZ, & Resul, DAŞ (2018). Nesnelerin interneti: Gelişimi, bileşenleri ve uygulama alanları. *Pamukkale Üniversitesi Mühendislik Bilimleri Dergisi*, 24(2), 327-335. doi: 10.5505/pajes.2017.89106
- Gürdür, D., El-Khoury, J., Seceleanu, T., & Lednicki, L. (2016). Making interoperability visible: Data visualization of cyber-physical systems development tool chains. *Journal of Industrial Information Integration*, 4, 26-34. <http://dx.doi.org/10.1016/j.jii.2016.09.002>
- İçten, T. & Bal, G. (2017). Artırılmış gerçeklik üzerine son gelişmelerin ve uygulamaların incelenmesi. *Gazi Üniversitesi Fen Bilimleri Dergisi*. 5(2): 111-136.
- İnan, EÇ (2019). *Endüstri 4.0 vizyonunun üretim süreçlerinde getireceği verimlilik* [Doctoral Dissertation, İstanbul Kültür Üniversitesi].
- Jack D., & Gibbins J. (2019). *The world bus and coach manufacturing industry: A 'Truck and Bus Builder' report*. Truck & Bus Builder Reports Limited
- Jan, TS, & Hsiao, CT (2004). "A Four-Role Model of the Automotive Industry Development in Developing Countries: A Case in Taiwan," *The Journal of the Operational Research Societ*, 55(11), 1145-1155. <https://doi.org/10.1057/palgrave.jors.2601776>

- KALDER (2016). Önce Kalite Dergisi, Sayı: 183.
http://www.kalder.org/upload/files/PDF/Once_Kalite_Dergisi/2016/2016-Ocak-Subat-Mart.pdf, Erişim Tarihi: 12.11.2021.
- Kayar, A., Ayvaz, B., & Öztürk, F. (2018). Akıllı fabrikalar, akıllı üretim: Endüstri 4.0'a genel bakış. *In International Eurasian Conference on Science, Engineering and Technology* (s. 22-23).
- Kayar, M. (2012). Üretim ve Verimlilik-Temel Esaslar ve Uygulama. Marmara Üniversitesi Akademik Veri Yönetim Sistemi.
- Kılıç, S., & Alkan, RM (2018). Dördüncü sanayi devrimi Endüstri 4.0: Dünya ve Türkiye değerlendirmeleri. *Girişimcilik İnovasyon ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi*, 2(3), 29-49. <https://doi.org/10.31006/gipad.417536>
- Korkmaz, M. (2016). Otomotiv Sektör Raporu. İzmir Ticaret Odası, ARGE Bülten, Mayıs-Haziran-Sektörel, 18-23.
- KPMG (2019). Sektörel Bakış 2019 - Otomotiv, <https://home.kpmg/tr/tr/home/gorusler/2019/04/sektorel-bakis-2019-otomotiv.html.pdf> Erişim Tarihi: 12.11.2021.
- Kurtuluş, K. (2010). *Araştırma Yöntemleri*, s. 181.
- Kusiak, A. (2018). Smart manufacturing. *International Journal of Production Research*, 56(1-2), 508-517. <https://doi.org/10.1080/00207543.2017.1351644>
- López-Lambas, ME, & Alonso, A. (2019). The driverless bus: An analysis of public perceptions and acceptability. *Sustainability*, 11(18), 4986. <https://doi.org/10.3390/su11184986>
- Machado, CG, Winroth, MP, & Ribeiro da Silva, EHD (2019). Sustainable manufacturing in Industry 4.0: an emerging research agenda. *International Journal of Production Research*, 1-23. <https://doi.org/10.1080/00207543.2019.1652777>
- Mitra, A., Kundu, A., Chattopadhyay, M., & Chattopadhyay, S. (2017). A cost-efficient one time password-based authentication in cloud environment using equal length cellular automata. *Journal of Industrial Information Integration*, 5, 17-25. <https://doi.org/10.1016/j.jii.2016.11.002>
- Mittal, S., Khan, MA, Romero, D., & Wuest, T. (2019). Smart manufacturing: Characteristics, technologies and enabling factors. *Proceedings of the Institution of Mechanical Engineers, Part B: Journal of Engineering Manufacture*, 233(5), 1342-1361. <https://doi.org/10.1177/0954405417736547>
- Moghaddam, M., & Nof, SY (2017). The collaborative factory of the future. *International journal of computer integrated manufacturing*, 30(1), 23-43. <https://doi.org/10.1080/0951192X.2015.1066034>
- Mutlu, M. (2019). *Endüstri 4.0 uygulamalarına ilişkin algular: otomotiv ve tekstil sektörü üzerinde bir araştırma* [Master's Thesis, Bursa Uludağ Üniversitesi].
- Nalbant, MK (2019). *Hidrojen Ekonomisinin Otomotiv sektöründe önemi: Türkiye örneği* [Doctoral Dissertation, Marmara Üniversitesi].
- Ochoa, SF, Fortino, G., & Di Fatta, G. (2017). *Cyber-physical systems, internet of things and big data*. <http://dx.doi.org/10.1016/j.future.2017.05.040>
- OSD (2017). <http://www.osd.org.tr/haberler/2017-otomotiv-sonuclari-aciklandi/>, Erişim Tarihi: 12.11.2021.

- OSD (2020). <http://www.osd.org.tr/osd-yayinlari/osd-yayinlari/>, Erişim Tarihi: 12.11.2021.
- Özahi, E. (2019). Bölüm 2 endüstri devrimlerinin aşamaları. Gaziantep Üniversitesi. ÜRGE 506.
- Özdoğan, O. (2017). *Endüstri 4.0: dördüncü sanayi devrimi ve endüstriyel dönüşümün anahtarları*. Pusula.
- Özenir, İ., & Nakıboğlu, G. (2019). *Sürdürülebilir üretimde Endüstri 4.0'ın yeri*. <https://dx.doi.org/10.15295/bmij.v7i5.1197>
- Özsoylu, AF (2017). Endüstri 4.0. *Çukurova Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 21(1), 41-64.
- Özşungur, F. (2018). Otobüs sektörünün değer zinciri analizine yönelik nitel bir araştırma: Üretim işletmesi örneği. *Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 36(2), 95-124. <http://doi:10.17065/huniibf.309343>
- Öztekin, SÇ (2016). *Türkiye otomobil sektörünün talep analizi* [Master's Thesis, Ordu Üniversitesi].
- Öztuna, B. (2017). *Endüstri 4.0: Dördüncü sanayi devrimi ile çalışma yaşamının geleceği*. 06.
- Pamuk, NS, & Soysal, M. (2018). Yeni sanayi devrimi endüstri 4.0 üzerine bir inceleme. *Verimlilik Dergisi*, (1), 41-66.
- Pereira, AC, & Romero, F. (2017). A review of the meanings and the implications of the Industry 4.0 concept. *Procedia Manufacturing*, 13, 1206-1214.
- Radziwon, A., Bilberg, A., Bogers, M., & Madsen, ES (2014). The smart factory: exploring adaptive and flexible manufacturing solutions. *Procedia engineering*, 69, 1184-1190. <http://doi:10.1016/j.proeng.2014.03.108>
- Rüßmann, M., Lorenz, M., Gerbert, P., Waldner, M., Justus, J., Engel, P., & Harnisch, M. (2015). Industry 4.0: The future of productivity and growth in manufacturing industries. *Boston Consulting Group*, 9(1), 54-89.
- Sandalcı, N. (2016). Türkiye'de endüstriyel tasarımcıların 3 boyutlu yazıcıları kullanımları hakkında bir inceleme [Doctoral Dissertation, Fen Bilimleri Enstitüsü].
- Sanders, A., Elangeswaran, C., & Wulfsberg, JP (2016). Industry 4.0 implies lean manufacturing: Research activities in industry 4.0 function as enablers for lean manufacturing. *Journal of Industrial Engineering and Management (JIEM)*, 9(3), 811-833. <http://dx.doi.org/10.3926/jiem.1940>
- Savran, S. (2007). Yalın üretim ve esneklik: Taylorizmin en yüksek aşaması. *Devrimci Marksizm*, 3, 131-173.
- Sayar, M., & Yüksel, H. (2018). Endüstri 4.0 ve Türkiye kamu sektöründe endüstri 4.0 dönüşümü. *Hukuk ve İktisat Araştırmaları Dergisi*, 10(2), 83-98.
- Schmidt, MJ, & Gary, MS (2002). Combining system dynamics and conjoint analysis for strategic decision making with an automotive high-tech SME. *System Dynamics Review: The Journal of the System Dynamics Society*, 18(3), 359-379. <https://doi.org/10.1002/sdr.257>
- Soloviev, A. (2015). *Bus and Coach Transportation: Buses can compete with air and rail transportation*.
- Spath, D., Gerlach, S., Hämmerle, M., Schlund, S., & Strölin, T. (2013). Cyber-physical system for self-organised and flexible labour utilisation. *Personnel*, 50(22).

- Sturgeon, T., & Van Biesebroeck, J. (2010). Effects of the crisis on the automotive industry in developing countries: a global value chain perspective. *World Bank Policy Research Working Paper*, (5330).
- Sürmen, YE (2019). Endüstri 4.0 ve otomotiv endüstrisi: Bursa ili SWOT analizi ile değerlendirilmesi [Yüksek Lisans Tezi, Bursa Uludağ Üniversitesi].
- Şimşek, A. (2019). Otomotiv sektöründe nesnelerin interneti uygulamaları üzerine bir derleme. *Black Sea Journal of Engineering and Science*, 2(2), 66-72.
- Tao, F., Y. Wang, Y. Zuo, H. Yang, & M. Zhang. (2016). Internet of things in product life-cycle energy management. *Journal of Industrial Information Integration* 1, 26-39. <https://doi.org/10.1016/j.jii.2016.03.001>
- Thames, L., & Schaefer, D. (2016). Software-defined cloud manufacturing for industry 4.0. *Procedia cirp*, 52, 12-17. <https://doi.org/10.1016/j.procir.2016.07.041>
- TÜBİTAK, (2017). *Bilim, teknoloji ve yenilik politikaları daire başkanlığı, yeni sanayi devrimi akıllı üretim sistemleri teknoloji yol haritası*.
- Türkel, S., & Yeşilkuş, F. (2020). Dijital dönüşüm paradigması: Endüstri 4.0. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 7(5), 332-346.
- Ulusoy, E. (2019). *Türkiye’de endüstri 4.0’ın otomotiv sektörüne yansımaları üzerine bir araştırma* [Master's Thesis, Namık Kemal Üniversitesi].
- Vaidya, S., Ambad, P., & Bhosle, S. (2018). Industry 4.0—a glimpse. *Procedia manufacturing*, 20, 233-238.
- Valentin, EK (2001). SWOT analysis from a resource-based view. *Journal of marketing theory and practice*, 9(2), 54-69. <https://doi.org/10.1080/10696679.2001.11501891>
- Wan, J., Cai, H., & Zhou, K. (2015). Industrie 4.0: enabling technologies. In Proceedings of 2015 international conference on intelligent computing and internet of things (s. 135-140). IEEE.
- Wang, S., Wan, J., Li, D., & Zhang, C. (2016a) Implementing Smart Factory of Industrie 4.0: an Outlook. *International Journal of Distributed Sensor Networks*, 1-10. <http://dx.doi.org/10.1155/2016/3159805>
- Yayar, R., & Yılmaz, E. (2016). Dünya ve Türkiye otomotiv sanayi üzerine genel bir değerlendirme. *Selçuk Üniversitesi Akşehir Meslek Yüksekokulu Sosyal Bilimler Dergisi*, 2(7), 71-85.
- Yıldırım, Y. (2020). Farklı disiplinlerde endüstri 4.0. *OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 15(21), 756-789. <https://doi.org/10.26466/opus.624938>
- Yıldız, A. (2018). Endüstri 4.0 ve akıllı fabrikalar. *Sakarya Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Dergisi*, 22(2), 546-556. <https://doi.org/10.16984/sofenbilder.321957>
- Yin, Y., Stecke, KE, & Li, D. (2018). The evolution of production systems from Industry 2.0 through Industry 4.0. *International Journal of Production Research*, 56(1-2), 848-861. <https://doi.org/10.1080/00207543.2017.1403664>
- Zarbo, RJ, & D’Angelo, R. (2006). Transforming to a quality culture: the Henry Ford Production System. *Pathology Patterns Reviews*, 126 (suppl_1), s. 21-s. 29. <https://doi.org/10.1309/kvt7nvwvjr73t4k6>

- Zhang, Y. & Kwok, TH (2018). Design and interaction interface using augmented reality for smart manufacturing. *Procedia Manufacturing*. 26, 1278-1286.
- Zheng, P., Wang, H., Sang, Z., Zhong, R. Y., Liu, Y., Liu, C., ... & Xu, X. (2018). Smart manufacturing systems for Industry 4.0: Conceptual framework, scenarios, and future perspectives. *Frontiers of Mechanical Engineering*, 13(2), 137-150. <https://doi.org/10.1007/s11465-018-0499-5>

ENDÜSTRİYEL ÇEVİK İŞLETME İÇİN DENGELENMİŞ BAŞARI GÖSTERGELERİ*

Alperen Ekrem ÇELİKDİN¹

Makale Bilgisi

Kavramsal Makale

DOI: 10.35379/cusosbil.832672

Makale Geçmişi:

Geliş 27.11.2020

Düzeltilme 28.02.2021

Kabul 25.01.2022

Anahtar Kelimeler:

Örgütsel Çeviklik,

Dengeli Başarı Göstergesi,

Endüstriyel Çevik İşletme.

ÖZ

Durumsallık yaklaşımı ile başlayıp, kompleksite, kaos ve karmaşıklık kuramlarına uzanan, küreselleşme ve Endüstri 4.0 kavramları ile işletmelerde vücut bulan dinamik rekabet unsurları, yıkıcı inovasyon yaklaşımları ile birlikte işletmeleri hiç olmadığı kadar tehdit etmektedir. Yoğunlukla üretim ve yazılım alanlarında doksanlı yıllarda ortaya çıkan çeviklik kavramının, günümüzde endüstriyel işletmelerin faaliyet gösterdikleri sektörlerden bağımsız olarak, yapı, süreç ve stratejilerine göre uyarlanması ve kazanılması zorunlu olan bir yetenek hâline gelmiştir. Çalışmada örgütsel çeviklik kavramı, mümkün kılan destekleyiciler ve gerekli olan yetenekler bağlamında kapsamlı olarak incelenmiştir. Kaplan & Norton tarafından geliştirilmiş olan Dengeli Başarı Göstergesi çerçevesinde işletmelerin mevcut strateji ölçütlerine boyutsal olarak ilave edilebilecek bir yönetim aracı olarak özetlenmeye çalışılmıştır. İleride yapılabilecek çalışmalarla bu ölçütleri uygulayan ve uygulamayan işletmeler mukayese edilerek, çerçevenin tutarlılığı ölçülebilecektir.

BALANCED SCORECARD INDICATORS FOR INDUSTRIAL AGILE ENTERPRISE

Article Info

Conceptual Article

DOI: 10.35379/cusosbil.832672

Article History:

Received 27.11.2020

Revised 28.02.2021

Accepted 25.01.2022

Keywords:

Organizational Agility,

Balanced Scorecard,

Industrial Agile Enterprise.

ABSTRACT

Starting with the contingency approach and extending to the theories of complexity, chaos and complexity, dynamic competition elements embodying the enterprises with the concepts of globalization and industry 4.0, threaten the businesses more than ever with their destructive innovation approaches. The concept of agility emerged primarily in the fields of production and software in the nineties. Today's industrial businesses have to gain the concept of agility as a management set adapted to their structure, process and strategies, regardless of the sectors in which they operate. In the study, the concept of organizational agility was comprehensively examined in the context of enablers and necessary capabilities, and is summarized as a management tool that can be added to the existing strategy criteria of businesses within the framework of Balanced Scorecard developed by Kaplan and Norton. With future studies, the consistency of the framework can be measured by comparing businesses that apply and do not apply these criteria.

*Yazarlar çalışmanın etik kurallara bağlı olarak hazırlandığını taahhüt eder.

¹ Dr., a.celikdin@gmail.com, ORCID:0000-0002-2215-3812.

Alıntılanmak için/ Cite as: Çelikdin, A.E. (2022). Endüstriyel Çevik İşletme İçin Dengelenmiş Başarı Göstergeleri, Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 31 (1), 39-50.

GİRİŞ

Sanayi devriminden Endüstri 4.0'a kadar geçen süreç içerisinde, seri üretim, endüstriyel otomasyon, yalın üretim ve akabinde çevik üretim olarak ilerleyen gelişim süreci, yıkıcı inovasyon ve yüksek değişim hızı nedeniyle artık endüstriyel işletmelerde tüm birimlerin omuzlaması gereken bir misyon hâlini almıştır (İmamoğlu ve diğerleri, 2021; Sucu, 2020; Ustasüleyman, 2008). Sadece üretim birimlerinin yapacağı çeviklik tedbirleri yeterli olamamaktadır. Yüksek seviyedeki rekabet, değişim düzeyi yüksek çevre, teknolojik ilerleme hızı işletmelerin devamlılığını ve uzun dönemde rekabet üstünlüğü elde etmeleri önünde engel teşkil ederken, aynı zamanda fırsatları da barındırmaktadır. Tehditlerden kaçınmak ve fırsatları yakalayabilmek için tüm boyutlarıyla uyum içerisinde çalışan bir çevik sisteme ihtiyaç duyulmaktadır. Alan yazında örgütsel çeviklik birçok boyutu ile incelenmektedir. Farklı sektörler ve ihtiyaçlar için çeşitli örgütsel çeviklik tanımları bulunmaktadır.

Çalışmada öncelikle çevik örgüt kavramı, çeviklik için gerekli yetenekler ile çevikliği mümkün kılan destekleyici özellikler aktarılmaya çalışılmaktadır. Örgütsel çevikliğin temel bir örgüt stratejisi olmasından hareketle (Nejatian & Zarei, 2013), işletmelerin mevcut durumu ile çeviklik stratejisi gereği ulaşması gereken nokta “Dengeli Başarı Göstergesi” (Balanced Scorecard) çerçevesinde incelenerek kapsamlı bir çevik sistem önerisinde bulunmak amaçlanmaktadır.

Örgütsel Çeviklik

Çeviklik kavramı yeni bir kavram olarak görülmemelidir. Sosyal bilimler alanında kavramın incelenmeye başlanması 1950'lere dayanmaktadır (Parsons ve diğerleri, 1953). Bununla birlikte, 1990'larda, üretim stratejileri kavramını açıklayan “Lehigh raporu” nun (Nagel, 1991) yayımlanmasından sonra çevikliğin daha fazla ilgi gördüğü anlaşılmaktadır. Müşteri odaklılık ve proaktivite konusuna artan ilgi eşliğinde çevikliğe yapılan vurgu da artmıştır. 2000 yılından sonra, süreç oryantasyonu ek bir odak noktası oluşturmuş, bu gelişme ise çevikliğin örgütsel açıdan incelenmesine yol açmıştır (Forster & Wendler, 2012). Eşzamanlı olarak, çeviklik kavramı, yazılım endüstrisinde iyi bilinir hâle gelmiş ve “Çevik Manifesto” (Beck ve diğerleri, 2001) bu alanda geniş araştırmaları tetiklemiştir.

Örgütsel çeviklik konusunda alan yazında üzerinde fikir birliğine varılmış bir tanımlama bulunmamaktadır. İçerik olarak tekrar eden tanım, çevresel değişimleri zamanında ve doğru okumak, hızlı yanıt verebilmek, hızlı karar alabilmek, esneklik ve adaptasyon sayesinde doğru değişimleri, sancılı değişimlere gerek olmaksızın, sürekli olarak rakiplerinden önce yapabilmek olarak ifade edilmektedir (Zitkiene & Deksnys, 2018; Munteanu, 2019; Seiti, 2014; Dyer & Schafer, 2003). Örgütsel çevikliğe olan ihtiyaç, işletmelerin belirsiz ve ani çevresel değişimlere cevap verebilme ihtiyacından kaynaklanmaktadır. Örgütsel çeviklik, örgütün iç ve dış çevresinde oluşum gösteren yıkıcı değişimlere karşı oluşan hazırlıklı olma halinin bir sonucu olarak görülebilir (Grant, 1996). Bu hazırlıklı olma halini sağlayabilmek için, örgütsel çevikliği mümkün kılan destekleyiciler (agility drivers) ve gerekli olan yetenekler (agility capabilities) ile anlamak gerekmektedir (Zhang & Sharifi, 2000). Bu kapsamda, alan yazında mevcut tanımlardan bazıları Tablo 1 ile özetlenmeye çalışılmıştır.

Çeviklik sağlamak için oluşturulan ilk entegre çerçevelerden biri Gunasekaran (1998) tarafından sunulmuştur. Bu çerçeveye göre iş birliği, değer temelli fiyatlandırma stratejileri, insana ve bilgiye yapılan yatırımlar ve çevik üretimin uygulandığı örgütler gibi ana yetenekleri kapsamaktadır. Bu yeteneklerin kapsamını tarif eden değişiklikler, uyarlanabilir bir organizasyon geliştirmek için çevikliği olanaklı hâle getiren sağlayıcılarla desteklenmeli ve entegre edilmelidir.

Örgütsel çeviklik için alan yazında yapılan tarifler, mümkün kılan destekleyiciler ve gerekli olan yeteneklerden hareketle, örgüt yapısı, örgüt kültürü, müşteri deneyimi geliştirme ve pazar odaklılık boyutu ile örgütlerin en büyük itici gücü olan insan kaynaklarının geliştirilmesini hedefleyen örgütsel öğrenme ve personel güçlendirme boyutu olarak görülmektedir. Örgütsel çeviklik, alan yazında bir rekabet üstünlüğü aracı olarak da değerlendirilmiştir (İleri & Soylu, 2010). Bu değerlendirme yapılırken çevik olmayı zorlaştıran faktörler, üretim teknolojisindeki, bilgi teknolojisindeki, pazardaki ve rekabet kriterlerindeki değişimler ile, siparişe göre üretilen ürünlerin önemindeki artış, küresel rekabet artışı ve sosyal faktörlerdeki değişim olarak ön plana çıkmıştır (Ustasüleyman, 2008, s. 3). Aynı çalışmada bu zorlayıcıların işletme performansını da artırdığı tespit edilmiştir. Rekabet kapasitesi ise bu zorlayıcıların etkisini azaltarak çevikleşmeye katkıda bulunmaktadır. Örgütsel çevikliğin stratejik bir rekabet aracı olarak değerlendirilmesi, yapılan çalışmalar paralelinde mümkün görünmektedir (İleri & Soylu, 2010). Aynı zamanda örgütsel çevikliğin kavramsal bir çerçeveye oturtulabilmesi için, dengeli başarı göstergesinde olduğu üzere birçok boyutun birlikte düşünülmesi ve dengelenmesi gerekliliği

görülmektedir. Her iki kavram da insan kaynağı, işletme iç ve dış çevresi, stratejik bakış açısı gibi olgulardan beslenmektedir.

Tablo 1. Örgütsel Çevikliği Mümkün Kılan Destekleyiciler ve Gerekli Olan Yetenekler

	Carvalho ve diğerleri, 2017	Gzara & Verjus, 2016	Nejatian ve diğerleri, 2018	Cai ve diğerleri, 2019
Mümkün	✓ Üretim Kabiliyetleri	✓ Birlikte Çalışma Kültürü	✓ Çapraz Fonksiyonlu Ekip	✓ Bilişimsel Kabiliyetler
Kılan Destekleyiciler (Agility Drivers)	✓ Entegre Enformasyon Sistemleri ✓ Örgütsel Öğrenme	✓ Süreç Entegrasyonu ✓ Bilgi Entegrasyonu ✓ Müşteri/Pazar Odaklılık	✓ Yetkilendirilmiş Çalışan ✓ Entegre Teknoloji ✓ Entegre Öğrenme	✓ Ürün Mühendisliği ✓ Bilgi Yönetimi ✓ Değişime Açıklık
Gerekli Olan Yetenekler (Agility Capabilities)	✓ Teknolojik Değişim ✓ Müşteri İhtiyaçları ✓ Rekabet ✓ Sosyal Faktörler ✓ Personel Güçlendirme	✓ Adem-i Merkezileşme ✓ Personel Güçlendirme ✓ İnovasyon Kültürü ✓ Sürekli Öğrenme	✓ Esneklik ✓ Rekabet Edebilirlik ✓ Hızlı Yanıt ✓ Hızlı Tedarik ✓ Çevresel Değişime Duyarlılık	✓ Geniş Bilgi Kaynakları ✓ Pazar Bilgisi ✓ İnovasyon Kültürü ✓ Müşteri Tercihlerine Uyum

Bu nedenle, stratejik bir performans ölçüm sistemi olan Dengeli Başarı Göstergesi çerçevesinde ele alınmasının uygun olabileceği düşünülen çalışmada, Şekil 1 ile görselleştirilen stratejik belge oluşturulmuştur. Çalışma, bu belgeyi perspektifler halinde detaylandırarak şekilde kurgulanmıştır.

Dengeli Başarı Göstergesi

Organizasyonların, değişen çevre koşulları karşısında rekabet güçlerini artırmak amacı ile önerilen yeni yöntemin kavram ve uygulamalarından “Dengeli Başarı Göstergesi” veya “Toplam Başarı Göstergesi” olarak adlandırılabilir “Balanced Scorecard” yaklaşımıdır (Koçel, 2011, s. 447). Kaplan & Norton, Balanced Scorecard’ı, tüm örgütün merkezî yönetim konsepti olarak görmektedir. Balanced Scorecard (BSC), üst yönetime hızlı ama etkili bir işletme özet tablosu sunmaktadır (Kaplan & Norton, 1999). BSC boyutları finans, müşteri, iç süreçler ve çalışanlar olarak sınıflandırılmaktadır. Bu boyutlar şu şekilde açıklanabilir;

Finansal nitelikli göstergeler; Finansal amaçlar, Scorecard’da yer alan tüm diğer boyutların amaç ve ölçüleri için odak noktası niteliğindedir. Seçilen her ölçünün, finansal performansta bir gelişme yaratacak sebep-sonuç ilişkilerinin bir parçası olması gerekir (Kaplan & Norton, 1999, s. 61-63). Finansal amaçlar, işletmenin

geliri, sermayenin kârlılık oranı, ekonomik katma değer gibi ölçülebilen kârlılıkla ilgili amaçları oluşturmaktadır (Özbirecikli & Ölçer, 2002, s. 31-48).



Şekil 1. Endüstriyel Çevik İşletme İçin Kurumsal Gösterge Bileşenleri

Müşterilerle ilgili göstergeler; Müşteri sonuçlarının temel ölçü grubu tüm şirketlerde aynıdır. Bu grupta yer alan ölçütlere, pazar payı, müşteri devamlılığı, müşteri kazanılması, müşteri tatmini ve müşteri kârlılığı gibi örnekler verilebilir.

Bu temel ölçüler bir nedensel ilişkiler zinciri içinde gruplandırılabilir. Bu beş ölçü tüm şirket tiplerinde aynı şekilde görülebilir (Kaplan & Norton, 1999, s. 87).

İç süreçler boyutu; İç süreçler boyutu için, yöneticilerin, şirketin müşterileri ve hissedarlarıyla ilgili amaçlarına ulaşmasında en fazla önem taşıyan yöntemleri belirlemeleri gerekir. Şirketler, genellikle finansal ve müşteri boyutları ile ilgili amaç ve ölçütleri öncelikli olarak belirlerler. Sonrasında şirket içi yöntemlerle ilgili amaç ve ölçütler geliştirilir (Kaplan & Norton, 1999, s. 115).

Çalışanlar (öğrenme ve gelişme) boyutu; Örgütlerin kapasiteleri bilgiye bağlıdır. Bu yüzden bilgi, işletmelerin temelini oluşturan kapasitelerini açığa çıkaran bir kaynaktır (Marr ve diğerleri, 2004. s. 551). BSC'nin dördüncü ve son boyutunun, kurumsal öğrenme ve gelişme sağlayacak amaç ve ölçütlerin oluşturulması ile ilgilidir (Hubbart, 2004, s. 223). BSC, kritik başarı faktörleri veya ölçütlerinden öte, dört boyutu birbirine bağlayarak, vizyon ve stratejiyi, hedef ve ölçütler kümesine, sebep sonuç ilişkisi içerisinde taşımaktadır (Chai, 2009, s. 20-21).

Finansal Perspektif ve Örgütsel Çeviklik

Dengeli Başarı Göstergesinin finansal nitelikli göstergeler boyutu tanımlanırken, işletme genel olarak kullandığı finansal ölçütlere ilaveten, örgütsel çevikliğin sağlanabilmesi için gerekli ölçütler eklenmelidir. Ustasüleyman (2008) çevikliğin işletme performansına olan etkisini değerlendirdiği çalışmasında, *net satışlar*, *net kâr*, *pazar payı* ve *birim üretim maliyeti* finansal ölçütlerinin çeviklik ile işletme performansı arasındaki ilişkiyi ölçülebilmekte istatistiksel olarak anlamlı olduğunu tespit etmiştir. Bu nedenle genel finansal ölçütler olarak alınması uygun görünmektedir. Yusuf ve Adeleye (2002, s. 4559) yaptıkları çalışmada, öne çıkan rekabet kapasitesi faktörleri olarak pazarda hızla hareket edebilmeyi önemli ölçütler olarak tespit etmişlerdir. Bu hızın sağlanabilmesi kaynakların örgüt içerisinde ve dışarıda partnerlere hızla transfer edilmesini gerektirmektedir. Bu bağlamda, çeviklik için uygun, finans perspektifine eklenebilecek ölçütler, şirket kaynaklarının hızla yeniden konfigüre edilmesi, gerekli birime hızla aktarılması, *birim zamanda kaynakların ihtiyaç olan birimlerde etkin*

dağılımının sağlanması, işletme dışı çevik partnerlere aktarılan kaynak yatırımlarının geri dönüş oranı olarak belirlenebilecektir. İşbirlikçi inovasyon, yenilikçilik sürecini tetikleyerek, üretim süresinin kısaltılmasını, katma değer yaratmayan süreçlerin elimine edilmesini ve ürünün pazarlanması için gerekli zaman ve masrafın azaltılarak yeni üründen elde edilen getirinin artırılmasını sağlamakta ve firma performansını artırmaktadır (Mishra & Shah, 2009). Bu nedenle bütçe çalışmaları yapılırken inovasyon için de kaynak ayrılarak takip edilmelidir. Buradan hareketle, *inovasyon sürecine ayrılan arge bütçesinin tüm bütçeye oranı* ölçüt olarak finansal perspektif içerisine alınabilecektir.

Dengeli Başarı Göstergesinin müşterilerle ilgili olan boyutu örgütsel çevikliğin olumlu müşteri deneyimi oluşturma ve beklentilerin karşılanabilmesi için pazara yoğun bir odaklanma önermesi gereklilikleri ile tam bir uyum gösterdiği söylenebilir. Müşteri perspektifi bu açıdan incelenmeye çalışılacaktır.

Müşteri Perspektifi ve Örgütsel Çeviklik

Müşteri Deneyimi Geliştirme (MDG) işletmenin tüm süreçleriyle müşteri yolculuğu serüvenine odaklanabilme kabiliyeti olarak tanımlanmaktadır (Samudro ve diğerleri, 2019). MDG, müşteri serüvenini oluşturan birkaç boyuttan oluşmaktadır. Bu boyutlar, müşteri ilişkileri, ürün/fiyat önerileri, satış sonrası marka performansını sağlayan hizmetler olarak özetlenebilir (Fatma, 2014). Müşteri deneyimi ise, müşteri ilişkileri yönetimi konusundan farklı olarak, müşterilerin işletme ile olan ilişkilerini ve geri beslemelerini de içermektedir. Pine ve Gilmore'a göre (1998), müşteri deneyimleri yaratmak, deneyimlerin sahneleneceği bir tema geliştirmeyi, müşterilerin zihninde olumlu ve tutarlı bir izlenim inşa ederek olumsuz izlenimleri dışarıda tutmayı, unutulmaz bir ürün/hizmet deneyimi yaşatıp, beş duyuya birden hitap ederek kalıcı bir hatıra oluşturmayı içermektedir. Bu, müşterilere sunulan deneyimlerin planlandığı, yönetildiği, sahnelendiği ve müşteriye iletildiği anlamına gelmektedir.

Aynı doğrultuda Schmitt (2003) tarafından müşteri analiz edilerek, şu adımlardan oluşan çerçeve önerilmiştir; Bu adımlar, müşterilerin işletmeyle etkileşime girdiği temas noktaları içeren dinamik, çok boyutlu ve çok duyuşal deneysel platform oluşturma, müşteri ara yüzünü yapılandırma, marka deneyimini tasarlama ve hepsine hitap etme olarak belirtilebilir.

Müşteri deneyimine önem veren işletmelerin performansları ve dönüşüm hızları artmaktadır (Fatma, 2014; Mihardjo ve diğerleri, 2019; Mehdibeigi ve diğerleri, 2016). Bunun yanında, örgütsel çeviklik ve müşteri deneyimi ile sürdürülebilir gelişim de sağlanabilmektedir (Mihardjo ve diğerleri, 2019). Müşteri deneyiminin örgütsel çeviklik üzerinde pozitif bir etkiye sahip olduğu belirtilmektedir (Mehdibeigi ve diğerleri, 2016; Kanten ve diğerleri, 2017, s. 705). Dengeli Başarı Göstergesinin müşteri boyutundaki ölçütlerin bu kapsamda oluşturulması örgütsel çeviklikte ulaşılmak istenen noktanın kritik başarı göstergeleri ile somutlaştırılmasını sağlayacaktır. Bu manada kritik başarı göstergesi olarak *olumlu müşteri geri bildirim sayısının toplam bildirim sayısına oranı* belirlenebilecektir. Yıkıcı değişimlere uyumun örgütsel çeviklik ile sağlanabilmesi için, müşterilerin bağlılığı ve kalıcılığı sağlanabilmelidir. Bu izlemeyi sağlayabilmek için *uzun dönemde ürün/hizmet sağlanan müşteri sayısının aktif müşteri sayısına oranı* ölçütü kullanılabilir.

Dengeli Başarı Göstergesinin çalışanlar (öğrenme ve gelişim) boyutu, örgütsel çeviklik için gerekli olan örgütsel öğrenme ve güçlendirilmiş çalışan gereklilikleri ile paralellik göstermektedir. Bu noktadan hareketle ilgili boyutta ölçütlerin oluşturulması için doğru tanımlamalar yapmak ve kritik başarı göstergelerini bu eksende oluşturmak gerekmektedir.

Çalışanlar (Öğrenme-Gelişme) Perspektifi ve Örgütsel Çeviklik

Çevik olmak zorunda olan sadece örgüt değildir; çalışanlar da değişen iş koşullarına uyum sağlama yeteneğine ve istekliliğine sahip olmalıdır. Özellikle internet ve küreselleşme nedeniyle bilgi miktarı katlanarak artmaktadır. Dünyadaki bilgi miktarının MÖ 100'den MS 1700 'e iki katına çıkması 1.800 yıl sürerken, bilgi şu anda 12 ayda bir ikiye katlanmaktadır (Lewis, 2016). Çevrimiçi bilgi altı ayda bir iki katına çıkarken; teknik bilgi 18 ayda bir iki katına çıkmaktadır (Lewis, 2016).

Örgütsel öğrenme teorisinde, örgütlerin organizasyon sorunlarını öngörme, tanımlama, tasarlama ve çözme yeteneğine sahip açık sistemler olması gerekmektedir (Bahrami ve diğerleri, 2016). Bir organizasyon deneyim kazandıkça zaman içinde gelişir. Bu deneyimden bilgi yaratılabilmektedir. Bilgi dört farklı seviyede yaratılmaktadır: bireysel, grup, örgütsel ve örgütler arası (Demigha & Kharabshes, 2019). Bireysel öğrenme, öğrenmenin gerçekleşebileceği temel/asal düzeydir. Birey yeni beceriler veya fikirler öğrenir ve uzmanlık kazandıkça işteki verimlilikleri artabilir. Birey, bilgilerini grubun geri kalanıyla paylaşıp paylaşmayacağına karar verebilir. Eğer birey gruptan ayrılır ve ayrılmadan önce bilgilerini paylaşmazsa, grup bu bilgiyi kaybeder, (Wilson ve diğerleri, 2007). Paylaşmayı reddetme tercihi, silo zihniyeti olarak belirtmektedir ve örgütsel

çevikliğin düşmanıdır. Silo zihniyeti, örgüt içerisindeki gruplar veya farklı departmanların bilgiyi paylaşmayı reddetmesidir. Yetenekli kurumsal bir lider bu siloları yok etmelidir çünkü silolar gruplaşma zihniyetini de beslemektedir (Tett, 2015).

Öğrenme çevikliği, çeşitli deneyimlerden, insanlardan ve kaynaklardan zihinsel modelleri ve uygulamaları sürekli ve hızlı bir şekilde öğrenme, öğrendiğini unutma ve yeniden öğrenme ve bu öğrenmeyi istenen sonuçları elde etmek için yeni ve değişen bağlamlarda uygulama becerisidir. Öğrenme çevikliği, deneyimden öğrenme ve daha sonra bu öğrenmeyi yeni durumlarda başarılı bir şekilde gerçekleştirmek için uygulama yeteneği ve isteğidir (De Meuse ve diğerleri, 2017).

Örgütsel çevikliğe ulaşmak için çalışanlar perspektifinde gerekli başarımlar aşağıdaki gibi özetlenebilir (Demigha & Kharabsheh, 2019, s. 105):

Beceri ve Bilgiyi Dönüştürmek: Karmaşık, endüstriyel işletmelerin karşılaştığı en önemli zorluk, insan sermayesi olarak bireylerden beceri, bilgi ve fikirlerin tüm işletmeye fayda sağlayabilecek yapısal sermayeye nasıl dönüştürüleceğidir. Son derece teknik ve coğrafi olarak dağıtılmış endüstrilerde, bilgi, uzman ekiplerin ve çalışanların bir kuruluşta sahip olduğu en büyük varlık olabilir ve bu nedenle bilgi yönetimi buna göre yapılmalıdır. Yeni çalışanlara etkili bilgi transferi sağlanması ve hayati bilgilerin kurum içinde kalmasının sağlanması için bilginin mümkün olduğunca yaygınlaştırılması ve paylaşılması gerekmektedir. Entelektüel sermaye, işletmeyi rekabette öne geçiren, iş görenlerin sahip olduğu bilgi birikiminin toplamı olarak tanımlanmaktadır (Stewart, 1991, s. 47). Entelektüel sermayenin örgütsel öğrenme ile doğrudan ilişkili olduğu tanımından ve alan yazın araştırmalarından da görüldüğü üzere (Yereli & Gerşil, 2005), örgütsel çevikliğin aracı rolünden hareketle, Dengeli Başarı Göstergesinin çalışanlar perspektifi için *entelektüel sermayenin* kritik başarı göstergesi olarak kullanılması mümkün olabilecektir.

Örgütsel öğrenme, birlikte çalışma kültürü, yetkilendirilmiş çalışan, çapraz fonksiyonlu ekip, değişime açıklık, personel güçlendirme, adem-i merkezileşme, İnovasyon kültürü, sürekli öğrenme gibi örgütsel çevikliği mümkün kılan ve gerekli görülen örgütsel kavramlar olarak özetlenebilir. Durumsallık yaklaşımında, değişen çevre koşullarına uygun bir örgüt yapısının gerekliliği, Burns ve Stalker (1961), Mintzberg (1979) gibi teorisyenler tarafından mekanik ve organik örgüt yapıları ve tasarımları çerçevesinde incelenmiştir. Mekanik örgütler, yüksek biçimselleşme düzeyi, merkezî karar alma, yüksek uzmanlaşma düzeyine sahipken, organik örgütler, adem-i merkezileşme, yetki devri, informal iletişim, otonom karar alma gibi özelliklere sahiptir. Bu kuramlarda, dinamik bir çevrede faaliyet gösteren işletmelerin değişime hızlı yanıt verebilmesi için organik örgüt yapılarının tercih edilmesi önerilmiştir. Bu kuramlar ile uyum bağlamında örgütsel çeviklik ile örgüt yapısının doğrudan açık bir ilişki içerisinde olduğu belirtilmektedir (Ali, 2016; Kanten ve diğerleri, 2017; Volberda, 1998). Örgütsel çevikliğin mekanik veya organik örgüt yapısına sahip olma ile anlamlı bir ilişkiye sahip olmadığını tespit edildiği çalışma da bulunmaktadır (Kanten ve diğerleri, 2017). Operasyonel değişimlere hızlı yanıt verilebilmesi için, kontrol alanının genişletilmesi, basık örgüt yapısı tercih edilmesi, departmanlar arası kapsamlı etkileşimler sağlanması gerekmektedir (Salas ve diğerleri, 2009; Surowiecki, 2004). Örgütün informal ve formel bir yapıda olması kesin bir belirginlikle ayrılmasa da ikisinin ahenk içerisinde yönetilmesi gerekliliği de belirtilmektedir (Ali, 2016). Örgüt yapısı boyutları açısından incelendiğinde, düşük hiyerarşi katmanı, geniş görev tanımları, karmaşık görev içeriği, düşük formalleşme ve biçimselleşme düzeyi, yoğun eğitim ve geliştirme çalışmaları gerekmektedir. Yatay düzeyde adem-i merkeziyetçi yapı, yüksek delegasyon ve kararlara katılım, çeviklik ile ilgili gereklilikler olarak tespit edilmiştir (Visser, 2010). Çevik organizasyon, genel olarak kontrol kapsamını tasvir eden bir kuruluş şemasından ziyade, iş yapma kabiliyetinin artırıldığı, şekillendirilebilir bir düzenleme biçimini ifade etmektedir (Ambrose & Morello, 2004, s. 9).

Dyer ve Schafer (2003), çevik örgütlerin katı ve sabit bir yapıdan ziyade, yeniden kurgulanabilen geçici durum pozisyonları aldıklarını belirtmişlerdir. Örgüt içerisindeki fonksiyonların gruplandırılmasında, çoklu bölümlendirme ve matriks örgüt yapıları her ne kadar çok boyutlu bakış açısı getirirse de yüksek dinamizme sahip çevresel şartlarda yeterli olamamaktadır. Strikwerda ve Stoelhorst (2009) örgütlenme biçimleri için örgütsel çıktılarının sorumluluğunun birlikte üstlenildiği çok boyutlu örgütlenme yapısını önermektedirler. Bu yapı ile farklı birim amirlerinin ekipleri aynı kâr ve zarar çıktılarının sorumluluklarını birlikte almakta, aynı proje ekibi içerisinde birlikte çalışmaktadırlar. Böylece ekipler kendi uzmanlık alanlarının dar çerçevesi içerisinde sıkışmak yerine, birbiri ile bilgi paylaşımında bulunarak çeviklik kazanmaktadırlar. Böylelikle kaynakları gereken yere hızlı yönlendirebilme (Visser, 2010) imkânı oluşmaktadır. Bu örgütlenme yapısının çeviklik için önerilmesi uygun olacaktır.

Örgüt yapısının bir diğer boyutu olan yetki ve sorumluluğun çalışanlar nezdinde dağılımını içeren hiyerarşi kademeleridir. Mintzberg'e göre (1979), dinamik çevrede faaliyet gösteren örgütler basık örgüt kademelerini

tercih etmelidir. Bu tasarım ile örgüt, bilgi aktarımının hızlı olduğu, karar aşamalarının kısaldığı, çevresel değişimlere anlık yanıtların verilebildiği bir yapıda olacaktır. Worthy (1959)'ye göre bu yapıdaki örgütlerde çalışanlar limitlerini zorlayacak ve çevikliğe katkıda bulunacak yetkilendirmelere sahip olabilmektedir. Mintzberg' e göre (1979), *bilgi akışındaki tutarlılık ve esneklik* sayesinde kaynakları ihtiyaçlar dâhilinde yeniden düzenleme başarımı da artmaktadır. Böylelikle kaynaklar, doğru zamanda doğru yerde konumlandırılabilir. Çalışanlar ve departmanlar arasındaki bariyerlerin kaldırıldığı, formel iletişim yerine yüz yüze iletişimin tercih edildiği, basık örgüt hiyerarşileri ve sadeleştirilmiş örgüt yapılarının örgütsel çevikliği artırdığı belirtilmektedir (Wendler & Stahlke, 2014, s. 10). Bu araştırmalar ekseninde, *basık hiyerarşi kademeleri çeviklik için önerilebilecektir*.

Alan yazında *örgütsel yapı ile strateji arasındaki uyumun* (Strategic Fit) değerlendirildiği ölçütler (Doty ve diğerleri, 1993; Drazin & Ven, 1985) örgütsel çevikliğe ulaşmak için mevcut durum ile çeviklik arasındaki boşluğun doldurulması için kullanılabilir.

Çevik organizasyonlar sadece iş gücü ölçeklenebilirliği ve organizasyonel yapıyı değil, aynı zamanda organizasyonel öğrenmeyi de zamanında yapılan değişikliklere cevap verebilecek şekilde (Conboy & Fitzgerald, 2004), hızlı (Huang, 1999) ve (maliyet) etkin bir şekilde kullanırlar (Hashimoto, 1980). Örgütsel öğrenmenin sağlanabilmesi de örgüt kültürünün öğrenmeyi günlük bir rutine dönüştürmesi ile mümkün olabilecektir. Dengeli Başarı Göstergesi, çalışanlar perspektifi için, *birim zamanda kazanılan kabiliyet sayısı* kritik başarı göstergesi olarak tanımlanabilir.

İç süreçler perspektifi çerçevesinde ölçütlerin, çevikliğin sağlayıcısı olarak örgüt kültürünün uyumunu sağlayacak bir biçimde tanımlanması gerekmektedir.

İç Süreçler Perspektifi ve Örgütsel Çeviklik

Örgütsel çevikliği mümkün kılan destekleyiciler ve gerekli olan yetenekler şirket içi işlemler boyutu açısından değerlendirilebilir. Operasyonların başarılı olabilmesi için strateji/yapı uyumu bir gereklilik olarak görülmektedir (Doty ve diğerleri, 1993; Drazin & Ven, 1985). Bu uyumun sağlanabilmesi için örgüt yapısının uygun olarak konfigüre edilmesi gerekmektedir. Ayrıca iç süreçler perspektifi bağlamında ölçütlerin çevikliğin sağlayıcısı olabilmesi için örgüt kültürünün uyumlu bir biçimde tanımlanması gerekmektedir. Çevik çalışma kültürünün oluşabilmesi için örgütlerin, sürekli örgütsel öğrenme, personel güçlendirme, inovasyon kültürü, çapraz fonksiyonlu yetkilendirilmiş ekiplerin bilgi ve süreç entegrasyonu sağlaması, müşteri ihtiyaçları konusunda farkındalık ve rekabete açıklık özellikleri içermesi gerekmektedir (Carvalho ve diğerleri, 2017; Gzara & Verjus, 2016; Nejatian ve diğerleri, 2018; Cai ve diğerleri, 2017). Örgüt kültürünün çevik kabiliyetler açısından dönüşebilmesi için günlük işleyişlerdeki davranış ve iş yapış biçimlerinin sadeleştirilerek hızlandırılması gerekmektedir (Moraira, 2017). Departmanları yavaşlatan onay süreçlerinin sadeleştirilmesi, her defasında aynı sonucu veren onay adımlarının kaldırılması, fonksiyonlar ve kültürler arası otonom ekiplerin kurulması çevik kabiliyetleri artıracaktır. Bunun yanında, toplantı rutinleri içerisinde kaldırılması mümkün olan görüşmelerin elenmesi, çalışma alanlarının sadeleştirilmesi, raporlama ve karar alma süreçlerinin sadeleştirilmesi, yapay zekâ yardımıyla otomasyona bağlanabilecek süreçlerin tespit edilmesi ve bu süreçlerin dijitalleşmesi çevikliği artıracaktır. Dengeli Başarı Göstergesinin iç süreçler boyutu içerisinde bu kapsamda *sadeleştirilen onay süreci sayısı* kritik başarı göstergesi olarak tanımlanabilir. Kültürün tüm birimlere yayılmasının sağlanması için, çevik takımlar kurulması ve bu takımların yönetimine yetkinliklerine göre birkaç farklı düzeyde koçluk yapabilecek yöneticiler atanması faydalı olabilecektir. Örgütsel çeviklik için gerekli kültürel dönüşüm, çevik bir bilinç seti ile mümkün olabilecektir. Bu bilinç seti temel olarak, müşteri yönelimli olmayı, iş süreçlerinde sorumluluk alarak dönüşmeyi ve bunlara bağlı olarak gerekli davranışsal dönüşümü sağlamayı gerektirmektedir. İçeriden dışarı doğru bilinç seti; çevik davranışlar, çevik değer ve prensipler, çevik süreç-yöntem-prensip ve tekniklerden başlayarak, çevik yetenek ve araçlara dönüştüğü söylenebilir (Moreira, 2017). İş görenlerin örgüte adanmışlıklarının sağlandığı, çalışanlar ve yöneticileri arasında tesis edilecek güven ortamı, personel güçlendirme sağlanması yoluyla örgütsel yaratıcılık düzeylerinin ön plana çıkarıldığı kültürlerde, çeviklik sağlamanın daha kolay olduğu yapılan çalışmalar ile tespit edilmiştir (Razmi & Ghasemi, 2015, s. 114). Örgüt kültürünün tespit edilen başlıklar dâhilinde *çevik anlayış için dönüşüm süresi* de kritik başarı göstergesi olarak iç süreçler başlığında değerlendirilebilir.

Örgütsel çeviklik ile örgüt kültürü arasındaki ilişkilerin analiz edilmesinde rekabet eden değerler modeli (Competing Values Framework – CVF) kullanılabilir (Felipe ve diğerleri, 2017). Kim Cameron ve Robert Quinn'in bir uçta iç, diğer uçta dış odaklılık eksenini, esneklik ve dinamizmin, diğer uçta durağanlık ve kontrolün bulunduğu diğer bir eksenini kesmesiyle ortaya çıkan dört adet kurum kültürü tipi bulunmaktadır. Bu

dört kurum kültürü tipi; Klan Kültürü, Girişim Kültürü, Hiyerarşi Kültürü ve Pazar Kültürü olarak belirtilmektedir (Cameron & Quinn, 1999). Klan kültürü genellikle aşağıdaki özelliklerle kategorize edilir: aile odaklı, güvenilirlik, yakınlık, güçlendirme ve topluluk (Cameron & Quinn, 1999). Bu kültür türü öncelikle insan sermayesine yöneliktir, bireylerin refah düzeyini vurgular ve finansal oranları ve piyasa hedeflerini optimize etmeye yönelik olumlu bir çalışma ortamı yaratır (Keskin ve diğerleri, 2005). Pazar kültürünün, bir hedef (veya amaç) başarı kültürü ile açıkça ilgili olduğu kabul edilmektedir. Bu nedenle, bu kültüre özgü baskın kurumsal değerler, verimlilik, etkinlik, rekabet gücü ve sonuç optimizasyonudur. Bu kuruluşlar normalde prestij, statü ve kârlılık kazanmayı vurgular ve temel amaçları işlemlerde (yani, borsalar, satışlar, sözleşmeler), diğer paydaşları ile birlikte rekabet avantajı elde etmektir (Cameron & Quinn, 2011). Girişim kültürü genel olarak orijinal, dinamik, girişimci, yenilikçi, risk alma, değişikliklere hazırlıklı, agresif ve esneklik ile anılır (Rodriguez ve diğerleri, 2016). Bu kültür türünü öne çıkaran firmalar, yenilikçi ürün, hizmet ve süreçlerin geliştirilmesini amaçlarken yenilikçiliğe odaklanıp aynı zamanda sıklıkla başarı peşinde de koşarlar. Bu nedenle, ana hedefi belirsizlik ve aşırı bilgi yüklemesiyle yüzleşme başarısı, esneklik ve yaratıcılığı teşvik etmek olan bu kültür türü en yenilik odaklı türdür (Deshpande ve diğerleri, 1993). Son kültür türü olan hiyerarşi kültürü, yüksek biçimselleşme, merkezî yönetim yapısı, katı emir komuta zinciri içeren yapısı nedeniyle Max Weber'in bürokrasi yaklaşımına benzerlik göstermektedir (Zammuto ve diğerleri, 2000).

Rekabet üstünlüğü sağlamak için gerçekleştirilecek değişimlerin yöreklendirildiği, takım çalışmasının içselleştirildiği, çalışanların karar ve seçimlerine değer verildiği, inovatif fikirlerin eleştirilmeden deneme süreçlerine dâhil edildiği, müşteri beklentilerinin karşılanması için gerekli değişimlerin iyileştirme fırsatı olarak görüldüğü işletmelerin çalışanlarında, işletmelerinin çevik işletme olduğu algısının yüksek olduğu belirtilmektedir (Wendler & Stahlke, 2014, s.10). Dengeli Başarı Göstergesi iç süreçler perspektifine, *çalışanlar tarafından yapılan inovatif öneriler ile sağlanan kültürel dönüşüm sayısı* da kritik başarı göstergesi olarak belirlenebilecektir.

İmamoğlu ve diğerleri (2020) Endüstri 4.0 uygulamalarının örgütsel çevikliği geliştirmede önemli bir etken olduğunu tespit ettikleri kavramsal çalışmalarında, Endüstri 4.0 uygulamalarının, iş süreçlerinin sadeleştirilmesini, farklılaştırılmış üretimi, maliyetlerin optimizasyonunu, işletme içinde ve dışında etkileşimin artmasını, üretim süreçlerinde ve karar almada hızı mümkün hâle getirdiğini belirtmektedirler. Endüstri 4.0 bileşenlerine uyum sağlanması çevikliği de geliştireceğinden, nesnelerin interneti, büyük veri, bulut bilişim, artırılmış gerçeklik, katmanlı (3 boyutlu üretim), siber-fiziksel sistemler ve akıllı fabrika uygulamalarının (Lu ve diğerleri, 2018, s. 285; Lee, 2017, s. 293; Mell & Grance, 2011; Azuma, 1997, s. 356; Attaran, 2017, s. 678; Öztemel & Gürsev, 2020, s. 141-142; Rejikumar ve diğerleri, 2019, s. 2517) hepsi için *geliştirilen projelerin sayısı* iç süreçler boyutu için ölçüt olarak eklenmelidir.

SONUÇ

Yerli ve yabancı alan yazın incelemesi yöntemiyle, örgütsel çevikliği mümkün kılan destekleyiciler ve gerekli yeteneklerin boyutlandırılması ve bu boyutların Dengeli Başarı Göstergesi ile paralelliğinin tespiti yapılmış, her bir perspektif için alan yazından atıflarla eşleştirmesi yapılmaya çalışılmıştır. Bu boyutlar örgüt yapısı ve kültürü çerçevesinde mümkün olmakta ve Dengeli Başarı Göstergesi perspektiflerinde konumlandırılabilir. Finans perspektifi için genel kabul gören ölçütlere ilaveten, kaynakların etkin dağılımı, çevik partnerlere aktarılan kaynakların (yatırım) geri dönüş oranı, inovasyon çabalarına ayrılan bütçenin yüzdesi önerilmiştir. Müşterinin merkezde olduğu çeviklik anlayışında, olumlu geri bildirim sayısı ve müşterilerle uzun soluklu çalışma fırsatı yakalamak ölçüt olarak belirlenmiştir. Çevikliğin sağlanabilmesi için yegâne itici güç olan insan kaynağına tutarlı ve esnek bilgi aktarımı, basık hiyerarşik örgütlenme ile esnekliğin sağlanması, yapı ile stratejinin uyumunun ölçümü, iş görenlere kazandırılan kabiliyetlerin sayısı ve bu yolla artırılan entelektüel sermaye ölçüt olarak belirlenmiştir. Bu hedeflere ulaşılabilmesi için işletmenin mutfağı olarak tabir edebileceğimiz iç süreçler perspektifi için, sadeleşmiş onay süreçlerine, hızlıca çevik anlayış için dönüşülebilmeye, inovatif öneriler ile kültürel dönüşüme ve Endüstri 4.0 bileşenleri kapsamında projeler geliştirilmesine ihtiyaç duyulmaktadır. Bu gereklilikler ilgili boyutun ölçütleri olarak belirlenmiştir.

Oluşturulan kavramsal çerçevenin somutlaştırılan ölçütlere dönüşümünün sağlanmasının amaçlandığı çalışma, sonuç olarak Dengeli Başarı Göstergesi önerisi sunmaktadır. İşletme mevcut Dengeli Başarı Göstergesi şeması içerisine belirlenen ölçütleri ekleyerek, örgütsel çeviklik için gerekli olan konsantrasyonu sağlayabilecektir.

Örgütsel çeviklik tanımı ve gereklilikleri açısından, alan yazında fikir birliği olmaması ve farklı yaklaşımların çokluğu nedeniyle, önerilen boyutlar çeşitlendirilerek genişletilebilecektir. Dengeli Başarı

Göstergesi çerçevesinde yapılan bu tasarım, yapılabilecek ampirik çalışmalarla ölçülerek, gösterge puanları ile işletmelerin örgütsel çeviklik düzeylerinin mukayese edilmesinde fayda görülmektedir.

KAYNAKLAR

- Ali, I. (2016, 4 Nisan). Doing the organizational tango: Symbiotic relationship between formal and informal organizational structures for an agile organization. *Interdisciplinary Journal of Information, Knowledge, and Management*, 11, 55-72. <https://doi.org/10.28945/3439>
- Ambrose, C. & Morello, D. (2004, 6 Ocak). *Designing the Agile Organization: Design Principles and Practices*. Gartner.
- Attaran, M. (2017, 28 Ocak). The Rise of 3-D Printing: The advantages of additive manufacturing over traditional manufacturing, *Business Horizons*, 60(5), 677-688. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2017.05.011>
- Azuma, RT (1997, 1 Ağustos). A survey of augmented reality. *Presence: Teleoperators ve Virtual Environments*, 6(4), 355-385. <https://doi.org/10.1162/pres.1997.6.4.355>
- Bahrami, M., Kiani, M., Montazerifaraj, R., Zadeh, H., & Zadeh, M. (2016, 18 Mayıs). The Mediating Role of Organizational Learning in the Relationship of Organizational Intelligence and Organizational Agility. *Osong Public Health and Research Perspectives*. <https://doi.org/10.1016/j.phrp.2016.04.007>.
- Beck, K., Beedle, M., Bennekum, A. van, Cockburn, A., Cunningham, W., & Fowler, M. (2001). Manifesto for Agile Software Development. Available from <http://agilemanifesto.org/> (Erişim Tarihi: 20 Şubat 2019).
- Burns, T., & Stalker, G. (1961). *The management of innovation*. Oxford University Press.
- Cai, Z., Liu, H., Huang, Q., & Liang, L. (2019). Developing organizational agility in product innovation: the roles of IT capability, KM capability, and innovative climate. *R&D management*, 49 (4), 421-438.
- Cameron, KS & Quinn, RE (1999). *Diagnosing and changing organizational culture: Based on the competing values framework*. 1.Baskı. Addison-Wesley: Reading.
- Carvalho, AM, Sampaio, P., Rebentisch E., & Saraiva, P. (2017). Quality, excellence and culture in the pursuit of organizational agility, *2017 IEEE International Conference on Industrial Engineering and Engineering Management (IEEM)*, Singapore, 1714-1718.
- Chai, N. (2009). *Sustainability performance evaluation system in government: a balanced scorecard approach towards sustainable development*. Springer.
- Conboy, K., & Fitzgerald, B. (2004). Toward a conceptual framework of agile methods: A study of agility in different disciplines. WISER 2004 - *ACM Workshop on Interdisciplinary Software Engineering Research*. 37-44. <https://doi.org/10.1145/1029997.1030005>.
- De Meuse, K. (2017, Aralık). Learning agility: Its evolution as a psychological construct and its empirical relationship to leader success. *Consulting Psychology Journal: Practice and Research*, 69, 267-295. <https://doi.org/10.1037/cpb0000100>.
- Demigha, S., & Kharabsheh, R. (2019). Agile and Organizational Learning. *Proceedings of the International Conference on Intellectual Capital, Knowledge Management & Organizational Learning*, 97-106.

- Deshpandé, R., Farley, JU, & Webster, FE (1993, Ocak). Corporate culture, customer orientation, and innovativeness in Japanese firms: A Quadrad Analysis. *Journal of Marketing*, 57(1), 23–37. <https://doi.org/10.2307/1252055>
- Doty, DH, Glick, WH, & Huber, GP (1993, Aralık). Fit, equifinality, and organizational effectiveness: A test of two configurational theories. *The Academy of Management Journal*, 36(6), 1196–1250. <https://doi.org/10.2307/256810>
- Drazin, R., & Van de Ven, AH (1985, Aralık) Alternative forms of fit in contingency theory. *Administrative Science Quarterly*, 514-539. <https://doi.org/10.2307/2392695>
- Dyer, L., & Schafer, R. (2003) ‘Dynamic Organizations: Achieving Marketplace and Organizational Agility with People’, in Peterson, R.S. and Mannix, E.A. (eds.) *Leading and Managing People in the Dynamic Organization*. 7 – 40.
- Felipe, CM, Roldan, JL, & Rodriguez, AL (2017, 17 Aralık). Impact of organizational culture values on organizational agility. *Sustainability*, 9(12), 2354. <https://doi.org/10.3390/su9122354>
- Forster, K., & Wendler, R. (2012). *Theorien und Konzepte zu Agilität in Organisationen* (Tech. Rep. No. 63). Technische Universität Dresden. <http://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:bsz:14-qucosa-129603> (Erişim Tarihi: 20 Şubat 2019).
- Grant, R. (1996). Prospering in dynamically-competitive environments: Organizational capability as knowledge integration. *Organization Science*. 7. 375-387. . <https://doi.org/10.1287/orsc.7.4.375>.
- Gunasekaran, A. (1998, Mayıs). Agile manufacturing: Enablers and an implementation framework. *International Journal of Production Research*, 36, 1223-1247. <https://doi.org/10.1080/002075498193291>
- Gzara, L., Verjus, H. & Triaa, W. (2016). Organizational agility key factors for dynamic business process management. *IEEE 18th Conference on Business Informatics (CBI)*, Paris, 64-73.
- Hashimoto, T. (1980, Kasım). Robustness, reliability, resilience and vulnerability criteria for planning. *Water Resources Research*, 8 (1), 11-47. <https://doi.org/10.1029/WR018i001p00014>
- Huang, CC (1999). An agile approach to logical network analysis in decision support systems. *Decision Support Systems*, 25(1), 53-70. . [https://doi.org/10.1016/S0167-9236\(98\)00091-8](https://doi.org/10.1016/S0167-9236(98)00091-8)
- Hubbart, EE (2004). *The diversity scorecard: Evaluating the impact of diversity on organizational performance*. Butterworth Heinemann.
- İleri, Y., & Soylu, Y. (2014, 6 Mayıs). Bir rekabet üstünlüğü aracı olarak çeviklik kavramı ve örgüt yapısına olası etkileri. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 13 (1-2) , 13-28.
- İmamoğlu SZ, İnce, H., & Türkcan, H. (2021, 15 Ocak). Endüstri 4.0 uygulamalarının örgütsel çeviklik üzerindeki etkisi: kavramsal bir çalışma. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 35(1),103-124. <https://doi.org/10.16951/atauniiibd.740820>
- Kanten, P., Kanten, S., Keceli, M., & Z. Zaimoglu (2017, 30 Haziran). The antecedents of organizational agility: organizational structure, dynamic capabilities and customer orientation. *Press Academia Procedia*, 3 (1), 697-706. <https://doi.org/10.17261/Pressacademia.2017.646>
- Kaplan R., & Norton, D. (1999). *Balanced scorecard şirket stratejisini eyleme dönüştürmek*. Sistem Yayıncılık.
- Koçel, T. (2011). *İşletme Yöneticiliği*, Beta Yayıncılık.

- Lawrence, PR & Lorsch, JW (1967). Differentiation and integration in complex organizations. *Administrative Science Quarterly*, 12 (1), 1-47. <https://doi.org/10.2307/2391211>
- Lee, I. (2017). Big Data: Dimensions, evolution, impacts, and challenges. *Business Horizons*, 60(3), 293-303. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2017.01.004>
- Lewis, P. (2016). Is knowledge doubling or halving. Worldnetdaily.com. <http://www.wnd.com/2016/05/is-knowledge-doubling-or-halving/> adresinden erişildi.
- Lu, Y., Papagiannidis, S., & Alamanos, E. (2018). Internet of Things: A systematic Review of the Business Literature from the User and Organisational Perspectives. *Technological Forecasting and Social Change*, 136, 285-297.
- Marr, B., Schiuma, G., & Neely, A. (2004, Ekim). Intellectual capital: Defining key performance indicators for organizational knowledge assets. *Business Process Management Journal*. 10. 551-569. <https://doi.org/10.1108/14637150410559225>.
- Mehdibeigi, N., Dehghani, M., & Yaghoubi, N. (2016). Customer knowledge management and organization's effectiveness: Explaining the mediator role of organizational agility. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 230. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.09.012>.
- Mell, P., & Grance, T. (2011, Eylül). The NIST *Definition of Cloud Computing* (NIST Special Publication, 800-145), National Institute of Standards and Technology, Tech. Rep.
- Mihardjo, L., Sasmoko, S., & Rukmana, R. (2019, Aralık). Customer experience and organizational agility driven business model innovation to shape sustainable development. *Polish Journal of Management Studies*, 20, 293-304. <https://doi.org/10.17512/pjms.2019.20.1.26>.
- Mintzberg, H. (1979). *The structuring of organizations*, Prentice Hall
- Mishra, AA & Shah, R. (2009, Ağustos). In union lies strength: Collaborative competence in new product development and its performance effects. *Journal of Operations Management*, 27(4), 324-338. <https://doi.org/10.1016/j.jom.2008.10.001>
- Moreira, M. (2017). *The Agile Enterprise: Building and running agile organizations*. Apress,
- Munteanu, AI (2019). A review of organizational agility concept and characteristics. The Annals of the University of Oradea. *Economic Sciences*, Tom XXVIII, Issue 1, 335-341.
- Nagel, R. (1991). *21ST Century manufacturing enterprise strategy report*. 53.
- Nejatian, M. & Zarei, MH (2013). Moving towards organizational agility: Are we improving in the right direction?. *Glob J Flex Syst Manag* 14, 241–253. <https://doi.org/10.1007/s40171-013-0048-3>
- Nejatian, M., Zarei, MH, Nejati, M., & Zanjirchi, SM (2018). A hybrid approach to achieve organizational agility: An empirical study of a food company. *Benchmarking: An International Journal*, 25 (1), 201-<https://doi.org/236.10.1108/BIJ-09-2016-0147>
- Özbirecikli M. & Ölçer F. (2002). Strateji odaklı performans ölçüm sistemi: Balanced scorecard-BSC. *İ.Ü. İşletme Fakültesi Dergisi*, 31(2), 31-48.
- Öztemel, E., & Gursev, S. (2020, 24 Temmuz), Literature Review of Industry 4.0 and Related Technologies, *Journal of Intelligent Manufacturing*, 31(1), 127-182. <https://doi.org/10.1007/s10845-018-1433-8>

- Parsons, T., Bales, R., & Shils, E. (1953). *Working Papers of the Theory of Action*. Free Press.
- Pine, JB & Gilmore, JH (1998). Welcome to the experience economy. *Harvard Business Review*, 76(4), 97-105.
- Razmi, M., & Ghasemi, HM (2015). Designing a model of organizational agility: A case study of Ardabil gas company. *International Journal of Organizational Leadership*, 4, 100-117.
- Rejikumar, G., Arunprasad, P., Persis, J., & Sreeraj, KM (2019). Industry 4.0: Key Findings and Analysis from the Literature Arena. *Benchmarking: An International Journal*, 26(8), 2514-2542. <https://doi.org/10.1108/BIJ-09-2018-0281>
- Rodríguez, AL, Ariza-Montes, JA, Morales-Fernández, EJ, & Eldridge, S. (2016, 20 Ekim). Assessing the links between organisational cultures and unlearning capability: Evidence from the Spanish automotive components industry. *international journal of innovation and learning*, 20, 422-436. <https://doi.org/10.1504/IJIL.2016.079858>
- Salas E., DiazGranados D., Klein C., Burke CS, Stagl KC, Goodwin GF & Halpin SM (2008, Aralık). Does team training improve team performance? A meta-analysis. *Hum Factors*. 50(6). 903-933. <https://doi.org/10.1518/001872008X375009>.
- Samudro, A., Sumarwan, U., Simanjuntak, M., & Yusuf, EZ (2019). How commitment, satisfaction, and cost fluctuations influence customer loyalty, *J. Mgt. Mkt. Review*, 4 (2): 115 – 125 [https://doi.org/10.35609/jmmr.2019.4.2\(3\)](https://doi.org/10.35609/jmmr.2019.4.2(3)).
- Schmitt, BH (2003), *Customer Experience Management*. John Wiley & Sons,
- Seiti, A. (2014). *The agility advantage how to identify and act on opportunities in a fast-changing world*. John Wiley & Sons,
- Smart, C., & Vertinsky, I. (1977, Aralık). Designs for crisis decision units. *Administrative Science Quarterly*, 22(4), 640-657. <https://doi.org/10.2307/2392406>
- Sole, D., & Edmondson, AC (2002, 16 Aralık). Situated knowledge and learning in dispersed teams. *British Journal of Management*, 13 (2), 17-34. <https://doi.org/10.1111/1467-8551.13.s2.3>
- Stewart, TA (1991). Brainpower, *Fortune*, 3(127), 44-60.
- Strikwerda, H., & Stoelhorst, JW (2009). The Emergence and Evolution of the Multidimensional Organization. *California Management Review*, 51 (4), 11-31.
- Sucu, M. (2020). *İşletmelerde çeviklik*. İksad Yayınevi.
- Surowiecki, J. (2004). *The wisdom of crowds: Why the many are smarter than the few and how collective wisdom shapes business, economies, societies, and nations*. Doubleday & Co.
- Tett, G. (2015). *The silo effect: The peril of expertise and the promise of breaking down barriers*. Simon & Schuster.
- Thiéart, R., & Vivas, R. (1981). *Strategic intelligence activity: The management of the sales force as a source of strategic information*. <https://www.semanticscholar.org/paper/Strategic-intelligence-activity%3A-The-management-of-Thi%C3%A9tartVivas/0f2036b5e0ac6656139904eb93f274127a9ef9c0> adresinden 20.01.2020 tarihinde erişildi.

- Uğurlu, YÖ, Çolakoğlu, E., & Öztosun, E. (2019, 19 Nisan). Stratejik Çevikliğin Firma Performansına Etkisi: Üretim İşletmelerinde Bir Araştırma. *İş ve İnsan Dergisi*, 6(1), 93-106.
- Ustasüleyman, T. (2008, 1 Aralık). Çevikliğin işletme performansına etkisine yönelik yapısal bir model önerisi. *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 10(2), 161-178.
- Verweire, K. (2006). Integrated performance management: A guide to strategy implementation. *Strategic Direction*, 22. <https://doi.org/10.1108/sd.2006.05622eae.001>.
- Visser, R. (2010), *Agility in an institutional context: A search for best practices concerning structure in agile organizations* [Master's Thesis, Tilburg University].
- Wendler, R., & Stahlke, T. (2014). *What Constitutes an Agile Organization? - Descriptive Results of an Empirical Investigation*. Dresdner Beiträge zur Wirtschaftsinformatik, Nr. 68/14. Dresden: Technis "che Universität Dresden. (online: "http://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:bsz:14-qucosa-130916)
- Wenger, E. (1998). *Communities of practice: Learning, meaning, and identity*. Cambridge University Press.
- Wilson, J., Goodman M., Cronin, PS, & Matthew, A. (2007). Group Learning. *Academy of Management Review*, 32 (4), 1041–1059. <https://doi.org/10.2307/20159355>
- Worthy, JC (1959, 1 Ocak), *Big Business and Free Men*.
- Yereli, AN, & Gerşil, G. (2005, 1 Haziran). Entelektüel sermayeyi ölçme ve raporlama yöntemleri. *Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, 12 (2), 17-29.
- Yusuf, YY & Adeleye, EO (2002). A comparative study of lean and agile manufacturing with a related survey of current practices in the UK. *International Journal of Production Research*, 40(17), 4545-4562. <https://doi.org/10.1080/00207540210157141>
- Zammuto, RF, Gifford, B., & Goodman, EA (2000). *Managerial ideologies, organization culture and the outcomes of innovation: A competing values perspective*. In Handbook of Organizational Culture and Climate; Askhanasy, N.H., Wilderom, C.P.M., Peterson, M.F., Eds.; Sage Publications.
- Zhang, D., & Sharifi, H. (2000). A Methodology for Achieving Agility in Manufacturing Organizations. *International Journal of Operations & Production Management*, 20, 496-513. <https://doi.org/10.1108/01443570010314818>
- Zitkiene, R., & Deksnys, M. (2018). Organizational agility conceptual model. *Montenegrin Journal of Economics*, 14 (06), 115-129. <https://doi.org/10.14254/1800-5845/2018.14-2.7>

MESLEK YÜKSEKOKULLARINDA ALMANCA DERSLERİNDE MESLEKİ TERİMLERİN AKTARIMI*

Kadriye ŞENGÜL KUTLAY¹, H. Osman ASLAN²

Makale Bilgisi

Araştırma Makalesi

DOI: 10.35379/cusosbil.977011

Makale Geçmişi:

Geliş 01.08.2021

Düzeltilme 07.12.2021

Kabul 22.12.2021

Anahtar Kelimeler:

Mesleki Terimlerin Öğrenimi,

Mesleki Almanca Dersi,

Turizm Bölümleri,

Turizm Alanı.

ÖZ

Günümüzde yabancı dil derslerinde klasik ders modellerinin yanı sıra alternatif ders modellerinin de kullanılması dikkate alınması gereken bir olgudur. Yabancı dil öğretiminde yöntem çeşitliliği dilsel yeti ve becerilerin ediniminin hızlandırılmasına ve geliştirilmesine katkı sağlayabilir. Geleneksel ders modelleri, geçmişte ve günümüzde kabul gören bir olgu olmasına rağmen, alternatif ders modellerinin kullanımı ile, yabancı dil derslerinin başarılı bir şekilde şekillendirilmesi ve uygulanması sağlanabilir. Bu çalışmanın amacı, Turizm bölümlerinde öğrenim gören öğrencilere, turizm alanına ait olan mesleki terimlerin ve iletişim durumlarının alternatif alıştırmalar yardımıyla etkin aktarımını gerçekleştirmektir. Bu çalışmada turizm alanına ait olan mesleki terimlerin öğretimi teorik ve deneysel bağlamda incelenmiştir. Çalışmada deney ve kontrol grubu oluşturulmuş, ilgili kelime ve terimlerin aktarımı kontrol grubunda geleneksel alıştırmalarla, deney grubunda ise alternatif alıştırmalarla gerçekleştirilmiştir. Öğrencilere içerisinde turizm alanına ait kelimeler olan ön test ve son test uygulanmıştır. İstatistiksel sonuçlar, deney grubunun son teste kontrol grubuna göre daha başarılı olduğunu göstermiştir. Bu sonuçlardan yola çıkarak, alternatif alıştırmaların kelime öğreniminde başarı getirdiği söylenebilir. Bu sonuç dikkate alındığında başarılı bir öğrenme için öğrencilerin ilgi ve deneyimlerinin dikkate alındığı, farklı yöntemler ile yaratıcı bir biçimde şekillendirilen derslerin büyük öneme sahip olduğu söylenebilir. Bu sonuçtan yola çıkılarak Mesleki Almanca derslerinde kelime öğretiminde alternatif alıştırmalarla daha başarılı olunduğu söylenebilir.

TRANSFERRING BUSINESS GERMAN COURSE GLOSSARY IN THE VOCATIONAL SCHOOL IN TURKEY

Article Info

Research Article

DOI: 10.35379/cusosbil.977011

Article History:

Received 01.08.2021

Revised 07.12.2021

Accepted 22.12.2021

Keywords:

Learning Professional Terms,

Vocational German Course,

Tourism Departments,

Tourism Field.

ABSTRACT

Today, the use of alternative lesson models in addition to classical lesson models in foreign language lessons is a phenomenon that should be taken into consideration. The variety of methods in foreign language teaching can contribute to the acceleration and development of linguistic competence and the acquisition of skills. Although traditional lesson models are an accepted phenomenon in the past and today, with the use of alternative lesson models, foreign language lessons can be successfully shaped and implemented. The aim of this study is to transfer the professional terms and communication situations belonging to the field of tourism to the students studying in Tourism departments with the help of alternative exercises. In this study, the teaching of professional terms belonging to the field of tourism was examined in a theoretical and experimental context. In this study, experimental and control groups were formed, and the transfer of the relevant words and terms was carried out with traditional exercises in the control group, and with alternative exercises in the experimental group. A pretest and a post-test, which are words related to tourism field, were applied to the students. Statistical results showed that the experimental group was more successful in the posttest than the control group. Based on these results, it can be said that alternative exercises bring success in vocabulary learning.

*Bu çalışma ilk yazarın “Türkiye’deki Meslek Yüksekokullarındaki Almanca Derslerinde Mesleki Terimlerin Aktarımı” isimli doktora tezinden faydalanılarak hazırlanmıştır. 2020 yılından önce tamamlanmış tezlerden türetilen çalışmalarda Ulakbim kararları gereği etik kurul belgesi şartı bulunmamaktadır. Yazarlar çalışmanın etik kurallara bağlı olarak hazırladığını taahhüt eder.

¹Öğr.Gör. Dr., Aksaray Üniversitesi, Yabancı Diller Yüksekokulu, ksengul@aksaray.edu.tr, ,ORCID: 0000-0001-9497-0611.

²Dr.Öğr. Üyesi, Çukurova Üniversitesi, Alman Dili Eğitimi Bölümü, hosman@cu.edu.tr, ORCID: 0000-0001-8410-3370.

Alıntılanmak için/ Cite as: Şengül Kutlar, K., Aslan, H. O. (2022). Meslek Yüksekokullarında Almanca Derslerinde Mesleki Terimlerin Aktarımı, Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 31 (1), 51-58.

GİRİŞ

Yabancı dil derslerinde dört temel beceri ve yetinin ediniminin rolü olduğu bilinen bir gerçektir. Bu derslerde öğretmenler öğrencilere, temel becerilerin (okuma, dinleme, konuşma, yazma) yanı sıra diğer becerilerin (dikkat, cesaret) ve telaffuz, kelime bilgisi, dil bilgisi, çeviri gibi yetilerin de ediniminde yardımcı olurlar (Huneke & Steinig, 2010, s. 130). Bunu yaparken bir beceri ne ön plana konulmalıdır, ne de göz ardı edilmelidir. Didaktik ve metodik bilgilere göre tüm beceri ve yetilere yabancı dil derslerinde yer verilmelidir.

Bu bağlamda günümüzde kelime bilgisinin yabancı dil ve ana dil ediniminde önemi bilinmektedir. Kelimeler sayesinde iletişim kurup, anlamlı cümleler kurabilmekteyiz. Yetersiz kelime hazinesi durumunda kendimizi ifade etmemiz güçleşir. Yukarıdaki düşüncelerden yola çıkarak, kelime yabancı dil ediniminde büyük bir öneme sahiptir.

Yabancı dil derslerinde kelime hazinesinin ediniminde uygun çalışılması gerekliliği göz ardı edilmemelidir. Temel kelime ediniminde öğrenciler bir yabancı dilin önemli kelimelerini edinirler. Bu şekilde diğer becerilerin de uygulanmasıyla birlikte kelime hazinesi edinimi gerçekleşmektedir. Fakat mesleki terimlerin ediniminde izlenmesi gereken yol farklı olmaktadır. Çünkü belirli bir alana ait olan terimler, içerikleriyle temel kelimelerden ayrılırlar.

Mesleki terimlerin öğrenilmesinde çok sayıda alandan hareket edilebilmektedir. Örneğin turizm Türkiye'ye gelen Alman turist sayısının yüksek olduğu bilinmektedir. TÜRSAB'ın (Türkiye Seyahat Acentaları Birliği) verilerine göre 2015 yılında 5.580.792, 2016 yılında 3.890.074 ve 2017 yılında 3.584.653 Alman turist ülkemize gelmiştir. 2015 ve 2016 yılında Türkiye'ye gelenler arasında, Almanlar birinci sırada yer almaktadır².

Bu bağlamda Türkiye'de birçok turizm Almanca ikinci yabancı dil dersi olarak verilmektedir. Fakat iki yıllık yüksekokullarda öğrenciler yabancı dil derslerinin sınırlı olması nedeniyle turizm fakültelerinde öğrenim gören öğrencilere kıyasla dezavantajlı durumdadırlar. Öğretim elemanları sınırlı ders saatleri içerisinde hem temel Almanca derslerini hem de mesleki Almanca derslerini yürütmeye çalışmaktadır. Bu bilgilere dayanarak, bu çalışmada mesleki Almanca derslerinde kelime aktarımında alternatif alıştırmalarla daha iyi bir sonuç edilebilir mi sorusu üzerinde durulmuştur. Bu çalışmada aşağıdaki sorulara cevap aranmaya çalışılmıştır.

1. Alternatif alıştırmalarla mesleki yabancı dil derslerinde daha iyi bir öğrenme gerçekleştirilebilir mi? Ya da geleneksel alıştırmalar da öğrenciler için faydalı mıdır?
2. Kontrol ve deney grubunun sonuçları ders metodu açısından nasıl ayrılmaktadır: geleneksel alıştırmalar mı alternatif alıştırmalar mı?
3. Başka hangi faktörler öğrenme sürecini etkilemektedir? Sadece alternatif alıştırmalarla başarılı bir öğrenme gerçekleşebilir mi ya da diğer faktörlerin de öğrenmeye etkisi var mıdır?

YÖNTEM

Bu çalışmada Türkiye'deki bir üniversitenin iki adet yüksekokulunun turizm bölümlerinde öğrenim gören öğrencilerle çalışılmıştır. Çalışmada kontrol ve deney grubu oluşturulmuş, kontrol grubunda kelimeler ve terimler öğrencilere geleneksel alıştırmalarla aktarılmış, deney grubunda ise çeşitli alıştırmalarla desteklenmiştir. Terimler turizm alanının farklı alanlarından seçilmiş, öntest ve sontest uygulaması yapılmıştır.

Amaç ve Önem

Çalışmada yüksekokulda öğrenim gören turizm öğrencilerinin çeşitli alıştırmalarla mesleki terimleri öğrenmeleri hedeflenmiştir. Turizm alanında eğitim veren öğretim elemanlarına fikir sunulmuş, alanda yer alan sorunlar belirlenmiş ve sorunlara çözüm önerileri getirilmiştir.

Evren Örnekleme

Çalışmanın evreninin Türkiye'deki üniversitelerin turizm bölümlerinde Almanca eğitim alan öğrenciler oluştururken, çalışmanın örneklemini iki adet Meslek Yüksekokulunda öğrenim gören öğrenciler oluşturmaktadır.

Araştırmanın Sınırlılıkları

14 adet öğrenci kontrol grubu, 12 adet öğrenci ise deney grubunu oluşturmaktadır. Çalışmaya sadece turizm alanına dair terimler dâhil edilmiştir. Çalışma sadece Mann Whitney U Test ve Wilcoxon- İşaretli-Sıra testiyle sınırlıdır.

²(<https://www.tursab.org.tr/tr/turizm-verileri/istatistikler> Erişim: 20.11.2017)

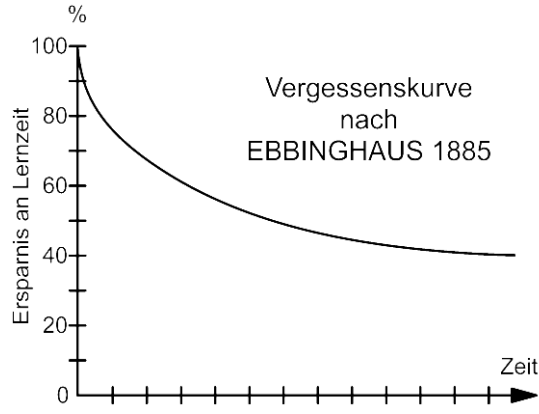
Kelime ve kelime Hazinesi

Tüm dilsel eylemlerin merkezinde kelime yer almaktadır. Ulrich kelimenin önemini şu sözlerle aktarmaktadır; Dille ilgili tüm araştırmaların temeli ve merkezinde cümle değil kelime yer almaktadır. Bu yüzden tüm dil öğrenme ve öğretme süreçlerinde kelime hazinesi yer almalıdır.” (Ulrich, 2013, s. 308, krş. Selimi, 2014, s. 147).

Üretici ve alıcı kelime hazinesinin haricinde Ludinova ve Bohn’un da sözünü ettiği potansiyel kelime hazinesinden söz etmek mümkündür. Çalışmanın amacı da, alıcı kelime hazinesinin aktarımıyla üretici kelime hazinesini geliştirmektir.

İnsanlar bebeklikten itibaren aile, çevre ve okul ortamlarında kelime hazinesini geliştirirler, yani zihinsel sözlüklerine kaydederler. Araştırmacılar kelime öğrenimindeki teknikleri geçmişten günümüze incelemişler, farklı teoriler geliştirmişlerdir. Fakat öğrenme yaşı, eğitim düzeyi, tecrübeler, motivasyon, sosyal ilişkiler, öğrenme ortamı vb. faktörlerin dil ve kelime öğrenme sürecini bireysel olarak etkilediği konusunda fikir birliğine varmışlardır (Ludinova, 2008, s. 15).

Ebbinghaus zihin araştırmalarıyla kelime öğrenimine katkıda bulunmuş, unutma eğrisi teorisi ile de, zihne kaydedilen bilgilerin zamanla azaldığını savunmuştur. Öğrenilen bilgilerin düzenli olarak tekrar edilmezse, yarı yarıya azaldığını söylemiştir. Bu nedenle tekrar, yabancı dil ve kelime öğreniminde önemli yere sahiptir. Şekil 1 Hermann Ebbinghaus’un unutma eğrisi teorisini göstermektedir (Gudehus, Eichenberg, 2010, s. 22).



Şekil 1. Hermann Ebbinghaus'un Unutma Eğrisi Teorisi (<http://lexikon.stangl.eu/9382/spacing-effect-intervall-effekt/erişim.3.3.2018>).

Zihinsel Sözlük

Zihinsel sözlük, kavramların birbirleriyle farklı ilişkilerle bağlandığı bir sistemdir. Zihinsel sözlükte ana dil ve yabancı dile ait kelimeler fonetik, sentaks ve anlambilimsel bilgilerle kaydedilir. Zihinsel sözlük uzun süreli hafızanın bir parçasıdır ve dilsel eylemler açısından büyük öneme sahiptir.

Ulrich, insanların bireysel kelime hazinesini bireysel zihinsel sözlük olarak tanımlamış ve zihinsel sözlüğe kelimelerin girişinin iki şekilde gerçekleştiğini söylemiştir, ilk olarak kelimenin algılanması için dinleyici ya da okuyucu olarak. İkinci olarak da, konuşucu ya da yazan kişi olarak. Ulrich ayrıca, zihinsel sözlüğün dilsel işaretlerin düzensiz olarak toplandığı bir yer olarak algılanmaması gerektiğini söylemektedir. Dilsel işaretler düzenli bir bütün halinde, iyi şekillendirilmiş ve farklı ilişkilere sahiptir demektir (Ulrich, 2013c, s. 22).

Zihinsel sözlük, verilerin farklı bir zamanda çağırılması ve kullanılması için, üç kademeli bir sisteme sahiptir. Çözümleme, kaydetme ve çağırma süreci. Çözümleme sürecinde veriler işlenir, kaydetme sürecinde bilgiler uzun süreli saklanır, çağırma sürecinde ise veriler zihinden çağırılır (Masum, 2012, s. 100).

Öğrenme Stratejileri

Öğrenme stratejileri öğrencilerin anlama, zihinde tutma ve çağırma becerilerini desteklemek için kullanılmalıdır. Bilişsel araştırmalar, öğrencilerin ancak kendilerinin öğrenme sürecini yürütebileceğini varsaymaktadır. Bu öğrenme süreci, karmaşık, aktif şekillendirilmiş, sürecin yaratıcı şekillendirilmesinden ve yapılandırılmasından oluşmaktadır. Yabancı dil ve kelime öğrenme süreci tamamen bireysel ve bağımsız bir süreç olduğu için, uygun öğrenme stratejilerinin kullanılması önemlidir. Bimmel ve Rampillon “Öğrenme stratejisi, öğrenme hedefine ulaşmak için, zihinsel eylemin planı” olduğunu söylemektedir (Bimmel & Rampillon, 2000, s. 53). Kelime hazinesi çalışmasında stratejilerinin önemi öğrencilerin bireysel olarak edinim

yönetmesi açısından ortaya çıkmaktadır. Öğrenme bireysel bir süreç olduğu için, her öğrenme stratejisi her öğrenci için uygun değildir (Bohn, 2013, s. 29). Bu nedenle öğrenciler içgüdüsel olarak kendisine uygun stratejiyi seçmelidir. Öğretmen de kelime hazinesi çalışmasında öğrenme stratejilerini etkili kullanmayı öğrencilere öğretirse kelime öğrenme kapasitesi artacaktır. Bimmel ve Rampillon öğrenme stratejilerini ikiye ayırmaktadır.

1. Dil öğrenme stratejileri; öğrencinin yabancı dil öğrenmek için kullandığı stratejilerdir.
2. Dil kullanım stratejileri; öğrenmek için değil daha çok iletişimsel kullanım ve yabancı dilin anlaşılması için kullanılan stratejilerdir (Bimmel & Rampillon, 2000, s. 62).

Öğrenme Teknikleri

Rampillon öğrenme tekniklerini, öğrenciler tarafından bilinçli ve planlı olarak, yabancı dil öğrenmesini hazırlamak, kontrol etmek ve yönetmek için uygulanan öğrenme teknikleri olarak açıklamaktadır (Rampillon, 1996, s. 17).

Öğrenme strateji ve teknikleri aynı kavramlar gibi düşünülse de Bimmel ve Rampillon iki kavramı şu şekilde açıklamaktadır:

Öğrenme stratejileri öğrencilerin anlama, zihinde tutma ve çağırma becerilerini desteklemek için kullanılmalıdır. Öğrenme stratejisi öğrenme hedefine ulaşmak için zihinsel eylemin planıdır.

Öğrenme teknikleri, öğrencilerin bir şeyi öğrenmek için kullanabildikleri becerilerdir.

Öğrenme stratejisi ise bir öğrenme hedefine ulaşmak için zihinsel bir eylemin planıdır (Bimmel & Rampillon, 2000, s. 53-54) ve ayrımı şu şekilde yapmaktadırlar. Öğrenme stratejisi: Eğer hedefim bir kelimenin anlamını öğrenmek ise sözlüğe bakarım. Öğrenme tekniği: sözlüğe bakabilme becerisidir (Bimmel & Rampillon, 2000, s. 54).

Kelime kartları, Mind Mapping/zihin kartları, Ben-kelime hazinesi, odadaki kelimeler, kelimeleri ilginç yapma gibi alıştırmalar öğretme stratejilerinden örnekler olarak sayılabilmektedir (Bohn, 2013, s. 105).

Terim Dili ve Terimler

Özel bir alanda kullanılan dil, terim dili olarak tanımlanmaktadır. Terim dili dilsel bir çeşitlilik olarak anlaşılabilir (krş. Kontutyte, 2017, s. 6).

Terim dili ana dilden farklı değildir, fakat terimler içermesi nedeniyle farklı bir yapısı vardır. Genel dil ve terim dili birbirine zıt yapılar değildir, terim dili ana dilden gelişmiştir. Amiradis, terim dilinin iletişim paydaşları, yayılma alanı, açıklık derecesi, araç vs. bileşenleri açısından resmî, pragmatik-içeriksel ve kişisel kriterler dikkate alınarak tanım denemeleri yapıldığını söylemektedir (Amiradis, 2011, s. 61).

Terim dili günlük dilden, terimlerin tam olarak açıklanmasıyla ayrılmaktadır. Terim dili uzmanların alanlarında net bir iletişimi sağlamaktadır. Terim dilinin yüksek seviyesini uzmanlar kullanmaktadır, fakat günlük dilde de popüler terim dili karşımıza çıkmaktadır.

Roca ve Bosch turizm alanında Almanca dersinde öğrenme hedefleri ve didaktik sonuçları konusunda şunları söylemektedir:

Turizm Almancasından genel ve alana özgü Almanca dersini anlamaktayız. Konusu öğrencilerin turizme özgü alanlar konusunda ve iletişim durumlarında uzmanlar ve insanlarla anlaşmayı sağlamaktır. Bunun için ders çerçeve koşullarının, öğrenme hedeflerinin, pedagojik ve didaktik prensiplerin kesin bir tanımı gereklidir (Roca & Bosch, 2005, s. 80).

Terim

Duden sözlüğü, terimi belirli bir alanda özel bir şey için özel tanım olarak açıklamaktadır .³ Terim bir alanın dil sistemindeki insanlar arasında iletişimi sağlayan en küçük anlam taşıyan, kullanılabilir dilsel birim olarak tanımlanabilir (Ulrich, 2011, s. 311).

Kelime ve terimlerin öğreniminde Serindağ ve Rincke'nin de ifade ettiği üzere, kelimeler izole edilmiş şekilde öğrenilmemelidir, aksine farklı bağlamlar içerisinde öğrenilmelidir (Serindağ, 2017, s. 135; Rincke, 2010, s. 3)

Terimlerin ediniminde öğrenciler terimleri bağlamdan bulabilir, anlamlarını açıklayabilir ve eş anlamlıları ile çalışabilir. Böylelikle terim dilinin işlevini ve görevini anlayabilir ve terim metinlerinin özellikleri hakkında bilgi sahibi olabilir ve stratejiler geliştirebilir. Terimlerle çalışmada görsellerden ön çalışma olması amacıyla

³ (<https://www.duden.de/rechtschreibung/Fachausdruck> Erişim: 14.12.2018).

aydalanabilir, farklı metinlerle farklı bağlamlarda, eş anlamlı ve zıt anlamlı terimlerle çalışılabilir. Terim çalışmalarında uygulanabilecek alıştırmalar; terimleri metinde bulma ve not etme, eksik terimleri doldurma, yanlış kullanılan terimleri düzeltme, düzenleme çalışmaları yapma, zıt anlamlı ya da üst kavram alt kavram bulma, Mind Mapping alıştırmaları, sunum yapma, kişisel sözlük listesi ve öğrenme defteri oluşturulabilir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Verilerin analizinden sonra ön test ve son testteki başarı puanlarına bakılarak şu sonuçlar elde edilmiştir; Kolmogorov-Smirnov testinde, ön test ve son testte başarı puanları normallik göstermektedir. Araştırma verileri normal dağılım göstermesine rağmen, katılımcı sayısı yani deney ve kontrol grubu öğrenci sayıları 30'un altında olduğu için parametrik olmayan testlerden Mann Whitney U-testi ve Wilcoxon-İşaretli-Sıra testi yapılmıştır. Deney ve kontrol grubu ön test puanları ($u = 59,5$ $p > .05$) ve son test puanları ($u = 55$ $p > .05$) anlamlı bir fark göstermemektedir. Fakat deney grubunun ortalama değeri göz önüne alındığında, son testin (11,75) ortalama değeri ön teste göre (15,57) artmıştır. Bu nedenle alternatif alıştırmaların deney grubunda anlamlı bir fark gösterip göstermediğini anlamak amacıyla Wilcoxon-İşaretli-Sıra testi uygulanmıştır. Analiz sonuçları ön test ve son test arasında anlamlı bir farklılık göstermiştir. ($z = 2,668$, $p < .05$). Fark puanlarının sıra ortalaması ve toplamları dikkate alındığında, gözlenen bu farkın pozitif sıralar, yani son test puanı lehine olduğu görülmektedir. İstatistiksel veriler deney grubunun son testte kontrol grubuna göre daha başarılı olduğunu göstermektedir. Bu nedenle etkili ve kalıcı bir öğrenme için dersin öğretim elemanı tarafından yaratıcı ve çok yönlü planlanması, alternatif alıştırmaların kullanılması önemlidir. Çalışmanın bir diğer amacı da öğrenme sürecini etkileyen diğer faktörlerin belirlenmesidir. Alternatif alıştırmalar, günlük hayatta kullanılan diyaloglar, özgün ve soyut olmadığı için öğrencilerde başarılı bir öğrenmeyi gerçekleştirmiştir. Önceki bölümlerde söz edildiği üzere, öğrenme bireysel bir süreçtir ve her öğrenci kendi öğrenme sürecini kendisi yönetir. Her öğrencinin bireysel bir öğrenme stili, öğrenme alışkanlıkları ve öğrenme stratejisi vardır. Öğrenme atmosferi, öğrencinin sosyal koşulları, ders koşulları, öğrenci motivasyonu, öğrencinin çabası, yabancı dile karşı tutumu öğrenme sürecini etkilemektedir (Ludinova, 2008, s. 15). Öğrencinin derse katılımı büyük bir öneme sahiptir, derse aktif katılan öğrenciler, bireysel olarak bilgi öğrenmeye hazır öğrenciler, motivasyon ve derse olan ilgi başarıyı getirmektedir.

Öğreticinin öğretme motivasyonu önemlidir. Öğreticinin pozitif tutumu nedeniyle yabancı dil öğrenmeye istekli birçok öğrenci vardır. İşgüzel de aynı fikri savunmakla birlikte, turizm alanında yabancı dil öğrenimindeki sorunlara dikkat çeker ve öğrenci gruplarının ihtiyaçlarının dikkate alınmadığını söylemektedir. Yetersiz ders kitapları ve ders saatlerinin sorunlara yol açtığını ve bu nedenle öğrencilerin Almanca öğrenimine karşı yetersiz motivasyon geliştirdiğini söylemektedir (İşgüzel, 2013, s. 369)

Türkiye'de 18 turizm bölümünde Almanca zorunlu ikinci yabancı dil olarak, 33 bölümde seçmeli ikinci yabancı dil olarak verilmektedir. 31 bölümde diğer diller ikinci yabancı dil olarak yer almaktadır, 64 bölümde ikinci bir yabancı dil bulunmamaktadır. 23 bölümde ise herhangi bir bilgi yer almamaktadır. Türkiye'ye gelen Alman turist sayısı göz önüne alındığında, Türkiye'deki turizm bölümlerinde Alman dilinin önemi ortaya çıkmaktadır. Ülkemizde sayıca fazla turizm bölümü yer almasına rağmen niteliksiz yabancı dil eğitimi bu alanda var olan işsizlik probleminin neden olmaktadır. Yabancı dilin daha fazla yer aldığı bir eğitim, mezunların daha nitelikli olmasını sağlayacaktır. Bu noktada önerimiz, bölgelere ve turistlere göre yabancı dil eğitimi verilmesidir. Rus, Arap, Çin, Japon ya da Alman turistlerin yoğun olarak gittiği şehirlerde o yabancı dillere daha fazla önem verilmesi pozitif bir etki sağlayabilir. Mersin Üniversitesi Anamur ve Aydıncık Turizm yüksekokullarında Almanca hazırlık sınıfının olması ve 2 yıllık eğitim süreçlerinde Almanca derslerinin ders sayılarının fazla olması pozitif bir örnek teşkil etmektedir.⁴

Çalışmanın öğretimsel sonuçlarına baktığımızda, deney grubunda durum ve iletişim odaklı alternatif alıştırmalarla, görsellerle dersler desteklenmiştir. Alternatif alıştırmalarla farklı diyaloglar, bulmacalar, oyunlar, görseller, videolar, alt-üst kavram alıştırmaları, kelime kartları gibi alıştırmalar yapılmıştır. İş hayatlarında gerçekte karşılaşılabilecekleri diyaloglar ilgilerini çekmiş ve derse daha aktif katılım sağlamışlardır.

⁴ (<http://mersin.edu.tr/akademik/anamur-meslek-yuksekokulu/bolumler/otel-lokanta-ve-ikram-hizmetleri-bolumu/programlar/turizm-ve-otel-isletmeciligi-ikmephttp://mersin.edu.tr/akademik/aydincik-meslek-yuksekokulu/bolumler/iktisadi-ve-idari-programlar-bolumu/programlar/turizm-ve-otel-isletmeciligi> Erişim: 4.3.2018).

Bu bölümlerde ders veren öğretim elemanlarının temel Almanca bilgisinin yanı sıra, mesleki Almanca bilgisine de sahip olmaları gerekmektedir. Fakat sayı ve kalite açısından yetersiz kalan ders kitapları öğretim elemanlarını zorlamaktadır.

Öğrencilerin yabancı dilin önemi konusundaki bilinçsizlikleri de, bu alanda yabancı dil eğitimini zorlaştıran etmenlerden birisidir. Turizm uluslararası bir alandır ve bir ya da birden fazla dili bilme, bu alanda öğrencileri iş bulma konusunda şanslı duruma getirmektedir. Alanda staj ya da iş tecrübesi olan öğrenciler sözlü ifadelerinde sürekli olarak yabancı dil bilen personelin bu alanda şanslı olduğunu dile getirmektedir.

Ataş ve Genç otel çalışanları ve turistlerle yaptıkları çalışmada, yabancı dil problemlerine dikkat çekmişler ve Türk otel çalışanlarının genel olarak Almanca bilgisinin yetersiz olduğunu ve bu nedenle iletişim bozukluklarının ortaya çıktığını söylemektedirler (Ataş & Genç, 2017, s. 453). Genel olarak yüksekokullardaki 2 yıllık eğitim süresi ve yabancı dil ders saatlerinin yetersiz olması, bu alanda öğrenim gören öğrencileri dezavantajlı konuma düşürmektedir. Bu bölümlerde yabancı dile daha fazla önem verilmesi gerekmektedir, çünkü bu alanda yabancı dil hayati öneme sahiptir. Mezunlar çalıştıkları işyerlerinde turistlerle sürekli olarak iletişimde bulunmaktadırlar.

Türkiye'deki turizm bölümleri araştırıldığında, diğer dersleri hakkında net bir bilgiye sahip olunabilirken, yabancı dil dersleri hakkında bilgi edinilememiştir. Yabancı dil derslerinde müfredatın belirlenmesi ile dersler daha iyi bir şekilde şekillendirilebilir. Ayrıca bu alanda ders hedeflerinin ve ders içeriklerinin de belirlenmesi önemlidir. Amiradis de aynı düşünceyi ifade eder, ilgili alanda ders hedeflerinin belirlenmesi gerektiğini ileri sürer. Bunlar ders içeriklerini, materyali ve yöntemi belirleyebilir (Amiradis, 2011, s. 72).

Roca ve Bosch da aynı düşünceleri şöyle ifade etmektedir, öğrenciler iş hayatında olabilecek gerçek iletişim durumlarına hazırlanmalıdır, alıcı becerileri ve sözlü iletişim durumları derste ön planda olmalı, öğrenciler müşterilerin sorularına, ricalarına ve şikâyetlerine cevap verebilmeli, bilgi verebilmeli, düşüncelerini ifade edebilmeli, hizmetler ve ürünler hakkında bilgi verebilmelidir (Roca & Bosch, 2005, s. 81).

Sadece Almanca değil birinci yabancı dil olarak İngilizce dersleri de bu bölümlerde yetersiz sayıda yer almaktadır (krş. Altürk & Yel, 2016, s. 147).

Sadece alternatif alıştırmaların başarıya götürmeyeceği daha önce ifade edilmişti, diğer öğrenme koşulları da sağlanmalıdır. Öğreticinin öğretim metodu da bu alanda önemlidir.

Alanla ilgili kaynak araştırması sırasında, Alman yayınevlerinin kitaplarının Türk öğrencilerin ihtiyaçlarıyla örtüşmediği, Türk yayınevlerinden çıkan bazı kitapların eski olması, bu alanda var olan sorunlardan biridir. Acar ve Tan da ders kitaplarıyla ilgili bazı önerilerde bulunmuş ve şunları ifade etmişlerdir: "Ders kitapları alana yönelik olmalı, konular ve kelimeler de alana yönelik olmalıdır, özellikle konuşma ve dinleme becerilerine önem verilmeli, kültürlerarası etkileşimi sağlamak ve ön yargıları engellemek amacıyla ülke bilgisine yer verilmelidir" (Acar & Tan, 2017, s. 654).

Alanla ilgili bir diğer öneri de YÖK'ün bu bölümleri cazip kılması, öğrencilere daha fazla yurt dışı staj imkânı sunulmasıdır. Ayrıca Ördek ve Bolat'ın da dikkat çektiği üzere, Almanca Öğretmenliği bölümlerine seçmeli mesleki Almanca derslerinin konulması gerekmektedir (Ördek & Bolat, 2016, s. 114-115).

KAYNAKLAR

- Acar, K., Tan, E. & Balcı, U. (2017). Tourism oriented German foreign language study books analysis on intercultural competence, *International Journal of Languages Education and Teaching*, 5(1), 651-672 doi number: 10.18298/ijlet.1731
- Akgöz, E. & Gürsoy, G. (2014). Turizm eğitiminde yabancı dil öğrenme, istek ve kararlılıkları: Selçuk Üniversitesi Beyşehir örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 2(1), 21-35.
- Altürk, A., Yel, G., Arık Y. & Balcı, U. (2016). Turizm fakülte ve yüksekokullarında yabancı dil eğitimi. *Turkish Studies*, 11(3), 139-150. Doi Number: <http://dx.doi.org/10.7827/TurkishStudies.9201>
- Amiradis, C. (2010). German language courses for special purposes in the Greek higher tourism education. *Tourism Research Institute, 2nd International Conference on Tourism and Hospitality Management*, Athens, Greece, 387-412.

- Amiradis, C. (2011). Die Fachsprache des tourismus: Charakteristika und Anwendungsbereiche. *Zeitschrift für die Regionale Wissenschaft*, II, 57-73.
- Amiradis C., Ladias C. & Psarriou W. (2011). *Didaktik des fachbezogenen Fremdsprachenunterrichts in der Tourismusausbildung*, Zeitschrift für die Regionale Wissenschaft Vol.II;Athens , 75-86.
- Ataş, D. & Genç, A. (2017). Deutsch als Fremdsprache im Tourismus: Empirische Untersuchungen zur Kommunikation in der Tourismusbranche, *SEFAD*, 217 (38), 433-456 <https://doi.org/10.21497/sefad.377459>
- Bimmel, P. & Rampillon, U. (2000). *Lernerautonomie und Lernstrategien*. Langenscheidt Verlag.
- Bohn, R. (2013). *Probleme der Wortschatzarbeit*. Langenscheidt Verlag.
- Davras, G. & Bulgan, G. (2012). Meslek Yüksekokulu (MYO) Öğrencilerinin İngilizce hazırlık eğitimine yönelik tutumları: Isparta MYO turizm ve otel işletmeciliği örneği. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 13 (2), 227-238.
- Gudehus, C. Eichenberg, A. & Welzer, H. (2010). *Gedächtnis und Erinnerung Ein interdisziplinäres Handbuch*. Springer Verlag Stuttgart.
- <http://mersin.edu.tr/akademik/anamur-meslek-yuksekokulu/bolumler/otel-lokanta-ve-ikram-hizmetleri-bolumu/programlar/turizm-ve-otel-isletmeciligi-ikmep><http://mersin.edu.tr/akademik/aydincik-meslek-yuksekokulu/bolumler/iktisadi-ve-idari-programlar-bolumu/programlar/turizm-ve-otel-isletmeciligi> Erişim: 4.3.2018).
- <https://www.duden.de/rechtschreibung/Fachausdruck> Erişim: 14.12.2018
- <http://lexikon.stangl.eu/9382/spacing-effect-intervall-effekt/> Erişim:3.3.2018).
- <https://www.tursab.org.tr/tr/turizm-verileri/istatistikler> Erişim: 20.11.2017
- Huneke, HW & Steinig W. (2010). *Deutsch als Fremdsprache Eine Einführung*. Erich Schmidt Verlag.
- İşigüzel, B. (2013). Turizm işletmeciliği ve otelcilik programlarındaki mesleki Almanca dersleri üzerine bir araştırma, *E-Journal of New World Sciences Academy*, 363-371 Doi Number: <http://dx.doi.org/10.12739/NWSA.2013.8.4.4C0174>
- Kontutyte, E. (2017). *Einführung in die Fachsprachenlinguistik*, Vilniaus universiteto leidykla.
- Ludinova, L. (2008). Diplomarbeit, *Lerntypengerechte Wortschatzarbeit im Deutschunterricht für Erwachsene*, Masaryk Universität, Brno.
- Masum, MN (2012) *.Das mentale Lexikon*. Tectum Verlag.
- Ördek, E., & Bolat, H. (2016). *Yabancı dil öğretim yöntemlerinin turizm için mesleki Almanca öğretimindeki yeterliliği*, *Diyalog* 2016/2, 104-115.
- Rampillon, U. (1996). *Lerntechniken im Fremdsprachenunterricht*. Max Hueber Verlag.
- Rincke, K. (2010). *Alltagssprache, Fachsprache und ihre besonderen Bedeutungen für das Lernen*. Zeitschrift für Didaktik der Naturwissenschaften, Jg. 16, 235-260.

- Roca F. & Bosch G. (2005). Deutsch für den Tourismus im Spannungsfeld zwischen Gemein-Berufs- und Fachsprache. *Journal of Research and Innovation in the Language Classroom*, 79-85.
- Selimi, N. (2014). *Wortschatzarbeit konkret Eine didaktische Ideenbörse für alle Schulstufen*. Schneider Hohengehren Verlag.
- Serindağ, E. (2017). *Wortschatzlernen im Fremdsprachenunterricht: Ein Vorschlag anhand von gehirngerechtem Lernen*. in Schriften zur Sprache und Literatur IJOPEC Publication, 130-139.
- Ulrich, W. (2013a). *Wissenschaftliche Grundlagen der Wortschatzarbeit im Fachunterricht*, Berlin; In: Materialien zur Sprachbildung und Leseförderung. Hrsg. v. Senatsverwaltung für Bildung, Jugend und Wissenschaft, 307-330.
- Ulrich, W. (2013b). *Wortschatzerweiterung und –vertiefung*, Braunschweig; Westermann Verlag.
- Ulrich, W. (2013c). *Wörter Wörter Wörter-Wortschatzarbeit im muttersprachlichen Deutschunterricht*, Schneider Hohengehren Verlag.

Yazar Katkı Oranı

Araştırma hipotezlerinin oluşturulması ve uygun yöntemin seçimi başta olmak üzere 2. yazarın araştırmaya katkısı %30'dur. Araştırmanın diğer süreçleri için birinci yazarın katkı oranı %70'tir.

YAPAY ZEKÂ TEKNOLOJİLERİNİN KALİTE MALİYETLERİ ÜZERİNE ETKİSİ*

Demet EVER¹, Elif N. DEMİRCİOĞLU²

Makale Bilgisi

Kavramsal Makale

DOI: 10.35379/cusosbil.1023004

Makale Geçmişi:

Geliş 13.11.2021

Düzeltilme 13.01.2022

Kabul 18.01.2021

Anahtar Kelimeler:

Yapay Zekâ,

Kalite Yönetimi,

Kalite Maliyetleri.

ÖZ

Yapay zekâ teknolojilerinin gelişmesiyle birlikte, işletmeler için dijital dönüşüm gerekli hâle gelmiştir. Artan rekabet ortamında işletmelerin, sürdürülebilir olmayı hedefleyerek, maliyetleri azaltmak ve kârlılığı artırmak için yeni fırsatlar keşfetmek üzere yapay zekâ teknolojilerine yatırım yapmaları önemli olmaktadır. İşletmeler, yapay zekâ teknolojilerini üretim planlama, iyileştirme ve kalite kontrol faaliyetlerinde kullanarak verimliliklerini arttırmayı ve mevcut sorunlara en kısa zamanda çözüm üretmeyi amaçlamaktadırlar. Bu modern teknolojilerin kullanıldığı işletmelerde geleneksel maliyet sistemleri yetersiz kalabilmekte ve bu nedenle yeni yöntemlere duyulan ihtiyaç artmaktadır. Bu ihtiyaç doğrultusunda maliyet/yönetim muhasebesi alanında çağdaş bir yaklaşım olan kalite maliyetleri önem arz etmektedir. Zira yapay zekâ destekli kalite yönetim sistemlerinin endüstrilerde yaygın olarak tasarlanması ve uygulanmasıyla, kaliteye yönelik faaliyetlerin iyileştirilerek, hataların erken tespit edilmesi ve ortadan kaldırılması suretiyle kalite maliyetleri azaltılabilmektedir. Böylelikle yapay zekâyâ muhasebe perspektifinden bakıldığında, kalite maliyetleri modellerinin avantajlarını ve işletmelerin dijital dönüşümünü teşvik etmedeki rollerini incelemek önemli olmaktadır. Bu kapsamda bu çalışmada yapay zekâ teknolojilerinin kalite maliyetleri üzerine etkisini ortaya koymak amaçlanmıştır. Bu doğrultuda yapay zekâ teknolojilerinin kalite yönetim sisteminde kullanılmasıyla ortaya çıkan faaliyetlerin, kalite maliyetleri üzerine etkileri teorik olarak ortaya konulmuştur.

THE EFFECT OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE TECHNOLOGIES ON QUALITY COSTS

Article Info

Conceptual Article

DOI: 10.35379/cusosbil.1023004

Article History:

Received 13.11.2021

Revised 13.01.2022

Accepted 18.01.2021

Keywords:

Artificial Intelligence,

Quality Management,

Quality Costs.

ABSTRACT

Along with the development of artificial intelligence technologies, digital transformation has become crucial for companies. In an increasingly competitive environment, artificial intelligence technologies investment is significant for companies to discover new opportunities for reducing costs and increasing profitability while aiming at sustainability. Companies intend to increase their efficiency and find solutions to existing problems as soon as possible by using artificial intelligence technologies in production planning, improvement and quality control activities. Quality management systems can be used more effectively and efficiently by means of the ability of artificial intelligence technologies to detect, recognize, analyze, predict and make decisions. For companies where these modern technologies have been used, traditional cost systems may be insufficient and therefore the need for new methods increases. Because of this necessity, quality costs, which is a contemporary approach in the field of cost/management accounting, are important. With the widespread design and implementation of artificial intelligence supported quality management systems in industries, quality costs can be reduced by improving quality-oriented activities and early detection and elimination of errors. Thus, from an accounting perspective, it is important to examine the advantages of quality cost models and their role in promoting the digital transformation of companies. Within this context, it is aimed to reveal the effect of artificial intelligence technologies on quality costs in this study. Accordingly, the effects of the activities on quality costs which have been emerged with the use of artificial intelligence technologies in the quality management system have been theoretically exposed.

* Bu çalışma, Tarsus Üniversitesi Uygulamalı Bilimler Fakültesi ev sahipliğinde 8-9 Ekim 2021 tarihlerinde online olarak gerçekleştirilen I. Uluslararası Dijital İşletme, Yönetim ve Ekonomi Kongresi'nde (ICDBME2021) sözlü bildiri olarak sunulmuştur. Yazarlar çalışmanın etik kurallara bağlı olarak hazırladığını taahhüt eder.

¹Öğr. Gör., Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi, everdemet@gmail.com, ORCID: 0000-0002-9790-3569.

²Doç. Dr., Çukurova Üniversitesi, İşletme Bölümü, elunal@cu.edu.tr, ORCID: 0000-0001-9711-2081.

Alıntılanmak için/ Cite as: Ever, D., Demircioğlu, E.N. (2022), Yapay Zekâ Teknolojilerinin Kalite Maliyetleri Üzerine Etkisi, Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 31 (1), 59-72.

GİRİŞ

Günümüzde işletmeler daha rekabetçi ve sürdürülebilir olmayı hedefleyerek, gelir artışı, maliyetleri azaltma ve yeni değer yaratma yoluyla kârlılığını artırmak için yeni fırsatlar keşfetmektedirler (Stancheva-Todorova, 2018, s.126). Bunun için de Endüstri 4.0'a uygun bir şekilde hareket etmektedirler ki Endüstri 4.0, endüstriyel üretim sistemlerinde meydana gelen yeni teknolojik gelişmeyi ifade etmekte olup, yapay zekâ, nesnelerin interneti, siber-fiziksel sistemler, büyük veri ve bulut bilişimin endüstriyel sistemlere entegre edilmesinin bir sonucu olarak gelişmiştir (Sader, Husti & Daróczy, 2019, s. 131). Endüstri 4.0'ın ortaya çıkmasıyla birlikte işletmeler, mühendislik faaliyetleri, üretim uygulamaları, üretim süreçleri ve teknolojiler büyük bir değişim geçirmiştir (Sony, Antony & Douglas, 2020, s. 2). Endüstri 4.0, endüstrinin tüm sektörlerinde veri toplayan ve tekrarlayan işlemlerin otomatik olarak yürütülmesine neden olan, bu görev için robotlar ve yapay zekâ kullanan farklı teknolojik araçların uygulanmasını teşvik etmektedir (Souza, Corsi, Pagani, Balbinotti & Kovaleski, 2021, s. 1).

Yapay zekâ özellikle, Endüstri 4.0'ın yeni nesil fabrikalar ve üretim yöntemleriyle, teknolojik ilerlemelerin sanayide yarattığı etkilerin bir sonucu olarak giderek değer görmekte ve dikkat çekmektedir (Gür, Ayden & Yücel, 2019, s. 140; Gökten, 2018, s. 881). Ayrıca yapay zekâ, sürdürülebilir kalkınmanın sağlanmasında önemli bir rol oynayabilmektedir (Buchmeister, Palcic & Ojstersek, 2019, s. 81). Yapay zekâ teknolojisi, akıllı üretim alanında yeni modellerin, araçların, sistem tasarımlarının ve teknolojik sistemlerin geliştirilmesini kolaylaştırmaktadır (Li, Hou, Yu, Lu & Yang, 2017, s. 87). Yapay zekâyâ dayalı üretim, enerji ve kaynak dostu bir üretim olup, sanayi şirketlerinin ekonomik olarak çalışması ve rekabetçi kalması için önemli bir performans göstergesi olmaktadır (Buchmeister & diğerleri, 2019, s. 81).

Gelecekte işletmelerin üretim sistemlerinin tanınmayacak hâle geleceği öngörülmektedir (Buchmeister ve diğerleri, 2019, s. 1). Yapay zekâ, üretim sistemlerinde gelecekte beklenen değişikliklerin temel nedeni olmaktadır ki yapay zekânın hâkim olduğu bir geleceğe hazırlanmak bu noktada çok önemlidir (Buchmeister ve diğerleri, 2019, s.1). Bu doğrultuda Çin, son yıllarda akıllı üretim açısından teknolojilerde ve endüstride ilerlemeye örnek olarak verilebilmektedir (Li ve diğerleri, 2017, s.93). Yapay zekâ teknolojileri, kaliteyi ve verimliliği artırmak amacıyla hem imalat hem de hizmet sektörü olmak üzere birçok endüstride uygulanmaktadır (Lee, Lee & Kim, 2019, s. 3). Kaliteyi iyileştirmek için teknolojinin kullanımı önemlidir çünkü kültür, liderlik, işbirliği ve uyumdaki değişiklikleri kolaylaştırmaktadır (Lee ve diğerleri, 2019, s. 3). Yapay zekâ, uzmanlık eksikliğinden karar vermedeki karmaşıklığa, entegrasyonla ilgili sorunlar ve aşırı bilgi yüküne kadar sektörde karşılaşılan birçok zorluğun üstesinden gelmeyi kolaylaştırmaktadır (Buchmeister ve diğerleri, 2019, s. 8).

Muhasebe alanındaki yapay zekâ uygulamalarının geçmişi 1980'lere kadar dayanmakta olup, akademisyenler ve uygulayıcılar tarafından denetim, vergilendirme, finansal muhasebe, yönetim muhasebesi alanlarında yapay zekâ uygulaması üzerine araştırmalar yapılmıştır (Stancheva-Todorova, 2018, s. 126). Ancak maliyet muhasebesi alanındaki araştırmalar sınırlı sayıda olup, üretimde yapay zekâ kullanımı ile sabit yatırımlar artacağından, endirekt maliyetlerinin takibi bu noktada önem arz etmektedir. Endirekt maliyetlerdeki çeşitlilik, üretim hızına bağlı olarak yarı mamul stoklarının azalması ve kalitenin ön plana çıkması ürün maliyetlerinin izlenirken kalite maliyetlerinin tespitinin önemini ortaya koymuştur. Bu doğrultuda işletmeler üretim sürecindeki faaliyetleri takip ederek, faaliyetlerle maliyetleri karşılaştırma yoluyla ürüne değil, faaliyetlere odaklanmanın gerekliliğini anlamışlardır (Gökten, 2018, s. 887). Yapay zekânın durmaksızın gelişmesi ve makineleşme derecesinin sürekli iyileştirilmesi ile birlikte, işletmelerin ürün üretimi giderek daha verimli hâle gelmekte, bununla birlikte her bir ürünün maliyet yapısı da değişmektedir (Ren & Guo, 2019, s. 131). Bu durumda doğru kararlar alabilmek için uygun maliyet muhasebesi yöntemlerinin uygulanması ve bu yöntemlerin çağın ihtiyaçlarına göre ayarlanması ve yenilenmesi gerekmektedir (Ren & Guo, 2019, s. 131). Bu çalışmanın amacı, yapay zekâ teknolojilerinin ürün maliyet yapılarını değiştirdiği ve bu kapsamda modern maliyet/yönetim muhasebesi yöntemlerine olan ihtiyaçtan hareketle, yapay zekâ teknolojilerinin kalite maliyetleri üzerine etkisini teorik açıdan ortaya koymaktır. Bu kapsamda öncelikle yapay zekâ kavramının ne olduğu açıklanarak, üretimde yapay zekâ kullanımından bahsedilmiş, ardından yapay zekâ ile kalite maliyetleri arasındaki ilişkinin önemi ele alınmıştır.

1. Yapay Zekâ Kavramı

Bu disiplinin öncüsü, 1950'de makinelerin düşünebileceği fikrini geliştirmeye başlayan İngiliz matematikçi ve mantıkçı Alan Turing'dir (<https://hackernoon.com>). Ancak yapay zekâ terimi John McCarthy, Marvin Minsky, Nathaniel Rochester ve Claude Shannon tarafından "Yapay zekâda Dartmouth yaz araştırma projesi için bir öneri" (A Proposal For The Dartmouth Summer Research Project On Artificial Intelligence) adlı çalışma ile ilk kez 31 Ağustos 1955'te ortaya atılmıştır (McCarthy, Minsky, Rochester & Shannon, 2006, s. 12; Brynjolfsson

& Andrew, 2017, s. 4; Bibel, 2014, s. 92; Öztürk & Şahin, 2018, s. 23; Wang, 2019, s. 7). Bu nedenle McCarthy ve arkadaşları yapay zekânın öncüleri olarak kabul edilmekle birlikte üç araştırma merkezi kurarak yapay zekânın temelini büyük ölçüde şekillendirmişlerdir (Wang, 2019, s. 7). Literatürde yaygın kabul gören bir "Yapay Zekâ (Artificial Intelligence-AI)" tanımı olmayıp, yapay zekâ birden fazla alana uygulanabilen bir teknik olup, disiplinler arası bir kavram olarak ele alınabilmektedir (Whitby, 2003, s. 19; Sucu & Ataman, 2020, s.40; Gacar, 2019, s. 390; Wang, 2019, s. 1). Literatürde birçok yazar tarafından farklı alanlarda çok fazla sayıda yapay zekâ tanımı söz konusu olup, yapay zekânın temelini matematik ve bilgisayar bilimi olduğunu söyleyebilmek mümkündür (Assen, Banerjee & De Cecco, 2020, s. 3). Mühendislik bakış açısından, yapay zekânın şimdiye kadar insanlar tarafından çözülen soruları otomatik olarak çözen prosedürler üretmekle ilgili olduğu öne sürülmektedir (Schalkoff, 1990, s. 2). Makineler tarafından sergilenen zekâ olarak tanımlanan yapay zekâ, bilgisayar biliminde, "akıllı ajanlar" olarak nitelendirilmekte olup, çevresini algılayan ve bir hedefte başarı şansını en üst düzeye çıkaran eylemlerde bulunan herhangi bir cihazdır (Ongsulee, 2017, s. 1). Halk dilinde ise yapay zekâ; bir makinenin, insanların "öğrenme" ve "problem çözme" gibi diğer insan zihinleriyle ilişkilendirdiği "bilişsel" işlevleri taklit eden uygulamalar olarak nitelendirilebilmektedir (Ongsulee, 2017, s. 1).

Literatürde yapay zekâ terimini ilk kez ortaya atan olarak kabul edilen John McCarthy, (Brynjolfsson & Andrew, 2017, s. 4; Gacar, 2019, s. 390), yapay zekâyı, akıllı makineler, özellikle akıllı bilgisayar programları yapma bilimi ve mühendisliği olarak tanımlamıştır (McCarthy, 2004, s. 2). Yapay zekâ, makineleri akıllı hâle getirmeye yönelik bir faaliyetir (Nilson, 2009). Genesereth ve Nilson'a göre yapay zekâ, akıllı davranışlar üzerine yapılan çalışmadır ki temel hedefi doğadaki varlıkların akıllı davranışlarını yapay olarak üretmeyi amaçlamaktadır (Nabiyev, 2012, s. 25). Yapay zekâ, insan zekâsını anlamak için bilgisayarların kullanılması gibi görevlerle ilgilidir (McCarthy, 2004, s. 2). Schalkoff (1990, s. 2), yapay zekâyı, akıllı davranış bilişimsel süreçler açısından açıklamaya ve taklit etmeye çalışan bir çalışma alanı olarak tanımlamıştır. Görülmektedir ki yapay zekâ ile ilgili çalışmalar akıllı davranışlar üzerine olup, buradaki temel hedef doğadaki varlıkların akıllı davranışlarını yapay olarak üretmeyi amaçlayan bir kuramın oluşturulmasını sağlamaktır (Aylak, Oral & Yazıcı, 2021, s. 76).

Yapay zekâ, bilgisayarların insan zekâsını taklit etmesini sağlayan herhangi bir tekniğe uygulanmakta ve makine öğrenmesi ve derin öğrenmeyi kapsamaktadır (Stancheva-Todorova, 2018, s. 126). Literatürde yapay zekâ, makine öğrenmesi ve derin öğrenme terimleri genellikle birbirinin yerine kullanılmaktadır ki bu terimler işletmeler için ayrılmaz bir hâle gelmiştir (Reese, 2017, s. 1-3; Du-Harpur, Watt, Luscombe & Lynch, 2020, s. 424; Aylak ve diğerleri, 2021, s. 76). Öyle ki makine öğrenmesi ve derin öğrenme, yapay zekânın bir alt alanı olmaktadır (Reese, 2017, s. 1-3). Aylak ve arkadaşları (2021, s. 76) makine öğrenmesinin yapay zekânın alt kümesi, derin öğrenmenin ise, makine öğrenmesinin bir alt kümesi olduğunu açıklamıştır. Yapay zekâ, makine öğrenmesi ve derin öğrenme her ne kadar birbirinin yerine kullanılmış olsa da bunlar arasında farklılıklar bulunmaktadır. Öyle ki makine öğrenmesi, analitik model oluşturma sürecini otomatikleştirmek ve ilgili görevleri çözmek için probleme özel eğitim verilerinden öğrenme sistemlerinin kapasitesini tanımlar iken, derin öğrenme, yapay sinir ağlarına dayalı bir makine öğrenmesi kavramıdır (Janiesch, Zschech & Heinrich, 2021, s. 1). Du-Harpur ve arkadaşları (2020, s. 424) ise makine öğrenmesini, verilerden öğrenmek için programlanmış algoritmalar ve istatistiksel modeller olarak; derin öğrenmeyi ise, ayarlanabilir ağırlıklara sahip çok katmanlı 'nöronlar' içeren bir sinir ağı olarak ifade etmişlerdir.

2. Üretimde Yapay Zekâ Kullanımı

Son yıllarda, özellikle makine öğrenmesi ve derin öğrenme teknolojilerinde bir dizi atılımın eşlik ettiği yapay zekâ teknolojilerinden sağlık, ulaşım, eğitim, e-ticaret, ev hayatı gibi pek çok alanda milyarlarca insan yararlanmaktadır (Yang, Wang & Zhou, 2019, s. 15). Günümüzde artık işletmelerde yapay zekâ, akıllı sensörler, akıllı robotlar ve diğer akıllı bakım yönetiminin birçok yeni örneği bulunabilmektedir (Lee ve diğerleri, 2019, s.3). Üretim endüstrisinin gelişiminin mevcut aşaması Endüstri 4.0 ile ilgili olmaktadır ki büyük veri ve veri bilimi alanında analitik uygulamalar, üretimin tüm aşamalarında tahminleme, "Nesnelere İnterneti" kavramı çerçevesinde endüstrinin hem iç hem de dış çevre ile etkileşimi, otomatik üretimden "Akıllı Üretim"e geçiş ve üretimde yapay zekânın kullanımı giderek yaygınlaşmaktadır (Pipiay, Chernenkaya & Mager, 2021, s. 1033).

Üretim işletmelerinde yapay zekânın kullanılması, işletmelerin faaliyetlerini tamamen dönüştürmesini sağlamaktadır (Buchmeister ve diğerleri, 2019, s.9). Buchmeister ve arkadaşları (2019, s. 9) üretim işletmelerinde yapay zekâ teknolojilerinin kullanılması ile aşağıdaki faydaların sağlanabileceğini açıklamışlardır;

- Robotlar, üretim hattında 7/24 çalışabilmektedir ki bu durum işletmelerin üretim yetenekleri açısından genişlediklerini ve dünya çapındaki müşterilerin yüksek talebini karşılayabildiklerini göstermektedir.

• Yapay zekâya doğru atılan bir adım, daha az insan kaynağının tehlikeli ve aşırı zahmetli işler yapması gerektiği anlamına gelmektedir ki bu durumda robotlar insanların yerini alarak riskli faaliyetler gerçekleştirdikçe, işyeri kazalarının sayısı da azalmaktadır.

• Yapay zekâyı üretim endüstrisine getirmek büyük bir sermaye yatırımı gerektirse de, yatırımın getirisini önemli ölçüde artırmaktadır.

Gelecekte yapay zekâ teknolojileriyle birlikte üretim endüstrisindeki sistemlerin neredeyse tamamının makineler tarafından kontrol edileceği düşünülmektedir ki bu kapsamda geleneksel üretim yöntemleri yerine üretimde yapay zekâ ile şekillenen otomasyon sistemlerinin kullanılacağı öngörülmektedir (<https://www.ifs.com>). Yapay zekâ teknolojileri akıllı üretimi kolaylaştırmakta, işletmeler için yüksek verimli, yüksek kaliteli, uygun maliyetli ve çevre dostu bir hizmet sağlamaktadır ki bu nedenle üretim işletmelerinin pazardaki rekabet gücünü artırmaktadır (Li ve diğerleri, 2017, s.87). Yapay zekâ alanındaki konuşma tanıma veya makine çevirisi, doğal dil işleme, görüntü tanıma, algılama ve sınıflandırma ile bilgisayarla görme gibi bazı önemli yetenekler sayesinde uygulamada kolaylık sağlayabilmektedir (Buchmeister ve diğerleri, 2019, s.3). Bu doğrultuda üretimde yapay zekâ teknolojilerinin kullanımı işletmelere birçok avantaj sağlamaktadır ki bunlar aşağıdaki gibi sıralanabilmektedir (<https://www.konzek.com>);

- Kalite kontrol faaliyetlerini kolaylaştırmakta,
- Tasarım süresini kısaltmakta,
- Malzeme israfını azaltmakta,
- Kestirimci bakım gerçekleştirmekte,
- Üretim hattını geliştirmekte,
- Hızlı bir şekilde ve verilere dayalı kararlar verilebilmekte,
- Üretim süreçleri optimize edilebilmekte,
- Operasyonel maliyetler en aza indirilebilmekte,
- Müşteri hizmetleri iyileştirilebilmekte,
- Ürünlerin daha kaliteli ve düşük maliyetle üretilmesinde etkili olabilmektedir.

2000'li yıllarda gerçekleşen teknolojik gelişmelerle birlikte yapay zekâ teknolojileri hızlı bir gelişme göstermiştir ki; ses tanıma, görüntü işleme ve tarama, veri işleme sayısında ve hızındaki artış, bulut depolama, makine öğrenmesi bu yıllarda yaşanan en büyük teknolojik gelişmelerdendir (Taş & Mert, 2019, s. 66). Yapay zekânın görevlerini ve algoritmalarını; sınıflandırma, bölümlendirme (segmentasyon), anomali tespiti, gürültü arındırma ile veri kalitesi ve miktarı olarak sıralanmaktadır (Assen ve diğerleri, 2020, s.4-6). Yapay zekâ teknolojileri; uzman sistemler, yapay sinir ağları, genetik algoritmalar ve bulanık mantık gibi, geniş bir kullanım alanına sahip olmaktadır (Versace Bhatt, Hinds & Shiffer, 2004, s. 417). Pham ve Pham (1999, s. 937), çalışmalarında bilgi tabanlı sistemler, bulanık mantık, tümevarımsal öğrenme, sinir ağları ve genetik algoritmalar olmak üzere mühendislik problemlerine en uygun beş yapay zekâ tekniğini ele alarak incelemişlerdir.

Hiç şüphe yok ki imalat sektörü, yapay zekâ teknolojisinin uygulanmasında öncülük etmektedir (Buchmeister ve diğerleri, 2019, s. 4). Yenilik ve teknoloji ile desteklenen imalat sanayi, pazar gereksinimleri doğrultusunda daha kaliteli ürünler üretmek için daha sofistike üretimi benimseyeceklerdir (Ren & Guo, 2019, s. 131). Üreticiler, planlanmamış arıza sürelerindeki önemli kesintilerden daha iyi tasarlanmış ürünlere kadar, verimliliği, ürün kalitesini ve çalışanların güvenliğini artırmak için yapay zekâ destekli uygulamalar kullanmaktadır (Buchmeister ve diğerleri, 2019, s. 4). Kesici ve Yıldız (2016, s. 311), kalite iyileştirme sürecinde *Uzman Sistemler, Yapay Sinir Ağları, Bulanık Mantık, Genel Algoritmalar* olmak üzere dört farklı yapay zekâ tekniği olduğunu ifade etmişlerdir.

Uzman Sistemler (Expert Systems); yapay zekânın bir alt dalı olan, bilgi tabanlı bir karar destek sistemidir (Erkalan, Calp & Şahin, 2012, s.50). Bu sistemlerin geliştirilmesindeki amaç, uzmanların belli bir alandaki bilgi ve deneyimlerinin bilgisayar programlarına aktarılmasıdır (Kazu & Özdemir, 2009, s. 461). Bu yüzden uzman sistemler, uzmanlık seviyesine sahip bir insanın karar verebilme yeteneğini taklit eden bilgi tabanlı bir yapay zekâ uygulaması olarak nitelendirilmektedir (Başoğlu & Bulut, 2017, s. 577). Karmaşık bir sistemde, ancak alanında uzman bir insanın çözebileceği karmaşık problemlerin bilgisayar yazılımları ile çözümlenebilmesine imkân sağlanmakta olup, muhakeme ve karar verme işlemleri modellenmektedir (Erkalan ve diğerleri, 2012, s. 50; Kaya & Engin, 2005, s. 106).

Yapay Sinir Ağları (Artificial Neural Networks); insan beyninin bilgi işleme şekline esinlenerek geliştirilen bir teknik olan yapay sinir ağları, insanın düşünme ve gözleme gibi yetenek gerektiren problemleri, matematiksel modellerle kurarak yapay ortamda çözebilmektedir (Başoğlu & Bulut, 2017, s. 577). Yapay

sinir ağları, deneyimlerden öğrenme, benzer durumlar için genellemeler yapma ve geçmişte karşılaşılan kötü sonuçların olduğu durumları değerlendirme gibi nöroloji ile ilgili performans göstermeye çalışan algoritmalar uygulamaktadır (Meireles, Almeida & Simões, 2003, s. 585). Yapay sinir ağları, tam ve doğru olmayan verilerle ilgili kararlar verirken genelleme yapma yeteneğiyle, fonksiyonel tahmin ve sistem modellemeyen (fiziksel süreçlerin iyi anlaşılması veya oldukça karmaşık olduğu durumlarda), örüntü tanıma cihazlarına ve güçlü sınıflandırıcılara kadar birçok endüstriyel probleme uygulanmaktadır (Meireles ve diğerleri, 2003, s. 585).

Bulanık Mantık (Fuzzy Logic); çeşitli nedenlerden dolayı tam olarak modellenemeyen veya kesin bir durum ifade edemeyen problemlerin incelenmesinde ve çözümlenmesinde kullanılabilen bir yaklaşımdır (Aytaç, 2006, s. 46). Bulanık küme teorisine dayanan bulanık mantık, insan mantığında olduğu gibi; uzun-kısa, sıcak-soğuk, hızlı-yavaş, siyah-beyaz yerine çok uzun-uzun-orta-kısa-çok kısa gibi ara değerlere göre çalışmaktadır (Kazu & Özdemir, 2009, s. 461). Sistemlerin ve modellerin tanımlanmasında ve kontrol edilmesinde geniş çapta kullanılan bir sistemdir (Uygunoğlu & Yurtçu, 2006, s. 62).

Genetik Algoritmalar (Genetic Algorithm); geleneksel yöntemlerle çözümlenebilmesi zor ya da imkânsız olan problemlerin çözümünde kullanılan yapay zekânın bir alt dalıdır (Kazu & Özdemir, 2009, s. 461). Canlı sistemlere benzer bir şekilde öğrenen yazılım programlarıdır (Pirim, 2006, s. 89). Genetik algoritma, Darwin'in evrim kuramında var olan doğada en iyinin yaşaması kuralından esinlenerek oluşturulan, bir veri kümesinden özel bir veriyi bulmak için kullanılan bir arama yöntemidir (Kazu & Özdemir, 2009, s. 461).

İşletmeler, yapay zekâ tekniklerini üretim planlama, kalite planlama, kalite kontrol gibi alanlarda kullanarak verimliliklerini artırmayı ve problemlere en kısa zamanda çözüm üretmeyi amaçlamaktadır ki bu teknikler, birçok problemin çözümünde etkin olarak kullanılmaktadır (Kaya & diğerleri, 2004, s. 87). Örneğin; akıllı cihazların kendi kendini teşhis etmesine, arızaları önceden öngörme özelliklerine sahip olarak kendi kendini geliştirmesine, arızaları ve işletme maliyetlerini azaltmaya, stokları optimize etmeye, bakım faaliyetlerini iyileştirmeye, güvenlik amacıyla yedek stok tutma ihtiyacını azaltmaya ve değiştirme zamanlamasını iyileştirmeye yardımcı olmaktadır (Lee ve diğerleri, 2019, s. 2). İyi bir yapay zekâ tabanlı kalite yönetim sisteminin tasarımı, işletmelerin karar verme desteği ile kalitenin yenilikçi iş uygulamalarını keşfetmelerine ve şiddetli rekabet ortamında avantajlar elde etmelerine de yardımcı olacağı öngörülmektedir (Yang ve diğerleri, 2019, s. 15). Artan rekabet koşullarında işletmeler avantajlı hâle gelebilmek için, kaliteli ürün, düşük maliyet ve müşterilerin istediği zamanda üretmeyi ve satmayı hedeflemektedirler ki bu hedefe ulaşabilmeleri için kalite ve süreç iyileştirmelerine yönelik faaliyetlere önem vermeleri gerekmektedir (Kesici & Yıldız, 2016, s. 307-308).

Üretimde yapay zekâ kullanımı, kalite kontrol faaliyetlerini kolaylaştırma, ürünlerin tasarım süresini kısaltma ve malzeme israfını azaltma, kestirimci bakım gerçekleştirme gibi çok geniş imkânlar sağlamaktadır (Buchmeister vd., 2019, s. 6-9; <https://www.konzek.com>). Bu doğrultuda üretimde yapay zekânın başlıca kullanım alanları aşağıdaki gibi sıralanabilir (Buchmeister vd., 2019, s. 6-9; <https://www.konzek.com>);

- Kalite 4.0
- Kestirimci Bakım
- Anomali Tespiti
- Ekipman Yönetimi
- Proses Optimizasyonu

2.1. Kalite 4.0 (Quality 4.0)

Kalite 4.0, Endüstri 4.0 gibi yapay zekâ, makine öğrenmesi, büyük veri, bulut bilişim, artırılmış gerçeklik gibi teknolojiden yararlanarak kalite çalışmalarını yeniden şekillendirmektedir (Gümüšoğlu, 2018, s. 551). Yeni teknolojilerin entegrasyonu, işletmelerin kalite yönetimi sistemini yenilemelerini gerekli kılmaktadır ki bu durum üreticilerin "Kalite 4.0" konseptine geçmesini gerektirmektedir (Pipiy ve diğerleri, 2021, s. 1032). Kalite 4.0, işletmelerin üretimde kalite ve kalite kontrole yönelik yapmış olduğu faaliyet süreçlerine yapay zekânın entegre edilerek Endüstri 4.0 tekniklerini kalite yönetimine uygulayan yaklaşım olarak tanımlanmaktadır (Bolatan, 2020, s. 441). Başka bir ifadeyle Kalite 4.0, Toplam Kalite Yönetimi'nin dijitalleştirilmesini ve bunun kalite teknolojisi, süreçleri ve insanlar üzerindeki etkisini ifade etmektedir (Chiarini, 2020, s. 607). Öyle ki Kalite 4.0 bir teknoloji değil, teknoloji kullanıcıları için değeri maksimize etmek amacıyla kullanılan bir süreç olarak nitelendirilmektedir (Lee ve diğerleri, 2019, s. 3).

Üretimde yapay zekâ kullanımı ile olası üretim hataları, ekipman arızaları ve girdilerdeki (ham madde) beklenmedik değişiklikler önceden tahmin edilebilmekte ve gerekli birtakım önlemler alınarak üretim süreçleri optimize edilebilmektedir ki böylelikle üretimde yeni nesil yapay zekâya dayalı kalite yöntemleri oluşmaktadır (<https://www.konzek.com>). Bu doğrultuda Kalite 4.0 ile, kaliteyle ilgili sorunların çözümüne yönelik modern

yöntem ve modellerin kullanılması, müşteri ihtiyaçlarıyla ürün özellikleri arasındaki boşluğun giderilmesi sağlanabilmektedir (Pipiay ve diğerleri, 2021, s. 1033). Souza ve arkadaşları (2021) çalışmalarında, Endüstri 4.0'da kalite yönetimini uyarılmanın bir yolu olarak yeni "Toplam Kalite Yönetimi 4.0" kavramını keşfetmek amacıyla, endüstrilerin Kalite 4.0 çerçevesinde kalite yönetimini yeniden şekillendirerek, Endüstri 4.0'a uygun bir biçimde hareket etmelerini sağlayacak bu yeni aşamaya yönlendirmeyi amaçlamışlardır.

2.2. Kestirimci Bakım (Predictive Maintenance)

Geçmişte tamamı insanlar tarafından kontrol edilen kalite yönetimi ve önleyici bakım yöntemleri, yapay zekâ ve büyük veri gibi çeşitli bilgi teknolojilerinin gelişmesi ile kestirimci bakıma dönüşmektedir (Lee ve diğerleri, 2019, s. 1). Kestirimci bakım, arızalanma veya durma gibi üretimin aksamasına neden olabilecek durumlar gerçekleşmeden önce yapay zekâ teknolojilerinin yardımıyla tespiti anlamına gelmektedir (<https://www.konzek.com>). Lee ve arkadaşları (2019, s. 1) çalışmalarında kestirimci bakımın, büyük veri analitiği, akıllı sensörler, yapay zekâ gibi teknolojilerden yararlanılarak çeşitli endüstrilerde uygulanabileceğini ifade etmiştir. Bu nedenle kestirimci bakım, olası kayıpları en aza indirmek ve ani durmalardan kaçınarak esneklik sağlamak için, gelecekte akıllı tesisler inşa eden işletmeler için önemli bir stratejik işletim yöntemi olarak tanımlanabilmektedir (Lee ve diğerleri, 2019, s. 2).

Kestirimci bakımda, ekipmanların çalışma durumunun takibi yapılarak, ekipman arızasının ne zaman ortaya çıkabileceği tahmin edilmekte olup, üretimde sıfır hata kapsamında arıza süresini ve bakım maliyetlerini azaltmak amaçlanmaktadır (Gürsoy, Çolak, Gökçe, Akkulak & Ötleş, 2019, s. 60). Böylelikle maliyet, zaman ve verimlilik bakımından üretim kayıplarının minimize edilmesi sağlanmaktadır (<https://www.konzek.com>). O halde kestirimci bakımın iki amacı söz konusu olup; birincisi ekipmanların çıkarması muhtemel arızayı tespit etmek, ikincisi ise oluşan arızanın büyümesini engellemek için önceden müdahale etmektir (Gürsoy ve diğerleri, 2019, s. 60). Kalite yönetiminde, "kestirimci" bakım kavramı, "önleyici" bakımdan farklı olup, önleyici bakım, gelecekte ortaya çıkabilecek sorunları tanımlamaya ve önlemeye odaklanırken, kestirimci bakım, bir ürünün parçalarının tam olarak ne zaman sorunlara neden olabileceğini belirleyerek, tam olarak doğru zamanda değiştirme veya onarım sağlayarak maliyet düşürmeye ve arızaların oluşumunu önlemeye odaklanmaktadır (Lee ve diğerleri, 2019, s. 3).

Duruma dayalı bakım olarak da bilinen kestirimci bakım, günümüzde gelişmiş dijital teknolojiler sayesinde mümkün olmaktadır (Lee ve diğerleri, 2019, s. 2). Kestirimci bakımın periyodik bakımdan ayrıldığı temel nokta, bakımın zaman bazlı değil durum bazlı olmasıdır (Gürsoy ve diğerleri, 2019, s. 60). Özellikle önde gelen teknoloji şirketleri son zamanlarda kalite kontrol faaliyetlerinde kestirimci bakım sistemleri geliştirmekte ve uygulamaya koymaktadır (Lee ve diğerleri, 2019, s. 2). Örneğin Türkiye'de faaliyet gösteren Konzek Teknoloji A.Ş. (2021), üretim hattındaki ani duraksamaların, makine arızaları ve üretim süresinde oluşan gecikmelerin, üretim ekibinin öngöremediği ani değişikliklerin, yapay zekâ destekli yazılımlar sayesinde kolaylıkla tespit edilerek, yapay zekâya dayalı sistem tarafından oluşturulan raporlar sayesinde önceden müdahale edilebileceğini ifade etmektedir.

2.3. Anomali Tespiti (Anomaly Detection)

Günümüzde anomali tespit tekniği, ürün kalite denetimi alanında oldukça gelişmiş bir teknik olup, yaygın olarak uygulanmaktadır (Zhang, Peng, Liu & Zhang, 2019, s. 1). Anomali tespiti, bir veri kümesinin normal davranışından sapan veri noktalarının, olayların ve gözlemlerin tanımlanmasıdır (<https://www.konzek.com>). Böylelikle anomali tespiti, üretim sürecindeki hataların veya anormalliklerin tespit edilmesinde kullanılabilir (Şahan, 2020, s.35). Ayrıca yüksek boyutlarda ve oldukça dengesiz dağılıma sahip ürün verilerinin bazı zorluklara yol açtığı ürün kalite denetimi sürecinde önemli bir rol oynamaktadır (Zhang ve diğerleri, 2019, s. 1).

Anomali tespiti için çalışma yapılan sistemlerde, bakım sıklığını en düşük seviyeye çekebilmek için kestirimci bakım çalışmaları yapılabilmekte ve üretim kaynaklarının verimli kullanılması kapsamında uygulanan çalışmalarda önemli ölçüde maliyet avantajı sağlanabilmektedir (Bayraktar & Gökçen, 2020, s. 90). Teknik bir aksaklık, makine arızaları, tüketici davranışlarındaki değişiklik gibi potansiyel fırsatları gösteren anomali tespit tekniği, ürün kalitesinin artırılması, kestirimci bakım ve kullanıcı deneyiminin iyileştirilmesi gibi pek çok farklı alanda kullanılabilir (<https://www.konzek.com>). Bayraktar ve Gökçen (2020), anomali tespiti konusunda en çok destek alınan alanlardan bir tanesinin de yapay zekâ teknolojilerinden olan makine öğrenmesi algoritmaları olduğunu ifade etmiştir.

2.4. Ekipman Yönetimi

Üretim sürecinin sürekliliğinin sağlanması için en büyük etkenlerden biri de ekipmanların sürekli kullanılabilir durumda olmasıdır. Öyle ki ekipmanların bakımları yapılmadığı sürece üretimde verimsizlik söz konusu olur ve bu verimsizlik işletme giderlerinde önemli ölçüde artış yaratabilmektedir (<https://www.konzek.com>). Bu noktada kestirimci bakım önemli bir rol oynamaktadır. Çünkü yapay zekâ destekli üretim işletmelerinde, makine öğrenmesi ve yapay sinir ağlarıyla gelişmiş yapay zekâ teknikleri kullanılarak, makine ve ekipmanların arıza yapma ihtimaline yönelik öngörülerde bulunulması sağlanmaktadır (<https://www.konzek.com>). Kestirimci bakım, tüm üretim tesislerinin, ekipmanların ve ürünlerin durumunu nesnelere interneti aracılığıyla gerçek zamanlı olarak izlemekte; sinyal işleme, yapay zekâ teknikleri ve veri analizi yoluyla kalan faydalı ömrü tahmin etmekte ve optimum bakım döngüsünü ve kapsamını belirlemektedir (Lee ve diğerleri, 2019, s. 4). Öyle ki kestirimci bakım, ekipmanların kalan kullanım ömürlerinin uzamasına katkı sağlarken, üretimdeki plansız durmaların da önüne geçmektedir (<https://www.konzek.com>). Ayrıca bakımın zorunlu olarak yapıldığı durumlarda ise bakım teknisyenleri, yapay zekâyı dayalı sistemlerin öngörüsü doğrultusunda önceden haberdar edilerek bilgilendirilmekte ve böylelikle devre dışı kalacak ekipman yerine bir başka ekipman planlanarak üretim sürecinin sürekliliği sağlanmaktadır (<https://www.konzek.com>).

2.5. Proses Optimizasyonu

Üretimde proseslerin optimizasyonunun sağlanması kârlılık, zaman, verimlilikte artış gibi nedenlerden dolayı önemli olmaktadır (<https://www.konzek.com>). Üretim süreçlerinin optimizasyonu sıfır hata gerektirmektedir ki bunun için kalite kontrol gerekli olmaktadır (Lee ve diğerleri, 2019, s. 2). Yapay zekâ teknolojileri, üretimde proseslerin optimizasyonunu kontrol altına almak ve prosesleri iyileştirmek amacıyla kullanılmaktadır. Öyle ki optimize edilmemiş prosesler işletmeler için aşırı durumlara, proses kitlenmelerine, ürün kalitesinin düşmesine ve operatör yükünün artmasına neden olmaktadır (<https://www.konzek.com>). Üretim sürecinde sıfır hata faaliyetleri kapsamında kalite kontrol faaliyetlerinde yapay zekâ teknolojilerinin kullanımının üretim proseslerinde verimliliği sağladığı öngörülmektedir (Kesici & Yıldız, 2016, s. 307-310). Bu kapsamda yapay zekâ teknolojilerinin proses optimizasyonuna faydaları aşağıdaki gibi sıralanabilmektedir (<https://www.konzek.com>):

- Sistemin düzenli takibini sağlamakta
- Gözlem, tespit gibi maliyet kalemlerinin azaltılmasına yardımcı olmakta
- Yönetimde gerçek zamanlı kararları hızlandırmakta
- Sürdürülebilir bir endüstriyel üretim sağlamakta
- Darboğazları tespit ederek, çözüm geliştirilmesini sağlamakta
- Müşteri memnuniyetinin artırılmasına yardımcı olmaktadır.

3. Yapay Zekâ Teknolojileri ve Kalite Maliyetleri

Gelişmiş dijital teknolojilerin ortaya çıkışı, işletmelerin *Kalite Yönetimi* kavramını yenilemelerini mümkün kılmaktadır (Lee ve diğerleri, 2019, s. 1). Günümüzde artık kalite ve iyileştirme sürecinde istatistiksel yöntemlerden ziyade yapay zekâ teknolojilerine dayalı sistemler kullanılabilir (Kesici & Yıldız, 2016, s. 308). Zira kalite, ürün kalite problemlerine neden olabilen muhtemel üretim hatalarını bildirmek için yapay zekâ algoritmaları kullanımını kapsamaktadır (Buchmeister ve diğerleri, 2019, s. 8). Öyle ki kaliteyi yönetmek için gelişmiş yapay zekâ destekli dijital teknolojilerle donatılmış etkin bir sistem geliştirilebilmektedir (Lee ve diğerleri, 2019, s. 1). Yapay zekâ tabanlı kalite yönetim sistemleri, kalite yönetimi ve kontrol fonksiyonlarının standardizasyonunu ve verimliliğini artırmak için tasarlanıp uygulanabilmektedir (Yang ve diğerleri, 2019, s. 15).

Endüstri 4.0 çağında kalite yönetimi, farklı müşteri beklentileri ile yoğun iş ortamı nedeniyle büyük ilgi görmektedir (Yang ve diğerleri, 2019, s. 15). Artan rekabetle birlikte işletmeler, minimum maliyetle daha çok fayda sağlamak için kaliteye yönelmektedirler (Kaya ve diğerleri, 2004, s. 87). Yapay zekânın durmaksızın gelişmesi ve makineleşme derecesinin sürekli iyileştirilmesi ile birlikte üretim işletmelerinin önemli bir karar verme departmanı olarak muhasebenin de bu gelişim trendine uyum sağlamak için uygun maliyet muhasebesi yöntemlerini uygulaması gerekmektedir (Ren & Guo, 2019, s. 131). Bu doğrultuda *Kalite Maliyetleri Yönetimi* önem arz etmektedir. Zira kalite maliyetleri, kalite geliştirmeye yönelik faaliyetler için kaynak ayırmada, yatırım kararlarını değerlendirmede ve en uygun kalite düzeyini belirlemede bir rehber görevindedir (Tanış, 2005, s. 55). Öyle ki yapılan araştırmalar, kalite maliyetlerini kalite yönetim sistemlerinin ayrılmaz bir parçası olarak ele almıştır (Demircioğlu, 2016, s. 17). Bu bağlamda söz konusu bu yöntemin avantajlarını ve üretim işletmelerindeki dönüşümü teşvik etmedeki rollerini incelemek önemli olmaktadır (Ren & Guo, 2019, s. 131).

Kalitenin sağlanması ve üretimdeki kusurların önlenmesine yönelik faaliyetler, beraberinde maliyetleri de getirdiğinden söz konusu bu maliyetlerin bilinmesi, takip edilmesi ve doğru bir şekilde ölçülmesi gerekmektedir (Tanış, 2005, s. 54). Yapay zekâ teknolojilerinin gelişmesi ve üretimde yapay zekânın kullanımı ile kalite kontrol faaliyetlerinden kaynaklı maliyetlerin azalması sağlanabilmektedir (Kesici & Yıldız, 2016, s. 308). Kalite maliyetleri, uygunsuzlukların (kusurların) önlenmesi ve ortadan kaldırılması için maliyetlerin etkinliğini göstermektedir (Pipiay ve diğerleri, 2021, s. 1034). Zira yapay zekâ tabanlı kalite yönetim bilgi sistemi oluşturularak kalite maliyetlerinin yönetimi sağlanabilmektedir öyle ki kalite maliyetleri yönetimi, ürünlerdeki bozulma ve numune alma maliyetini azaltmak için kaliteye yönelik ekonomik bir çerçeve sunmaktadır (Yang ve diğerleri, 2019, s. 19).

Kalite maliyetlerinde, bilinen en yaygın kalite maliyet modeli Feigenbaum'un PAF Modeli olup, kalite maliyetleri bu modelde önleme, değerlendirme, iç başarısızlık ve dış başarısızlık maliyetleri olmak üzere dört başlık altında sınıflandırılmaktadır (Demircioğlu, 2016, s. 19). Önleme ve değerlendirme maliyetleri kaliteli olmanın gerektirdiği maliyetler iken, iç başarısızlık ve dış başarısızlık maliyetleri kalitesizliğin neden olduğu maliyetlerdir (Ever, 2019, s. 24). İşletmeler bu modeldeki dört ayrı sınıflandırma ile, çeşitli maliyet unsurlarını tanımlamak için işletme prosedürlerini, muhasebe sistemlerini ve aylık departman raporlarını inceleyebileceklerdir (Sharma, Kumar & Kumar 2007, s. 3384). PAF modelinin iki temel varsayımı olarak önleme ve değerlendirme faaliyetlerine yapılan yatırım başarısızlık maliyetlerini azaltabilmekte ve önleme faaliyetlerine daha fazla yatırım yapılması, uzun vadede değerlendirme maliyetlerini de düşürebilmektedir (Kefe & Tanış, 2014, s. 49; Schifffauerova & Thomson, 2006, s. 649). Önleme faaliyetlerine yapılan yatırımlar, iç ve dış başarısızlık maliyetlerinde azalmayı sağlamakta olup, bu sayede toplam kalite maliyetlerinin azaltılması mümkün olabilmektedir (Demircioğlu & Küçüksavaş, 2009, s. 63). Ayrıca kalitenin artması ve dış başarısızlık maliyetlerindeki azalmalar müşterilerin işletmeye olan güvenini ve işletmelerin prestijini artırmak suretiyle, işletmelerin satışlarının ve dolayısıyla kârlılıklarının artmasını sağlayabilecektir (Demircioğlu & Küçüksavaş, 2009, s. 63). Öyle ki yapılan araştırmalar, kalitesizlikten kaynaklı maliyetlerin, kaliteyi sağlamak amacıyla katlanılan maliyetlerden çok daha fazla olduğunu ve aslında kaliteyi artırabilmenin toplam kalite maliyetlerinde azalmaya neden olabileceğini ortaya koymaktadır (Tanış, 2005, s. 52).

Yapay zekâ teknolojilerinin, algılama ve tanımlama, analiz ve tahmin, karar verme yeteneği sayesinde içinde bulunulan dijital çağda kalite yönetim sistemlerinin gereksinimleri analiz edilerek daha etkin ve verimli bir şekilde kullanılması sağlanabilmektedir (Yang ve diğerleri, 2019, s. 15; Chiarini, 2020, s. 603). Örneğin, görüntü tanıma, görüntü algılama ve işleme sayesinde yapay görme sistemleri, dikkat çekici ölçüde küçük hacimli örnek görüntüler üzerinde eğitilmiş bir makine öğrenmesi algoritması kullanarak, insan görüşünün çok ötesindeki çözünürlüklerde ürünlerdeki mikroskobik kusurlar bulunabilmektedir (Buchmeister ve diğerleri, 2019, s. 8). Kaliteye yönelik faaliyetlerin iyileştirilerek, hataların erken tespiti ve bu hataların nedenlerinin erken ortadan kaldırılması sayesinde minimum kalite maliyeti sağlanabilmektedir (Sader, Husti & Daroczi, 2019, s. 124). Ayrıca desen tanıma, tahmin, sınıflandırma gibi yetenekleri sayesinde birçok kalite kontrol faaliyetleriyle ilgili problemlerin çözümünde kullanılmaktadır ki böylelikle kalite kontrolden kaynaklı maliyetler ve muayene süreleri minimize edilebilmektedir (Kaya ve diğerleri, 2005, s. 92). Örneğin kalite kontrol faaliyetleriyle ilgili problemlerin çözümünde, yapay zekâ tekniklerinden olan yapay sinir ağlarıyla kalite maliyetlerini sembolize eden bir sistem geliştirilebilmektedir (Kaya & Engin, 2005, s. 105). Kesici ve Yıldız (2016), süreçlerde sıfır hata çalışmaları kapsamında kalite kontrol faaliyetlerinde yapay zekâ kullanımının etkin problem çözme çalışmalarının yanında, süreçlerdeki kontrol mekanizmalarına önemli destekler sağladığını belirtmişler ve bu doğrultuda bir otomotiv yan sanayisindeki üretim sürecinde kalite kontrol faaliyetlerinin yapay zekâ destekli yazılımların kullanıldığı bir makine tarafından yapılmasına yönelik deneysel bir çalışma gerçekleştirmişlerdir. Bu çalışmada üretim süreçlerinde kalite faaliyetleriyle ilgili problemlerin oluşmasını önleyici bir yapay zekâ çalışmasına yer verilmiş, yapay zekâ çalışması sonucunda, operatör yerine yapay zekâ destekli bilgisayar yazılımına sahip cihazın kullanılarak kontrol yapılabilirdiği ve kontrolü yapılan uygun olmayan ürünlerin tespit edilerek, ayırabildiği görülmüştür. Özetle müşteri memnuniyetsizliğine yol açan problemler üretim tesisinde tespit edilmiş ve müşteriye sevk edilmesi engellenmiş olup, dış başarısızlık maliyetleri oluşumu önlenmiştir denilebilir.

Akıllı üretim sistemleri sayesinde, makine, ekipman ve sistemlerin kalan faydalı ömrü tahmin edilebilmektedir ki bu da operatörlerin erişmesi zor alanlardaki kazalara veya arızalara daha hızlı yanıt verilmesini sağlayarak arızalardan kaynaklanan aksama sürelerini önleyebilmektedir (Lee ve diğerleri, 2019, s. 4). Bu durum bakım maliyetlerini düşürerek, dönem boyunca arıza süresinden kaynaklanan kayıpların fırsat maliyetini azaltabilmektedir (Lee ve diğerleri, 2019, s. 4). Üretim hattı, makine ve ekipmanların periyodik

bakımları, işletmeler için önemli bir maliyet unsuru olup, bu noktada kestirimci bakım, üreticiler için etkili bir çözüm olabilmektedir (Buchmeister ve diğerleri, 2019, s. 8). Öyle ki kestirimci bakım, varlık arızasıyla ilgili tahminleri formüle etmek için makine öğrenmesi ve yapay sinir ağları biçiminde gelişmiş yapay zekâ algoritmaları kullanarak, optimum üretim performansını garanti ederken, işgücü maliyetleri de dâhil olmak üzere işletmelerde zaman ve kaynak tasarrufu sağlamaktadır (Buchmeister ve diğerleri, 2019, s. 8-9). Bu durum, üretimde kullanılan makinelerin ve ekipmanların kalan faydalı ömrünü uzatmasının yanı sıra maliyetlerde ciddi düşüşler sağlamaktadır (Buchmeister ve diğerleri, 2019, s. 8). Lee ve arkadaşları (2019) kestirimci bakımla ilgili yaptıkları örnek olay çalışmasında, Kanada'daki bir yarı iletken paketleme işletmesinde, kestirimci bakım sayesinde arıza modellerinin %97'sinin otomatik olarak belirlenebildiğini, bu sayede her yıl oluşan çok büyük tutarlardaki hurda maliyetinin ortadan kaldırıldığını ve ayrıca işletmenin üretim hattında oluşan nemin kontrol edilerek ürün kalitesinin iyileştirilebileceğini ve % 160 oranında yatırım getirisi sağlanacağını ortaya koymuşlardır.

Toplam kalite yönetimi (TKY), kalite yoluyla mükemmelliğe ulaşmayı hedefleyen bir yönetim yaklaşımı sunmakta ve kalite maliyetleri, işletmelerde toplam kalite yönetimi felsefesinin oluşturulmasında fayda sağlayan bir araç olup, işletmeler günümüzde toplam kalite yönetimine odaklanarak maliyetlerde tasarruf sağlayabilmektedir (Souza ve diğerleri, 2021, s. 1; Demircioğlu, 2016, s. 17). Souza ve arkadaşları (2021), Endüstri 4.0'da kalite yönetimini uyarılmanın bir yolu olarak yeni bir kavram olan *Toplam Kalite Yönetimi 4.0* (TKY 4.0) kavramını keşfetmeyi amaçlayan çalışmalarında, TKY'nin teknolojik değişime nasıl uyum sağlayabileceğini ve mevcut teknolojilerle çalışanların katılımı yoluyla işletmeleri Endüstri 4.0'a nasıl yönlendirebileceğini göstermeye çalışmışlardır. Yeni teknolojilerin entegrasyonu, işletmelerin "Kalite 4.0" kavramına önem vermesini gerektirmektedir ki "Kalite 4.0" çerçevesinde, kalite ile ilgili sorunların çözümüne yönelik modern yöntem ve modellerin kullanılması, müşteri ihtiyaçları ile ürün özellikleri arasındaki boşluğun giderilmesini sağlamaktadır (Pipiay ve diğerleri, 2021, s. 1032-1033). Kalite 4.0 ile başlangıç maliyeti, teknoloji, otomasyon, eğitim vb. yatırımlar açısından yüksek olacaktır ancak uzun vadede iç ve dış başarısızlık maliyetlerini azaltacağı öngörülmektedir (Sony ve diğerleri, 2021, s. 9). Geleneksel kalite yönetiminde veri toplama, veri doğrulama, analiz dokümantasyonu, kalite denetimleri, muayeneler vb. zaman alan süreçlerken, Kalite 4.0'da bu işlemler akıllı algoritmalar aracılığıyla yapılabilmekte ve uzun vadede hem maliyet hem zaman tasarrufu sağlanabilmektedir (Sony ve diğerleri, 2021, s. 9).

Pipiay ve arkadaşları (2021) çalışmalarında, üreticilerin "Kalite 4.0" kavramına önem vermesi gerektiğini ileri sürerek, "Kalite 4.0" çerçevesinde ürün kalitesinin izlenmesi ve değerlendirilmesinde kalite maliyetlerinin öneminden bahsetmişlerdir. Chiarini (2020), yapay zekâ teknolojilerinin kalite yönetim sisteminin gereksinimlerini analiz eden çalışmalarında, Kalite 4.0 tanımına, bu kavramın hangi konularla ilgili olduğuna ve literatürdeki bu konuyla ilgili eksiklikleri tartışarak, Kalite 4.0 kapsamında, Kalite Yönetimi ve TKY arasındaki ilişkileri analiz etmişlerdir. Ünver ve Altınok (2020), çalışmalarında medikal sektörde faaliyet gösteren bir işletmede yapay zekâya dayalı makinenin işletmedeki hataların giderilmesinde % 78 oranında fayda sağladığını ortaya koymuşlardır. Lee, Lee ve Kim (2019), kestirimci bakımla ilgili gerçekleştirdikleri örnek olay çalışmasıyla Hyundai Motorun gürültüye dayalı araç arızalarını teşhis etmek için yapay zekâ kullanan bir Yapay Zekâ Araç Teşhis Sisteminin, derin öğrenme yoluyla kendi başına karmaşık bir süreci yürütebildiğini deneylerle kanıtlanmışlardır (Örneğin bir deneyde, 10 gürültü analizi uzmanının doğruluğu %8,6 iken, yapay zekânın doğruluğu % 87,6 olarak tespit edilmiştir). Yang ve arkadaşları (2019) çalışmalarında yapay zekâ teknolojisinin; algılama ve tanıma, analiz ve tahmin, karar verme yeteneği ile birlikte geleneksel kalite yönetim sisteminin gerekliliklerini analiz ederek kalite yönetim sistemi ile yapay zekâ teknolojisi arasındaki ilişkiyi kurmaya çalışmışlar ve yapay zekâya dayalı kalite yönetim sisteminin, kaliteyle ilgili birçok problemin çözülmesine katkı sağlayacağını öne sürmüşlerdir. Özcan, Erçil, Güvenoğlu, Sümen ve Özen (2015), çalışmalarında kalite maliyetlerini PAF Modeli çerçevesinde önleme, değerlendirme, iç ve dış başarısızlık maliyetleri şeklinde ele alarak, ürünlerin kalite kontrol işlemleri için büyük bir kolaylık sağlayan yapay görme sistemlerinin kullanılmasının kalitesizlik maliyetlerinde sağlanabilecek maliyet tasarruflarını tespit etmişlerdir.

SONUÇ

Günümüzde işletmelerin rekabet gücünü artırmak üzere yapay zekâ teknolojileri önem arz etmektedir zira işletmelerin kalite kontrol faaliyetlerinde, sıfır hata kapsamında üretimde verimliliğin sağlanması amacıyla yapay zekâ teknolojilerine yatırım yapmaları çok önemli olmaktadır. Üretimde yapay zekâ teknolojilerinin kullanımının kalite yönetim sürecinin iyileştirilmesi, kalite kontrol faaliyetlerinin kolaylaştırılması, üretim sürecinde verimliliğin sağlanması, rekabet gücünün artırılması ve sürdürülebilir kalkınma sağlanması gibi pek çok

avantajı bulunmaktadır. Ayrıca işletmeler için önemli bir performans göstergesi olabilmektedir. Literatürde yapılan çalışmalar incelendiğinde, kalite kontrol faaliyetlerine ilişkin ciddi faydalar sağlandığı ortaya konulmuştur. Bu doğrultuda üretimde yapay zekâ teknolojileri kullanımının kalite kontrol faaliyetlerinde yarattığı maliyet avantajları bu çalışma ile ortaya konulmuştur. Öyle ki üretimde yapay zekâ kullanımı, kalite kontrol faaliyetleri ve kalite yönetim sistemlerinin kurulması açısından oldukça önemli olup, kaliteyi sağlamak üzere kalitesizliğin önlenmesine yönelik yapılan faaliyetler, başarısızlık maliyetlerinde azalmaya sebep olmaktadır. İşletmelerde hem yapılan yatırımın getirisini hesaplama hem de yapılan faaliyetlerin verimliliğinin ölçümü için kalite maliyetleri önemli bir yönetim aracıdır. Zira kalite maliyetleri, işletmelerde kalitenin sağlanmasına yönelik yapılan önleyici faaliyetlerden kaynaklanan maliyetlerin, başarısızlık maliyetlerini ne ölçüde azalttığını ortaya koyma konusunda bir yönetim aracı olmaktadır. Kalite maliyetlerinin ölçümü ile kaliteye yönelik yapılan faaliyetlerin ayrıntılı bir haritası çıkarılmakta, bu sayede işletme yöneticileri, kalite yönelik yapılan katma değer yaratan ve yaratmayan faaliyetleri tespit edebilmekte ve takip edebilmektedirler. Böylelikle hangi faaliyetlerin gereksiz olduğu veya hangi faaliyetlere daha çok önem verilmesi gerektiği daha kolay anlaşılabilir. Ayrıca tespit edilen bu faaliyetlerin maliyetlerinde azaltma yoluna gitmeye yönelik çalışmalar yapılabilecektir ki bunun işletme kârlılığına olumlu etkisi olabilecektir. Üretimde yapay zekâ kullanımı maliyetlerin yapısını değiştirmektedir zira yapay zekâ teknolojilerine yapılan yatırımlarla birlikte sabit maliyetler de artabilmektedir. Bu kapsamda üretim maliyetlerinin doğru bir şekilde tespiti önemli olmaktadır ki çağdaş yönetim muhasebesi tekniklerinden hedef maliyet sistemi, faaliyete dayalı maliyet sistemi, yaşam boyu maliyetleme gibi yöntemler kullanılabilir.

KAYNAKLAR

- Assen, M., Banerjee, I., & De Cecco, CN (2020). Beyond the artificial intelligence hype: what lies behind the algorithms and what we can achieve. *Journal of thoracic imaging, 35*, 3-10. DOI:10.1097/RTI.0000000000000485
- Aylak, BL, Oral O., & Yazıcı, K. (2021). Yapay zekâ ve makine öğrenmesi tekniklerinin lojistik sektöründe kullanımı. *El-Cezri Fen ve Mühendislik Dergisi, 8*(1), S.74-93. DOI:10.31202/ecjse.776314
- Aytaç, E. (2006). *Kalite kontrolde bulanık mantık yaklaşımı ve bir uygulama* [Yüksek Lisans Tezi, Pamukkale Üniversitesi]. DOI:10.17341/gazimmfd.322184
- Başoğlu, B., & Bulut, M. (2017). Kısa dönem elektrik talep tahminleri için yapay sinir ağları ve uzman sistemler tabanlı hibrit sistem geliştirilmesi. *Journal of the Faculty of Engineering and Architecture of Gazi University, 32*(2), 575-583. DOI: 10.33461/uybisbbd.790369
- Bayraktar, C., & Gökçen, H. (2020). Yüksek raflı depolama sistemlerinin enerji optimizasyonunda anomali tespiti için sınıflama algoritmalarının karşılaştırılması, *Uluslararası Yönetim Bilişim Sistemleri ve Bilgisayar Bilimleri Dergisi, 4*(2), 89-109. DOI: 10.33461/uybisbbd.790369
- Bolatan, GİS (2019). Kalite 4.0. *Iğdır Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 21*, 437-454.
- Brynjolfsson, E., & Andrew, M. (2017). Artificial intelligence, for real. *Harvard Business Review*. <https://starlab-alliance.com/wp-content/uploads/2017/09/AI-Article.pdf> Erişim: 19.05.2021.
- Buchmeister, B., Palcic, I., & Ojstersek, R. (2019). Artificial intelligence in manufacturing companies and broader: an overview. *Chapter 07 in DAAAM International Scientific Book*, 081-098. DOI:10.2507/daaam.scibook.2019.07
- Chiarini, A. (2020). Industry 4.0, quality management and TQM world. A systematic literature review and a proposed agenda for further research. *The TQM Journal. 32*(4), 603-616. DOI: 10.1108/TQM-04-2020-0082
- Demircioğlu, EN (2016). *Yönetim Muhasebesinde Çağdaş Yaklaşımlar*. Karahan.

- Demircioğlu, EN, & Küçüksavaş, N. (2009). Kalite maliyetleri. *Çukurova Üniversitesi İİBF Dergisi*, 13(81), 32-67.
- Du-Harpur, X., Watt, FM, Luscombe, NM, & Lynch, MD (2020). What is AI? Applications of artificial intelligence to dermatology. *British Journal of Dermatology*, 183(3), 423-430. DOI:10.1111/bjd.18880
- Erkalan, M., Calp, MH & Şahin, İ. (2012). Çoklu zekâ kuramından yararlanılarak meslek seçiminde kullanılacak bir uzman sistem tasarımı ve gerçekleştirilmesi. *Bilişim Teknolojileri Dergisi*, 5(2), 49-55.
- Ever, D. (2019). Karlılık üzerine etkileri açısından kalite maliyetlerinin incelenmesi ve demir çelik işletmesinde bir uygulama [Yüksek Lisans Tezi, Çukurova Üniversitesi].
- Gacar, A. (2019). Yapay zekâ ve yapay zekânın muhasebe mesleğine olan etkileri: Türkiye'ye yönelik fırsat ve tehditler. *Balkan Sosyal Bilimler Dergisi*, 8, 389-394.
- Gökten PO (2018). Karanlıkta üretim: Yeni çağda maliyetin kapsamı. *Muhasebe Bilim Dünyası Dergisi*, 20(4), 880-897. DOI: 10.31460/mbdd.460897.
- Gümüšoğlu, Ş. (2018). Bilimsel yaklaşımlarla değişim, dönüşüm ve kalite 4.0. *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 33(2), 543-568. DOI: 10.24988/deuiibf.2018332773
- Gür, YE, Ayden, C., & Yücel, A. (2019). Yapay zekâ alanındaki gelişmelerin insan kaynakları yönetimine etkisi. *Fırat Üniversitesi Uluslararası İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 3(2), 137-158.
- Gürsoy, MÜ, Çolak, UC, Gökçe, MH, Akkulak, C., & Ötleş, S. (2019). Endüstri için kestirimci bakım. *International Journal of 3D Printing Technologies and Digital Industry*, 3(1), 56-66.
- Hackernoon, (2018, Mayıs). Artificial Intelligence (AI): today and tomorrow, hackernoon.com, <https://hackernoon.com/artificial-intelligence-ai-today-and-tomorrow-6e65bad829c4>, Erişim tarihi:19.05.2021
- IFS, (2020, Nisan). Yapay Zekânın Üretim Endüstrisine Etkileri. <https://www.ifs.com/tr/news-and-events/newsroom/2020/04/07/yapay-zekânin-uretim-endustrilerine-etkileri/> Erişim tarihi:19.05.2021
- Janiesch, C., Zschech, P., & Heinrich, K. (2021). Machine learning and deep learning. *Electronic Markets*, 1-11.
- Kaya, İ., & Engin, O. (2005). Kalite iyileştirme sürecinde yapay zekâ tekniklerinin kullanımı, *Mühendislik Bilimleri Dergisi*, 1 (1), 103-114.
- Kaya, İ., Gözen, Ş., & Engin, O. (2004). Kalite kontrol problemlerinin çözümünde uzman sistemlerin kullanımı. *Havacılık ve Uzay Teknolojileri Dergisi*, 1 (4), 87-101.
- Kaya, İ., Oktay, S., & Engin, O. (2005). Kalite kontrol problemlerinin çözümünde yapay sinir ağlarının kullanımı. *Erciyes Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Fen Bilimleri Dergisi*, 21(1), 92-107.
- Kazu, İY, & Özdemir, O. (2009). Öğrencilerin bireysel özelliklerinin yapay zekâ ile belirlenmesi (Bulanık mantık örneği). *Akademik Bilişim*, 11-13.
- Kefe, İ., & Tanış, VN (2014). Kalite Maliyetleri ve Otomotiv Sektöründe Bir Uygulama. *MÖDAV Muhasebe Bilim Dünyası Dergisi*. 16 (1). 45-62.
- Kescici, B., & Yıldız, MS (2016). Kalite kontrol faaliyetlerinde yapay zekâ kullanımı ve bir otomotiv yan sanayisinde uygulanması. *Yalova Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(12), 307-323.

- Kim, KJ, & Han, I. (2003). Application of a hybrid genetic algorithm and neural network approach in activity-based costing. *Expert Systems with Applications*, 24(1), 73-77.
- Konzek Teknoloji, A.Ş. (2021), Üretimde Yapay zekâ 2021, Ocak, *Konzek Teknoloji, A.Ş.* <https://www.konzek.com/blog/uretimde-yapay-zekâ>, Erişim: 25.03.2021.
- Lee, SM, Lee, D., & Kim, YS (2019). The quality management ecosystem for predictive maintenance in the Industry 4.0 era. *International Journal of Quality Innovation*, 5(1), 1-11.
- Li, BH, Hou, BC, Yu, WT, Lu, XB, & Yang, CW (2017). Applications of artificial intelligence in intelligent manufacturing: a review. *Frontiers of Information Technology & Electronic Engineering*, 18(1), 86-96.
- McCarthy, J. (2004). What is Artificial Intelligence. Erişim: https://homes.di.unimi.it/borghese/Teaching/AdvancedIntelligentSystems/Old/IntelligentSystems_2008_2009/Old/IntelligentSystems_2005_2006/Documents/Symbolic/04_McCarthy_whatissai.pdf, Erişim: 19.03.2021.
- McCarthy, J., Minsky, ML, Rochester, N., & Shannon, CE (2006). A proposal for the dartmouth summer research project on artificial intelligence, august 31, 1955. *AI magazine*, 27(4), 12-14.
- Meireles, MR, Almeida, PE, & Simões, MG (2003). A comprehensive review for industrial applicability of artificial neural networks. *IEEE transactions on industrial electronics*, 50(3), 585-601.
- Nabiyev, VV (2012). *Yapay zekâ: insan- bilgisayar etkileşimi* (Gözden geçirilmiş ve genişletilmiş 4. baskı). Seçkin Yayıncılık.
- Nilsson, NJ (2009). *The quest for artificial intelligence*. Cambridge University Press. <https://books.google.com.tr/> Erişim: 21.05.2021
- Ongsulee, P. (2017, November). Artificial intelligence, machine learning and deep learning. In *2017 15th International Conference on ICT and Knowledge Engineering (ICT&KE)*, 1-6.
- Özcan, A., Erçil, A., Güvenoğlu, E., Sümen, HH, & Özen, S. (2015, Ekim). Kalite kontrol uygulamalarında yapay görme sistemlerinin yatırım karlılığına yönelik karar destek sistemi önerisi. 2.Ulusal Yönetim Bilişim Sistemleri Kongresi Bildiriler Kitabı, 377-385.
- Öztürk, K., & Şahin, ME (2018). Yapay sinir ağları ve yapay zekâ'ya genel bir bakış. *Takvim-i Vekayi*, 6(2), 25-36.
- Pham, DT, & Pham, PTN (1999). Artificial intelligence in engineering. *International Journal of Machine Tools and Manufacture*, 39(6), 937-949.
- Pipiyay, GT, Chernenkaya, LV, & Mager, VE (2021). Quality Indicators of Instrumentation Products According to the «Quality 4.0» Concept. Ocak 2021, *IEEE Conference of Russian Young Researchers in Electrical and Electronic Engineering (ElConRus)*, 1032-1036. DOI: 10.1109/ElConRus51938.2021.9396535
- Pirim, H. (2006). Yapay zekâ. *Journal of Yaşar University*, 1(1), 81-93.
- Reese, H. (2017). Understanding the differences between AI, machine learning, and deep learning. 1-12. *13 Haziran 2021 tarihinde* <https://www.techrepublic.com/article/understandingthedifferencesbetweenaaimachinelearninganddeeplearning> adresinden erişildi.

- Ren, J., & Guo, S. (2019). Research on the cost accounting under the transformation of manufacturing, 2019, 8th International Conference on Social Science, Education and Humanities Research (SSEHR 2019), 131-135. DOI: 10.25236/ssehr.2019.022
- Sader, S., Husti, I., & Daróczy, M. (2019). Industry 4.0 as a key enabler toward successful implementation of total quality management practices. *Periodica Polytechnica Social and Management Sciences*, 27(2), 131-140. DOI: 10.3311/PPso.12675
- Sarma, RK, Kumar, D., & Kumar, P. (2007). Quality costing in process industries through QCAS: A Pratical Case. *International Journal Of Production Research*, 45(15), 3381-3403.
- Schalkoff, RJ (1990). *Artificial intelligence: an engineering approach*, McGraw-Hill: New York. Schiffauerova, A. ve Thomson, V. (2006). A review of research on the cost of quality models and best practice. *Journal Of Quality & Reliability Management*, 23(6), 647-669.
- Schiffauerova, A., & Thomson, V. (2006). A review of research on the cost of quality models and best practice. *Journal Of Quality & Reliability Management*, 23(6), 647-669.
- Shin, WS, Dahlgaard, JJ, Dahlgaard-Park, SM, & Kim, MG (2018). A Quality Scorecard for the era of Industry 4.0. *Total Quality Management & Business Excellence*, 29(9-10), 959-976. DOI: 10.1080/14783363.2018.1486536
- Sony, M., Antony, J., Douglas, JA & McDermott, O. (2021), "Motivations, barriers and readiness factors for Quality 4.0 implementation: an exploratory study", published in *The TQM Journal*, 1-14. DOI 10.1108/TQM-11-2020-0272
- Sony, M., Antony, J., & Douglas, JA (2020). Essential ingredients for the implementation of Quality 4.0: A narrative review of literature and future directions for research. *The TQM Journal*, 32(4), 779-793. DOI 10.1108/TQM-12-2019-0275
- Souza, FF, Corsi, A., Pagani, RN, Balbinotti, G., & Kovaleski, JL (2021). Total quality management 4.0: adapting quality management to Industry 4.0. *The TQM Journal*, 1-21. DOI: 10.1108/TQM-10-2020-0238
- Stancheva-Todorova, EP (2018). How artificial intelligence is challenging accounting profession. *Journal of International Scientific Publications" Economy & Business*, 12, 126-141.
- Sucu, İ., & Ataman, E. (2020). Dijital evrenin yeni dünyası olarak yapay zekâ ve her filmi üzerine bir çalışma. *Yeni Medya Elektronik Dergisi*, 4(1), 40-52. DOI:10.17932/IAU.EJNM.25480200.2020.4/1.40-52
- Şahan, AN (2020). *Stratejik yönetim perspektifinden sigortacılık sektöründe makine öğrenmesi algoritmaları ile anomali tespiti* [Doktora Tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi].
- Tanış, VN (2005). *Teknolojik Değişim ve Maliyet Muhasebesi*. Nobel Kitabevi.
- Taş, O., & Mert, H., (2019). An application of artificial intelligence on auditing. *Press Academia Procedia (PAP)*, 9, 65-68.
- Uygunoğlu, T., & Yurtçu, Ş. (2006). Yapay zekâ tekniklerinin inşaat mühendisliği problemlerinde kullanımı. *Yapı Teknolojileri Elektronik Dergisi*, 2(1), 61-70.

- Ünver, M., & Altunok, C. (2020). Medikal endüstride yapay zekâ ve uzman sistemlerin sürekli iyileştirmeye etkisi. In *8th International Symposium on Innovative Technologies in Engineering and Science (ISITES)*, 23-25. DOI: 10.33793/acperpro.03.01.95
- Versace, M., Bhatt, R., Hinds, O., & Shiffer, M. (2004). Predicting the exchange traded fund DIA with a combination of genetic algorithms and neural networks. *Expert systems with applications*, 27(3), 417-425.
- Wang, P. (2019). On defining artificial intelligence. *Journal of Artificial General Intelligence*, 10(2), 1-37.
- Whitby, B. (2003). *Yapay zekâ*. (Çev. Çiğdem Karabağlı). İletişim Yayınları.
- Yang, JP, Wang, WL, & Zhou, SK (2019). A Design Of Integrated Quality Management System Based On Artificial Intelligence (Ai) Technology. *Destech Transactions On Computer Science And Engineering*, 15-20.
- Zhang, Y., Peng, P., Liu, C., & Zhang, H. (2019). Anomaly detection for industry product quality inspection based on Gaussian restricted Boltzmann machine. Ekim 2019, *IEEE International Conference On Systems, Man And Cybernetics*, 1-6.

Yazar Katkı Oranı

Birinci yazarın çalışmadaki katkı oranı %50, ikinci yazarın katkı oranı %50'dir.

TÜRKİYE’DE ULUSLARARASI DIŞ KAYNAKLANMA TİCARETİNİN ÖLÇÜLMESİ*

Salih GENCER¹

Makale Bilgisi

Araştırma Makalesi

DOI: 10.35379/cusosbil.1050317

Makale Geçmişi:

Geliş 29.12.2021

Düzeltilme 07.02.2022

Kabul 14.02.2022

Anahtar Kelimeler:

Uluslararası Dış Kaynaklanma,

Uluslararası Ticaret,

Ölçüm Yöntemleri.

ÖZ

Son yıllarda teknolojiadaki ilerlemeler ticaret maliyetlerinin önemli ölçüde azalmasına neden olmuştur. Bu durum firmalara, üretim maliyetlerini azaltmak ve uluslararası piyasalarda rekabet gücü elde etmek için üretim süreçlerini ülkeler arasında parçalama olanağı vermiştir. Bu nedenle bugünün dünyasında, bir nihai malın üretim süreci farklı parçalar boyunca parçalanmakta ve üretim sürecinin her bir parçası firmalar tarafından farklı ülkelerde konumlandırılmış firmalara kaydırılmaktadır. Üretimi yurt dışına kaydırılan bu parçalar ev sahibi ülke firmaları tarafından nihai mal üretmek üzere ithal edilmektedir. Böylece uluslararası dış kaynaklanma bu süreçte yeni bir ticaret biçimi olarak ortaya çıkmış ve hem ekonomik araştırma hem de politik tartışmalar bağlamında önemli düzeyde ilgi görmüştür. Uluslararası dış kaynaklanmayı ölçmeye yönelik ampirik çalışmalar kullandıkları veri kaynakları bağlamında farklı yöntemleri benimsemişlerdir. Bu çalışmanın amacı 1995-2011 döneminde Türkiye’de uluslararası dış kaynaklanma ticaretini ölçmektir. Bu bağlamda girdi çıktı tabloları kullanılarak uluslararası dış kaynaklanma ticaretinin Türkiye’deki gelişimi incelenmiştir. Sonuçlar uluslararası dış kaynaklanmanın artan bir trende sahip olduğunu göstermektedir.

MEASURING INTERNATIONAL OUTSOURCING TRADE IN TURKEY

Article Info

Research Article

DOI: 10.35379/cusosbil.1050317

Article History:

Received 29.12.2021

Revised 07.02.2022

Accepted 14.02.2022

Keywords:

International Outsourcing,

International Trade,

Measurement Methods

ABSTRACT

Over the last decades, the improvements in technology lead trade costs to decrease in a significant manner. This allows firms to fragment their production process across countries to reduce their production cost and also gain some competitive advantage in international markets. Therefore, in today’s world, production of a final good fragmented across different parts and each part of the production process can be outsourced by firms to plants that located in different countries. Outsourced parts imported by home country firms to produce final goods. Thus, international outsourcing has emerged as a new form of trade in this process and has received considerable attention both in respect of economic research and political discussion. Empirical studies attempted to measure international outsourcing employ different methods that vary in the data source they accommodated. The aim of this study is to measure international outsourcing in Turkey for the period 1995-2011. By employing the input-output tables the development of this new form of trade in Turkey has investigated. Results based on various indicators have revealed an increasing trend of international outsourcing.

*Yazarlar çalışmanın etik kurallara bağlı olarak hazırlandığını taahhüt eder.

¹ Dr. Çukurova Üniversitesi, İİBF İktisat Bölümü, sgencer@cu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-1965-7235.

Alıntılanmak için/ Cite as: Gencer, S. (2022), Türkiye’de Uluslararası Dış Kaynaklanma Ticaretinin Ölçülmesi, Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 31 (1), 73-88.

GİRİŞ

Üretimin uluslararası düzlemde parçalanmaya konu olmasının bir sonucu olarak ortaya çıkan ve parçalanmış mallar ticareti olarak adlandırılan ticaret akımlarının kapsamı, endüstriyel organizasyon iktisadi çerçevesinde firmaların parçalanmış üretim sürecini ne şekilde organize ettiklerine bağlı olarak dış kaynaklanma (outsourcing) ve uluslararası kaynaklanma (offshoring) gibi farklı kavramlarla ifade edilebilir. Aslında üretimin parçalanması süreci, çeşitli ülkelerdeki firmaları uluslararası kaynaklanma ya da dış kaynaklanma faaliyetlerine yönelecek biçimde yeniden yapılanmaya zorlamıştır (OECD, 2007, s. 17). Literatürde parçalanmış malların ticareti ifade edilirken genellikle dış kaynaklanma (outsourcing), uluslararası kaynaklanma (offshoring), ya da uluslararası dış kaynaklanma (uluslararası outsourcing) gibi kavramların kullanıldığı gözlenmektedir. Bunlardan uluslararası dış kaynaklanma, dış kaynaklanmanın yurt dışı boyutunu oluşturmakta ve bir ülkenin mal ve hizmet ithalatının önemli bir parçasını teşkil etmesi bakımından akademik tartışmaların odağında yer almaktadır (Amiti & Wei, 2005, s. 313). Ancak bu durum uluslararası kaynaklanma için de geçerlidir ve uluslararası kaynaklanma tıpkı uluslararası dış kaynaklanma gibi bir ülkenin ithalatının bir parçasını oluşturmaktadır. Bu nedenle literatürde uluslararası dış kaynaklanma ve uluslararası kaynaklanma kavramlarının birbirlerinin yerine kullanıldığı gözlenmektedir. Bunun nedeni her iki kavramın da firmaların üretimleri için gerekli olan girdileri ana firma dışından tedarik etmesi stratejisi kapsamında dışsallaştırmaları, bir başka ifadeyle firmaların bütünleşik üretim sürecinin bazı aşamalarını ana firma sınırları çerçevesinde dışsallaştırılması sürecini ifade ediyor olmalarıdır. Ancak uluslararası dış kaynaklanma ile uluslararası kaynaklanma arasında önemli farklılıklar vardır. Bu iki kavram arasındaki farkın net olarak ortaya koyulmasında öncelikle kapsayıcılık bağlamında daha genel kavramlar olan dış kaynaklanma ve uluslararası kaynaklanmaya ilişkin daha detaylı tanımlamalara ihtiyaç vardır.

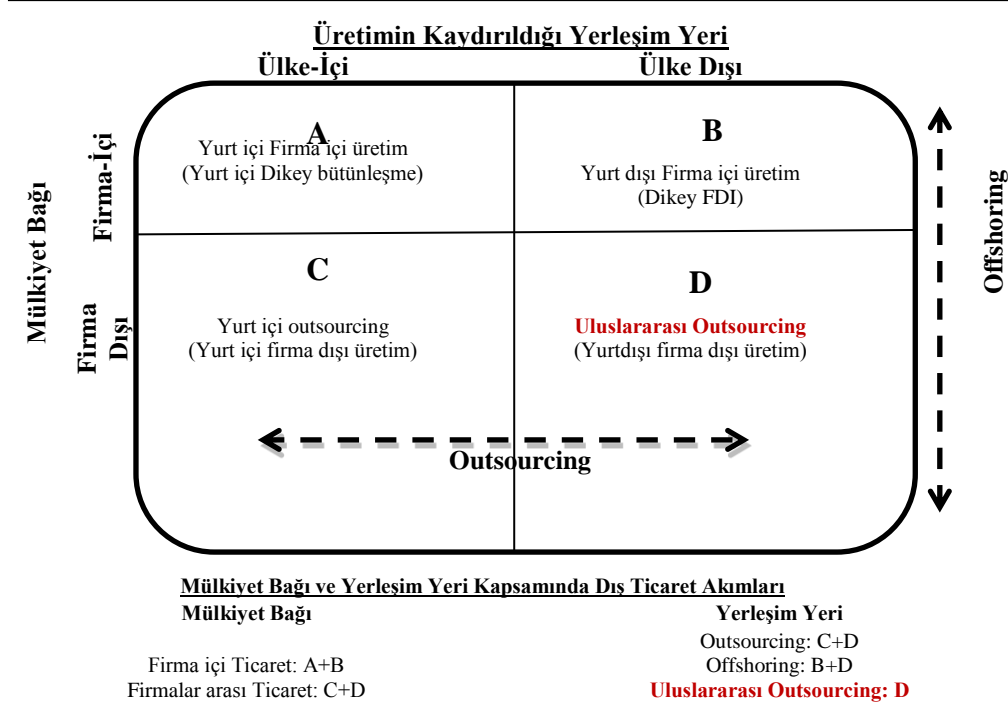
Bu çalışmada Türkiye Ekonomisi için uluslararası dış kaynaklanma ticaretinin ölçülmesi amaçlanmıştır. Bu amaçla aşağıda öncelikle uluslararası dış kaynaklanma ticaretinin kapsamına ve tanımlanmasına yer verilmiştir. Sonraki bölümde uluslararası dış kaynaklanmanın ölçülmesine yönelik olarak uluslararası dış kaynaklanma endeksleri açıklanmış ve izleyen bölümde ise Türkiye ekonomisi için uluslararası dış kaynaklanmanın ölçüm sonuçlarına yer verilmiştir. Çalışma sonuç bölümüyle sonlandırılmıştır.

Uluslararası Outsourcing Ticareti

Dış kaynaklanma ve uluslararası kaynaklanma kavramlarının farklılığı *yerleşim yeri (location)* ve *mülkiyet (ownership)* gibi iki kritere dayalı olarak açıklanabilir. Bu kriterlerden mülkiyet, üretim aşamalarının firmaya bağlı bir başka firma bünyesinde mi yoksa bağımsız bir başka firma bünyesinde mi gerçekleştirildiğinin belirlenmesine, yerleşim yeri kriteri ise üretim aşamalarının yurt içinde mi yoksa yurt dışında mı gerçekleştirildiğinin ifade edilebilmesine yardımcı olur. Belli bir üretim sürecinin firma tarafından kendi bünyesindeki bir tedarikçi değil de dışarıdaki bağımsız bir tedarikçi firma tarafından yürütülecek biçimde dışsallaştırılması süreci dış kaynaklanma olarak ifade edilir (Bottini, Ernst & Luebker, 2007, s. 3). Bu bağlamda dış kaynaklanma ara malı ve hizmetlerin uzmanlaşmış bağımsız firmalardan satın alınması olarak tanımlanabilir. Uluslararası kaynaklanma ise ara malı ve hizmetlerin firmalarca yurt dışında yerleşik *bağımsız ve bağlı (independent and affiliate)* firmalardan satın alınmasını ifade eder. Böylece uluslararası kaynaklanma, üretim aktivitelerinin sözleşme karşılığı devredildiği bağımsız üçüncü kişi konumundaki firmalardan ara malı ve hizmet tedarikini ifade eden uluslararası dış kaynaklanma ile firmanın başka bir ülkede yerleşik bağlı ortaklarından ara malı ve hizmet tedarikini ifade eden uluslararası iç kaynaklanmayı aynı anda içerir. Buradan çıkan sonuç uluslararası kaynaklanmanın ayırt edici özelliğinin firma içi veya firma dışı kaynaklanmadan ziyade uluslararası nitelik taşıması, bir başka ifadeyle ülke dışından bir kaynaklanma süreci olduğudur (OECD, 2007, s. 17). Bu da uluslararası kaynaklanmada üretim biriminin ana firma ile mülkiyet bağının önemli olmadığını ve önemli olan kriterin yerleşim yeri olduğu anlamına gelmektedir. Böylece üretim biriminin ülke sınırları dışına kaydırılması uluslararası kaynaklanmanın en belirgin ve ayırt edici özelliği olarak karşımıza çıkmaktadır (Bottini ve diğerleri, 2007, s. 3).

Tamamen yurt dışı boyuta sahip olan uluslararası kaynaklanma, yurt içi ve yurt dışı olmak üzere iki boyuta sahip olan dış kaynaklanmanın yurt dışı boyutunu ifade eden uluslararası dış kaynaklanma benzerliklere sahiptir. Uluslararası dış kaynaklanma ve uluslararası kaynaklanma kavramlarının benzerliği her ikisinin de daha önce firma içerisinde üretilen belirli bir üretim sürecinin gerektirdiği belirli mal ve hizmet girdilerinin yurt dışından, diğer bir ifadeyle ana firmanın yerleştiği olduğu ülke sınırları dışından tedarik edilmesi sürecini ifade etmeleridir. Bu nedenle bu iki kavramın farklılığı, yerleşim yeri kriterinde değil ana firma ile ara girdilerin tedariki işlevini yerine getiren tedarikçi firma arasındaki mülkiyet ilişkisinde aranmalıdır. Yerleşim yeri kriteri dış kaynaklanma

ve uluslararası kaynaklanma ayırımına ışık tutarken, mülkiyet kriteri uluslararası dış kaynaklanma ve uluslararası kaynaklanma ayırımının net olarak ortaya koyulmasında önemli rol oynar.



Şekil 1. Uluslararası outsourcing ve offshoring ticaretinin kapsamı

Kaynak: Bottini ve diğerleri, 2007, s. 3; Olsen, 2006, s. 7 ve Feenstra, 2011, s. 32'den uyarlanmıştır.

Yukarıdaki şekil 1'de mülkiyet ve yerleşim yeri kriterleri çerçevesinde üretim sürecinin firmalar tarafından ne şekilde organize edildiği ve her bir üretim organizasyonunun sonucu olarak ortaya çıkan ticaret akımları gösterilmiştir. Şekil 1'e göre, yerleşim yeri açısından dış kaynaklanmanın iki boyutu bulunmaktadır. Buna göre dış kaynaklanma yurt içi ve yurt dışı nitelikte ortaya çıkabilir. Ana firmanın ara girdileri satın aldığı firmanın yurt içinde yerleşik bir firma olması durumunda ana firmanın bu firma ile ara girdi ticareti yurt içi dış kaynaklanma olarak adlandırılır. Yurt içi dış kaynaklanmaya örnek olarak Detroit'te yerleşik bir otomobil firmasının kendi bünyesinde ürettiği bazı parçaların üretimini Cleveland'taki bir firmaya sözleşme karşılığı devretmesi ya da bu otomobil firmasının yemek hizmetini dışarıdaki bir yerel restorandan alması durumları verilebilir (Amiti & Wei, 2005, s. 313). Ancak eğer parçaların tedarik edildiği firma ana firmanın ülke sınırları dışarısında bir başka ülkenin yerleştiği bir firma ise bu durumda da ana firmanın ilgili firma ile gerçekleştirdiği dış kaynaklanma faaliyeti uluslararası dış kaynaklanma (ya da offshore outsourcing) olarak adlandırılır (Saieva, 2012, s. 3).

Uluslararası dış kaynaklanma, yerleşim yeri boyutunda yalnızca tek boyuta sahip olan uluslararası kaynaklanma ile uluslararası girdi tedarikini ifade etmeleri bağlamında bir benzerliğe sahiptir. Dolayısıyla bu iki kavramın ayırt edilmesinde yerleşim yeri kriteri herhangi bir anlam ifade etmez. Bu nedenle iki kavramın temel farklılığı mülkiyet kriterinin dikkate alınmasını gerektirir. Burada parçalanmanın firma-İçi ve firma dışı niteliği söz konusu iki kavram arasındaki ayırım bakımından önemlidir. Bilindiği üzere parçalanma firma içi ve firmalar arası nitelik taşıyabilir. Firma içi parçalanmada tesisler aynı firmaya aittir ancak farklı yerleşim yerlerinde farklı üretim aşamalarında uzmanlaşmışlardır. Firmalar arası parçalanmada ise bu farklı üretim aşamalarında farklı firmalar uzmanlaşırlar (Ruane & Görg, 1999, s. 3-4). Parçalanma uluslararası nitelik taşıdığı anda uluslararası firma içi parçalanma geleneksel çok uluslu şirket (ÇUŞ) faaliyetlerine, uluslararası firmalar arası parçalanma ise uluslararası dış kaynaklanmaya karşılık gelir.

Firma içi parçalanma ve firmalar arası parçalanma ayrımı yapıldıktan sonra uluslararası dış kaynaklanma ve uluslararası kaynaklanma arasındaki farkın ortaya koyulması oldukça kolaylaşır. Mülkiyet ilişkileri dikkate alındığında, yalnızca uluslararası niteliğe sahip olan uluslararası kaynaklanma üretimin yurt dışına hem ana firmaya bağlı bir başka şirkete hem de ana firma ile mülkiyet ilişkisine sahip olmayan, bir başka ifadeyle ana firmadan bağımsız bir başka firmaya kaydırılması biçimindeki faaliyetlere eşlik eden ara girdi ithalatını ifade eder. Bu açıdan bakıldığında uluslararası kaynaklanma hem dışarıdaki ana firmaya ait bağlı şirketlerden hem de bağlı olmayan bağımsız şirketlerden yapılan ara girdi ticaretini kapsar. Böylece uluslararası kaynaklanma ticaretinin firma içi ve firmalar arası ticaret niteliklerini taşıdığı söylenebilir. Buradaki firma içi ticaret bazen kapsayıcı uluslararası kaynaklanma (capitve offshoring) olarak da adlandırılır ve çok uluslu şirketlerin başka bir ülkede yerleşik olan bağlı şirketleri ile olan faaliyetlerini içerir. Uluslararası iç kaynaklanma (in-sourcing) ya da kapsayıcı uluslararası kaynaklanma üretim aktivitelerinin yabancı ülkedeki ana firmaya bağlı şirketlere transfer edilmesi durumunda ortaya çıkar. Bu faaliyetlere eşlik eden ticarete firma-içi kaynaklanma denir (Saieva, 2012, s. 3). Buna göre, parçalanmış süreçte üretilen ara girdilerin ticaretinin farklı ülkelerde üretim aşamaları dikey bütünleşik bir çok uluslu şirket (ÇUŞ) bünyesinde gerçekleştirildiğinde firma-içi ticaret biçimini aldığı söylenebilir (Borga & Zeile, 2004, s. 2). Oysa firmalar arası ticaret niteliğine sahip olan uluslararası dış kaynaklanmanın ortaya çıkması yurt içindeki bir firmanın üretim sürecinin belli bir aşamasını yurt dışında mülkiyet bağlamında ilişkisiz olduğu başka bir firmaya kaydırması durumunda söz konusu olacaktır.

Özetle, dış kaynaklanma ve uluslararası kaynaklanmanın ortak noktası uluslararası dış kaynaklanmadır. Ana firmanın kendi ülke sınırları içerisindeki kendine bağlı olmayan bir firmadan mal ve hizmet tedarik etmesi yurt içi dış kaynaklanma faaliyetine karşılık gelirken, mal ve hizmet tedarik faaliyeti aynı koşullarda ülke sınırları dışına yöneldiğinde *uluslararası outsourcing (uluslararası dış kaynaklanma)* faaliyetine dönüşmektedir. Buna göre, uluslararası dış kaynaklanma mal ve hizmet girdilerinin yurtdışındaki bağımsız firmalardan tedarik edilmesi süreci ve bu sürece eşlik eden yeni bir ticaret biçimidir. Bu açıdan bakıldığında uluslararası dış kaynaklanma, uluslararası kaynaklanmanın bir alt kategorisi niteliğindedir ve aralarındaki farklılığın kaynağı söz konusu ara girdi ticaretine taraf firmalar arasındaki mülkiyet bağındaki farklılıklardır.

Uluslararası Outsourcingin Ölçülmesi

Literatürde uluslararası dış kaynaklanmanın boyutu ve zaman içerisindeki gelişimi uluslararası dış kaynaklanma endeksleri ile ortaya koyulmaya çalışılmıştır. Uluslararası dış kaynaklanma endeksleri genel olarak iki aşamalı bir yaklaşımla hesaplanmaktadır. Birinci aşamada her bir sektörde üretilen nihai malın üretiminde kullanılan ithal girdilerin değeri elde edilir. İkinci aşamada ise birinci aşamada elde edilen bu değer girdi, çıktı ve katma değer gibi uygun bir başka değişkenle ağırlıklandırılarak endeksler hesaplanmış olur.

Öte yandan literatürde özellikle girdi-çıktı tablolarından yararlanılarak uluslararası dış kaynaklanma endekslerinin hesaplanmasında yaygın bir yaklaşım endekslerin dar ve geniş ölçümlere dayalı olarak sunulmasıdır. Uluslararası dış kaynaklanmanın dar ve geniş ölçümler temelinde hesaplanması biçimindeki yaklaşım Feenstra ve Hanson (1999)'a dayanmaktadır. Yazarlar, bu çalışmalarında geniş ölçümün yanı sıra dar ölçüme dayalı endeks hesaplamalarına da yer vermişlerdir.

Geniş ölçümde, sektörel ara girdi ithalatı bir endüstrinin aynı endüstri grubunda üretilen ara girdilerin ithalatı ile kısıtlanmayarak nihai malın üretiminde kullanılan ve tüm endüstrilerden sağlanan girdi ithalatına yer verilmektedir. Feenstra ve Hanson (1999)'un geniş dış kaynaklanma tanımına göre, örneğin, elektronik endüstrisi için hesaplanan geniş kapsamlı uluslararası dış kaynaklanma endeksi, elektronik sektörünün kendisinden ve tüm diğer imalat endüstrilerinden girdi satın alımlarının elektronik sektörünün enerji dışı toplam girdi satın alımları içerisindeki payı ile ithalat payının çarpımına eşit olacaktır (Saieva, 2012, s. 5). Burada yazarların uluslararası dış kaynaklanmayı ithalat payı aracılığıyla tahmin ettikleri ve bunun nedeninin de sektörel düzeyde ithal ara girdi verilerine doğrudan ulaşamamaları olduğu belirtilmelidir. Bu verilere doğrudan erişilebildiği varsayıldığında Feenstra ve Hanson (1999)'da sunulan geniş ölçüm yukarıdaki örnek kapsamında elektronik sektörünün kendisi dâhil olmak üzere tüm diğer imalat endüstrilerinden ithal ettiği ara girdilerin elektronik sektörünün enerji dışı toplam girdi satın alımları içerisindeki payı olarak ifade edilebilir.

Öte yandan, uluslararası dış kaynaklanmanın dar ölçümünde yalnızca aynı endüstriden satın alınan ithal ara girdiler dikkate alınmaktadır. Bu bağlamda dar ölçüm ile aslında daha önce ülke içerisinde gerçekleştirilen üretim faaliyetlerinin dış kaynaklanma aracılığıyla ülke dışına kaydırılmasına işaret edilmektedir. Oysa geniş ölçümde yalnızca aynı endüstriden ithal edilen değil, tüm endüstrilerden ithal edilen ara girdiler dikkate alınmaktadır. Normal şartlarda bir ülkedeki bir otomobil firmasının lastik ithalatı bir dış kaynaklanma faaliyeti niteliği taşıyabilir. Ancak bu lastik ithalatı faaliyetinin bir ara girdi ithalatı olma olasılığı da söz konusudur. Bu

da dış kaynaklanmanın tanımıyla uyuşmamaktadır. Çünkü dış kaynaklanma yurt içindeki bir otomobil şirketinin otomobil parçası satın alımları dikkate alındığında bu parçaların yurt içi üretiminin daha önce söz konusu şirket tarafından gerçekleştirilmesi ya da en azından ev sahibi ülke içerisindeki bir başka firmadan satın alınmakta iken, sonrasında ithalat aracılığıyla yurt dışından temin edilmesi durumunda söz konusu olacaktır. Bu bağlamda dar ölçümün dış kaynaklanmanın özüne ve temel mantığına daha çok yakınsadığı söylenebilir (Feenstra & Hanson, 1999, s. 924-925; Cadarso, Gomez, Lopez & Tobarra, 2008, s. 99). Feenstra ve Hanson (1999)'da verilen bu örnek, uluslararası dış kaynaklanma kapsamındaki ara girdi ithalatı ile üretimi yurt içinde gerçekleştirilmeyen bir girdinin zorunlu ithalatı arasındaki ayrıma dikkat çekmektedir. Uluslararası dış kaynaklanma eğer ara girdinin ithal maliyeti yurt içi maliyetinden küçükse maliyetleri azaltma güdüsünün bir sonucu olarak ortaya çıkar. Böylece firma ara girdiyi kendisi üretmek ya da yurt içinden satın almak yerine yurt dışından tedarik etme yoluna gider.

Feenstra ve Hanson'un, dar ölçümü aynı endüstri içerisinde ortaya çıkan parçalanma ve dikey uzmanlaşma olgusuna daha yakın olduğu için geniş ölçüme tercih ettikleri söylenebilir. Örneğin, bir otomobil endüstrisinde çelik ithalatının uluslararası dış kaynaklanmadan kaynaklanması beklenmezken, otomobil parçaları ithalatının (özellikle de bu parçaların başlangıçta ithalatçı ülkece üretiliyor olması durumunda) uluslararası dış kaynaklanmadan kaynaklanması beklenebilir. Ayrıca yurt içi çelik tedarikçilerinden yurt dışı çelik tedarikçilerine doğru bir kayma otomobil endüstrisindeki işçileri etkilemezken, çelik sektöründe çalışanları etkileyecektir (Ekholm & Hakkala, 2008, s. 4-5). Bu bağlamda yazarların dar ölçüme yönelik tercihleri, çalışmalarında ele aldıkları konunun kapsamına göre değerlendirilmelidir. Aksi halde dar ölçümün neden tercih edildiğinin rasyoneli iyi kavranamayabilecektir.

Dar ölçümde bir endüstrinin yalnızca aynı endüstriden ithal ettiği ara girdiler (örneğin, ilgili endüstrinin temel çıktısını oluşturan ürün kategorisindeki ithal ara girdiler) dikkate alınmaktadır. Ancak yurt dışına kaydırılan üretim süreçlerinin yalnızca ilgili endüstrinin temel faaliyetleri ile sınırlandırılmaması gerektiği de dikkate alınmalı ve bu kapsamda geniş ölçümün tercih edilebileceği de ifade edilmelidir (Michel & Rycx, 2009, s. 8). Uluslararası dış kaynaklanma, tipik “j” endüstrisinde üretilen nihai malın üretimi için gerekli olan $i=1, \dots, j$ 'ye kadar olan “j” tane ara girdinin bir ya da birkaçının ithalatla karşılanması durumundaki maliyetinin, firma bünyesinde üretilmesi ya da yurt içinden karşılanması durumundaki maliyetini aşması ve maliyetlerde azalış sağlamak amacıyla söz konusu girdilerin ithalatla sağlanması durumunda ortaya çıkan ticaret biçimidir. Böyle bir durumda firmanın yalnızca kendi endüstri grubunda üretilen ara girdilerde olduğu gibi diğer endüstrilerde üretilen ve kendi nihai malı için ara girdi niteliğinde olan ara girdileri de ithalatla sağlanması maliyetlerinde azalışa katkı sağlayabilecektir. Bu açıdan bakıldığında uluslararası dış kaynaklanmanın geniş ölçüm kapsamında değerlendirilmesi de rasyonel olacaktır. Ancak dar ölçümde özellikle, üretimi daha önce yurt içinde gerçekleştirilirken daha sonra yurt dışına kaydırılan girdilere vurgu yapıldığı bir kez daha belirtilmelidir (Saieva, 2012, s. 6).

Sektörel düzeyde ithal ara girdilerin kullanımını vermelerinden ötürü girdi-çıkıtı tabloları endeks hesaplamalarında temel veri kaynağı niteliğindedir. Ampirik çalışmalarda uluslararası dış kaynaklanma endeksleri kullanılacak girdi-çıkıtı tablolarının sunuluş biçimine göre iki farklı şekilde hesaplanmaktadır. Bu konuda birinci yaklaşım analize konu girdi-çıkıtı tablolarının yurt içi ve ithal girdi ayrımını içermediği bir başka ifadeyle girdi-çıkıtı tablolarının bütünlüklü (toplam) tarzda sunulması durumundaki yaklaşımdır. Bu yaklaşımda ithal edilen ara girdilerin değeri tahmini olarak elde edilmeye çalışılmaktadır. Şöyle ki, girdi-çıkıtı tablosunun ara tüketim bölümünden elde edilen her bir sektörün kullandığı ara girdiler, o girdinin toplam yurt içi talebi içerisinde ithalatın payı olarak dış ticaret verilerinden ya da arz ve kullanım tablolarından elde edilen ithalat payı ile ağırlıklandırılmakta ve böylelikle ithal ara girdilerin tahmini bir değeri elde edilmektedir. Bu bağlamda bu yaklaşımda ithal edilen ara girdilerin dolaylı yoldan bir tahmini söz konusudur.

Uluslararası dış kaynaklanma endekslerinin girdi-çıkıtı tablolarından hareketle hesaplanmasındaki ikinci yaklaşım, ara girdi ithalatının doğrudan elde edilmesine dayanır. Bu yöntem, analize konu ülkenin girdi-çıkıtı tablolarının ithalat matrislerini içerecek şekilde yayımlandığı durumlarda kullanılabilir. İthalat kullanım tablosu ya da ithalat girdi-çıkıtı tablosu kullanılarak ithal ara girdilerin doğrudan elde edilmesi durumunda ithal ara girdilerin tahmin edilmesine gerek kalmaz.

Uluslararası dış kaynaklanma endeksleri hesaplanırken ithal girdilerin girdi-çıkıtı tabloları yerine diğer veri kaynaklarından hareketle türetilmeleri de mümkündür. Bu kapsamda ara girdi dış ticaret istatistiklerinden, işleme rejimine ilişkin dış ticaret verilerinden ve firma düzeyindeki verilerden yararlanılarak ithal ara girdilerin elde edilmesi olanaklıdır. Veri kaynakları farklılaşsa da endekslerin çalışma mantığı farklılık göstermeyecektir. Bu kısımda literatürde yaygın şekilde kullanılan uluslararası dış kaynaklanma endeksleri açıklanacaktır. Söz konusu

endeksler Horgos (2008, 2009)'dan hareketle ağırlıklandırıldıkları büyüklük bağlamında sınıflandırılacaktır. Endekslerin formüle edilmesinde Horgos (2008, 2009) izlenerek orijinal çalışmalardakilerden farklı olarak genel notasyonlar kullanılacaktır.

Ara Girdi İthalatının Toplam Ara Girdi Kullanımına Oranı

Uluslararası dış kaynaklanmanın ölçülmesinde kullanılan endekslerden biri, ithal ara girdilerin toplam ara girdi kullanımı içerisindeki payını gösteren *IITI* (*Imported Input in Total Input*) endeksidir. Bu endeksin farklı versiyonları Feenstra ve Hanson (1996, 1999) ve OECD (2007, 2008) tarafından geliştirilmiştir. Aralarında önemli farklılıklar olmamasına karşın, özellikle Feenstra ve Hanson'un ölçüm yaklaşımı sonraki ampirik literatürde çok sayıda çalışmada kullanılmıştır.

Feenstra ve Hanson (1996, 1999), uluslararası dış kaynaklanmayı ithal ara girdilerin enerji dışı toplam girdi satın alımları içerisindeki payı olarak tanımlamış ve ölçmüştür. Yazarlar, ithal ara girdilere ilişkin verilere doğrudan ulaşamadıklarından söz konusu çalışmalarında ithal ara girdilerin doğrudan bir ölçümünü yapamamışlardır. Bu sorunun üstesinden gelmek için önce Uluslararası Para Fonu (IMF) ödemeler dengesi istatistiklerinden elde ettikleri nihai mal ticareti verilerini kullanarak bir ithalat payı hesaplamışlar ve daha sonra bu oranı kullanarak her bir sektörün uluslararası dış kaynaklanma yoğunluğunu elde etmeye çalışmışlardır (Aubuchon, Bandyopadhyay & Bahumik, 2012, s. 292).

Feenstra ve Hanson (1996)'da uluslararası dış kaynaklanma endeksinin hesaplanmasında imalat sanayi sayım sonuçları ve dış ticaret verileri birlikte kullanılmıştır. Kullanılan imalat sanayi sayım sonuçlarına ilişkin veriler girdi-çıkıtı tablolarının oluşturulmasında kullanılan ham verilerdir. Bu veriler, her bir 4-dijit imalat endüstrisinin tüm diğer 4-dijit imalat endüstrilerinden satın aldığı ara girdilerin değerini elde etmek üzere kullanılmıştır. Bu bağlamda ilk olarak, tipik bir "i" endüstrisinde üretilen nihai malın üretiminin $i=1, \dots, j$ 'ye kadar "j" tane endüstriden tedarik edilen "j" tane ara girdinin kullanımını gerektirdiği kabul edilerek, "i" sektörde üretilen nihai malın üretimi için gerekli olan "j" tane ara girdinin değeri tek tek hesaplanmıştır. İkinci aşamada ise her bir "j" girdisi için ithalat payları yine ayrı ayrı hesaplanmaktadır. Birinci aşamada bulunan "i" nihai malının girdi kullanım değerleri, ikinci aşamada bulunan girdilere ilişkin ithalat payı değerleriyle çarpıldığında ve bulunan değerler $i=1, \dots, j$ 'ye kadar j tane girdi için toplandığında, "i" nihai malının üretiminde kullandığı ithal ara girdilerin değeri tahmin edilmiş olmaktadır (Feenstra & Hanson, 1996, s. 241). Birinci ve ikinci aşamada tahmin edilen ithal ara girdiler üçüncü aşamada yazarlar tarafından "i" nihai malının üretimi için gerekli olan enerji dışı toplam girdi kullanımına oranlanarak belirli bir sektör için dış kaynaklanma endeksi elde edilmiştir.

Bu endeks OECD (2007)² tarafından da kullanılmıştır. Yalnız OECD (2007)'de Feenstra ve Hanson (1996,1999)'dan farklı olarak uluslararası outsourcing yoğunluğu toplam girdi kullanımları cinsinden hesaplanmıştır. Bu bağlamda Feenstra ve Hanson endeksinden farklı olarak, OECD (2007)'de enerji dışı toplam girdi satın alımları yerine toplam girdi satın alımları endeksin paydasında yer almaktadır. Endeksin paydası daha büyük bir değer alabileceğinden OECD endeksinin Feenstra ve Hanson endeksinden biraz küçük bir değer alması beklenebilir (Aubuchon ve diğerleri, 2012, s. 292). Endeksin payında toplam girdi kullanımlarının olduğu kabul edildiğinde endeksin aşağıdaki şekilde hesaplanabilmesi mümkündür:

$$IITI_t = \frac{\sum_{j=1}^n \sum_{w=1}^z i_{wjt}}{\sum_{j=1}^n \sum_{w=1}^z x_{wjt}} = \frac{\sum_{j=1}^n \sum_{w=1}^z i_{wjt}}{\sum_{j=1}^n \sum_{w=1}^z (i_{wjt} + d_{wjt})} \quad (1)$$

Burada i ithal ara girdilerin değerini, x ise toplam girdi kullanımlarının değerini göstermektedir. Toplam girdi kullanımlarının yurt içi (i) ve ithal girdi kullanımı (d) olarak ayrıştırılması da mümkündür. Bu durumda endeksin paydasında değişiklik oluşacaktır. İthal ara girdiler $w = 1, \dots, z$ 'ye kadar toplam z tane endüstriden ithal edilmekte ve $j = 1, \dots, n$ 'ye kadar toplam n tane endüstri tarafından üretimde ara girdi olarak kullanılmaktadır. Burada n toplulaştırma düzeyine bağlı olarak değişim gösterecektir. Herhangi bir t dönemi için *IITI* endeksi tüm değişkenler ithal ara girdilerin satın alındığı endüstriler ($w = 1, \dots, z$ 'ye) ve bu ithal girdileri kullanan endüstriler ($j = 1, \dots, n$ 'ye) boyunca toplulaştırılarak hesaplanır. Endeksin girdi çıktı tablolarından hesaplanmasında aşağıdaki formül kullanılabilir:

$$IITI_t \equiv u' i [u' x]^{-1} \cong u' i [u' (i + d)]^{-1} \quad (2)$$

Burada i ; $n \times 1$ boyutlu ithal ara girdi vektörü, x ; $n \times 1$ boyutlu toplam girdi vektörü ve u ise $n \times 1$ boyutlu 1'lerden oluşan vektördür (Horgos, 2008, s. 12).

²http://www.keepeek.com/Digital-Asset-Management/oecd/industry-and-services/offshoring-and-employment_9789264030947-en

Ara Girdi İthalatının Toplam Üretime Oranı

Literatürde yaygın biçimde kullanılan dış kaynaklanma endekslerinden bir diğeri, toplam üretim içerisinde ithal ara girdilerin payı *IIGO* (*Imported Input in Gross Output*) endeksidir. Bu endeksi hesaplamak üzere ilk olarak alternatif veri kaynaklarından hareketle ithal edilen ara girdiler belirlenmekte daha sonra da bu değer sektörün toplam üretimine oranlanmaktadır. Böylece herhangi bir sektörün toplam üretimi içerisinde ithal ara girdilerin payı hesaplanmış olur. Bu endeks normalizasyon değişkeninin farklılığı dışında yukarıdaki Feenstra ve Hanson endeksi ile aynı mantığa sahiptir. Endeks ilk olarak Campa ve Goldberg (1997) tarafından geliştirilmiş ve çok sayıda ampirik çalışmada kullanılmıştır.

Campa ve Goldberg (1997)'de uluslararası dış kaynaklanma her bir imalat endüstrisinin girdi çıktı tablolarından yararlanılarak ithal edilen ara girdilerin ilgili sektörün üretim değeri içindeki payı olarak hesaplanmıştır. Yazarlar, her bir endüstrideki belirli bir girdiye yönelik toplam harcamaları ithalatın tüketime oranı ile çarparak bulunan değerleri toplamış ve bu sayede üretimdeki ithal ara girdilerin payına ulaşmıştır. Benzer bir yaklaşım Strauss-Kahn (2004) tarafından da izlenmiştir. Yazar, Campa ve Goldberg (1997)'de olduğu gibi üretimde kullanılan girdilerin değerini girdi-çıkıtı tablolarından, çıktı, katma değer, ithalat ve tüketim değerlerini ise ulusal hesaplar tablolarında yer alan verilerden elde etmiştir. Belirli bir endüstrinin kullandığı ithal ara girdilerin değeri o endüstrinin toplam üretim değerine bölünmekte ve toplulaştırma işlemi sonrasında endeks değeri elde edilmiş olmaktadır. Yazarlar, bu şekilde hesapladıkları endeksi *dikey uzmanlaşma* endeksi olarak adlandırmışlardır³ (Vanessa Strauss-Kahn, 2004, s. 212).

IIGO endeksi aşağıdaki şekilde hesaplanabilir:

$$IIGO_t = \frac{\sum_{j=1}^n \sum_{w=1}^z i_{wjt}}{\sum_{j=1}^n o_{jt}} \quad (3)$$

Burada i ithal ara girdilerin değerini, o ise brüt çıktıyı göstermektedir. İthal ara girdiler $w = 1, \dots, z$ 'ye kadar toplam z tane endüstriden ithal edilmekte ve $j = 1, \dots, n$ 'ye kadar toplam n tane endüstri tarafından üretimde ara girdi olarak kullanılmaktadır. Burada n toplulaştırma düzeyine bağlı olarak değişim gösterecektir. Tüm değişkenler ithal ara girdilerin satın alındığı endüstriler boyunca ($w = 1, \dots, z$ 'ye) ve bu ithal girdileri kullanan endüstriler ($j = 1, \dots, n$ 'ye) toplulaştırılırsa herhangi bir t dönemi için *IIGO* endeksi hesaplanmış olur. Endeksin girdi çıktı tablolarından hesaplanmasında aşağıdaki formül kullanılabilir:

$$IIGO_t \equiv u' i [u' o]^{-1} \quad (4)$$

Burada i ; $n \times 1$ boyutlu ithal ara girdi vektörünü, o ; $n \times 1$ boyutlu j endüstrileri brüt üretim vektörünü ve u ise $n \times 1$ boyutlu 1 'lerden oluşan vektörü temsil etmektedir (Horgos, 2008, s. 13-14).

IIGO endeksi, ithal ara girdilerin sektörün toplam girdi kullanımı değerine oranlanması dışında *IITI* endeksi ile özdeşdir. Dolayısıyla iki endeks arasındaki farklılık yalnızca endeksin paydasında yer alan ve normalleştirme işlemi kullanılan normalizasyon değişkeninden kaynaklanmaktadır. *IITI* endeksinde ithal ara girdiler toplam girdi kullanım değerine oranlanırken *IIGO* endeksinde ithal girdiler sektörün üretim değerine oranlanmaktadır. Böylece girdi satın alımlarının yanı sıra formülün paydasındaki değer yaratılan katma değeri de içermektedir (Geishecker & Görg, 2008, s. 249). Bu bakımdan *IIGO* endeksinin *IITI* endeksine göre daha küçük değerler alacağını söylemek mümkündür.

İthal ara girdilerin toplam girdi kullanımı yerine endüstrinin toplam çıktısının değeri ile normalleştirilmesi aslında uluslararası dış kaynaklanma ve yurt içi dış kaynaklanma arasında uzlaşma sağlamaya yönelik bir girişim olarak değerlendirilebilir. Yurt içi dış kaynaklanmadaki bir artış dış kaynaklanma ölçümünü toplam ara girdi kullanımına göre hesaplandığında düşürür. Oysa paydanın toplam çıktının bir unsuru olarak katma değeri de içermesi durumunda Geishecker ve Görg (2008), endüstri düzeyinde yurt içi girdi satın alımlarındaki artışa endüstri düzeyindeki katma değerde bir azalışın karşılık vereceğini ifade etmiştir. Bu nedenle yazar, normalizasyon değişkeninin toplam endüstri çıktısı olarak alınmasının daha uygun olacağını ileri sürmüştür (Aubuchon ve diğerleri, 2012, s. 293).

Ara Girdi İthalatının Toplam İthalata Oranı

Bir ülkedeki uluslararası dış kaynaklanma faaliyetlerindeki artışlar o ülkedeki ara girdi ticaretini arttırır ve bu bağlamda bu iki gelişme birlikte gözlenebilir. Chen vd (2005), ABD'de de ara girdi ticaretinin değer olarak ya da GSYİH'ya oran olarak artışlar gösterdiğini ifade etmiştir. Aslında yazarlar, ara girdi ticaretinin GSYİH içerisindeki payındaki artışların doğal olarak ülkenin ticaret hacminin GSYİH içerisindeki payını da arttıracığını

³ Buradaki Dikey Uzmanlaşma ile Hummels, Ishi ve Yi (2001)'in Dikey uzmanlaşma endeksi farklıdır. Strauss-Kahn (2004)'teki dikey uzmanlaşma üretimde kullanılan ithal ara girdilerin payını ifade etmek üzere kullanılmıştır.

vurgulamışlardır (Chen, Kondratowicz & Yi, 2005, s. 40). Bu bağlamda ithal ara girdilerin toplam ithalata oranı uluslararası dış kaynaklanma yoğunluğunun ortaya koyulmasında kullanılabilir göstere olmaktadır. İthal ara girdilerin toplam ithalata oranını ifade eden *IITM* (*Imported Input in Total Import*) endeksi ara girdi ticaret istatistikleri, işleme rejimine dayalı ticaret verileri ve girdi çıktı tabloları gibi farklı veri kaynaklarından yararlanılarak hesaplanabilir.

IITM endeksi Yeats (1998)'de OECD ülkeleri için uluslararası üretim paylaşımının boyutunu ortaya koymak amacıyla ara girdi ticaret istatistikleri kullanılarak hesaplanmıştır. Görg (2000) ve Baldone vd (2001) ise *IITM* endeksini işleme rejimi kapsamındaki ara girdi ithalatını toplam ithalata oranlayarak hesaplamışlardır. Chen vd (2005) ve Horgos (2008, 2009) ise bu endeksi girdi-çıkıtı tablolarından yararlanılarak hesaplamışlardır.

IITM endeksinin girdi-çıkıtı tablolarından hareketle hesaplanmasında aşağıdaki formül kullanılabilir:

$$IITM_t = \frac{\sum_{j=1}^n \sum_{w=1}^z i_{wjt}}{\sum_{j=1}^n m_{jt}} \quad (5)$$

Burada i ithal ara girdilerin değerini, m ise toplam ithalatın değerini göstermektedir. İthal ara girdiler $w = 1, \dots, z$ 'ye kadar toplam z tane endüstriden ithal edilmekte ve $j = 1, \dots, n$ 'ye kadar toplam n tane endüstri tarafından üretimde ara girdi olarak kullanılmaktadır. Burada n toplulaştırma düzeyine bağlı olarak değişim gösterecektir. Tüm değişkenler ithal ara girdilerin satın alındığı endüstriler boyunca ($w = 1, \dots, z$ 'ye) ve bu ithal girdileri kullanan endüstriler ($j = 1, \dots, n$ 'ye) toplulaştırılırsa herhangi bir t dönemi için *IITM* endeksi hesaplanmış olur. Endeksin girdi çıktı tablolarından hesaplanmasında aşağıdaki formül kullanılabilir:

$$IITM_t \equiv u' i [u' m]^{-1} \quad (6)$$

Burada i ; $n \times 1$ boyutlu ithal ara girdi vektörü, m ; $n \times 1$ boyutlu j endüstrileri toplam ithalat vektörü ve u ise $n \times 1$ boyutlu 1 'lerden oluşan vektördür (Horgos, 2008, s. 10).

IITM endeksi, *IITI* yada *IIGO* endeksleri gibi uluslararası dış kaynaklanmanın boyutunu/büyükliğini ortaya koyabilmek amacıyla kullanılabilir. Ancak genel bir ifadeyle bu endeksler arasındaki tercihin kapsama ve verilere erişilebilirlik durumuna göre değerlendirilmesi gerektiği söylenebilir. Örneğin, dış ticaret istatistikleri ara malları ile nihai mal akımlarına ilişkin detaylı bilgiler sunmasına karşın sektörel düzeydeki brüt üretim düzeyine ilişkin bilgileri her zaman içermeyebilirler. İşte böyle durumlarda uluslararası outsourcing dış ticaret istatistiklerinden yararlanılarak *IITM* endeksi aracılığıyla hesaplanmaya çalışılır (Egger, 2003, s. 7).

Ara Girdi İthalatının Katma Değere Oranı

Hijzen (2005), uluslararası dış kaynaklanmanın yurt içi katma değer açısından sonuçlarına odaklanarak uluslararası dış kaynaklanmayı katma değer cinsinden ölçen *IIVA* (*Imported Input in Value Added*) endeksini önermiştir. *IIVA* endeksinde uluslararası dış kaynaklanma ara girdi ithalatının toplam katma değer içerisindeki payı olarak hesaplanmaktadır (Hijzen, 2005, s. 49-50). Endeksin girdi-çıkıtı tablolarından hareketle ölçülmesinde aşağıdaki formülden yararlanılabilir:

$$IIVA_t = \frac{\sum_{j=1}^n \sum_{w=1}^z i_{wjt}}{\sum_{j=1}^n v_{jt}} \quad (7)$$

Burada i ithal ara girdilerin değerini, v ise katma değeri göstermektedir. İthal ara girdiler $w = 1, \dots, z$ 'ye kadar toplam z tane endüstriden ithal edilmekte ve $j = 1, \dots, n$ 'ye kadar toplam n tane endüstri tarafından üretimde ara girdi olarak kullanılmaktadır. Burada n toplulaştırma düzeyine bağlı olarak değişim gösterecektir. Tüm değişkenler ithal ara girdilerin satın alındığı endüstriler boyunca ($w = 1, \dots, z$ 'ye) ve bu ithal girdileri kullanan endüstriler ($j = 1, \dots, n$ 'ye) toplulaştırılırsa herhangi bir t dönemi için *IIVA* endeksi hesaplanmış olur. Endeksin girdi çıktı tablolarından hesaplanmasında aşağıdaki formül kullanılabilir:

$$IIVA_t \equiv u' i [u' v]^{-1} \quad (8)$$

Burada i ; $n \times 1$ boyutlu ithal ara girdi vektörünü, v ; $n \times 1$ boyutlu j endüstrileri katma değer vektörünü ve u ise $n \times 1$ boyutlu 1 'lerden oluşan vektördür.

IIVA endeksinin paydasında endüstrinin üretim değerinden yurt içi ve ithal girdiler toplamı düşülerek elde edilen katma değer yer almaktadır. Bu nedenle bu şekilde oluşturulan bir dış kaynaklanma ölçümü yurt içi dış kaynaklanma büyüklüğünden etkilenecek ancak bu defa yurt içi dış kaynaklanma uluslararası dış kaynaklanmanın ölçümünü büyütecektir. Çünkü tüm diğer şeyler sabitken yurt içi dış kaynaklanmadaki bir artış formülün paydasındaki endüstri düzeyindeki katma değer düşmesine yol açacaktır (Geishecker, 2007, s. 7).

Bu endeks Hijzen vd (2005)'in yanısıra Lorentowicz, Marin ve Raubold (2005) tarafından kullanılmıştır. Lorentowicz ve diğerleri (2005), dış kaynaklanma endeksini katma değer cinsinden hesaplanmanın temel avantajının katma değerdeki değişimlerin boyutunu ve dolayısıyla toplam girdi kullanımındaki değişimlerin boyutunu kontrol altına alabilmek olarak ifade etmişlerdir. Yazarlar, özellikle uluslararası dış kaynaklanmanın

işgücü piyasası açısından önemi araştırılırken toplam girdi kullanımına dayanan *IITI* endeksi yerine kendi ölçümlerinin daha uygun olduğunu ifade etmişlerdir (Lorentowicz ve diğerleri, 2005, s. 8-9).

Türkiye’de Uluslararası Dış Kaynaklanma Ticaretinin Ölçülmesi

Bu alt kısımda Türkiye ekonomisinde uluslararası dış kaynaklanmanın boyutları ortaya koyulmaya çalışılmıştır. Uluslararası dış kaynaklanmanın imalat sanayinde yaygın hizmetler sektöründe ise henüz gelişmeye başlamış düşük yoğunlukta ancak hızlı büyüme eğiliminde olduğu literatürdeki ampirik çalışmalardan bilinmektedir (Amiti & Wei, 2005, Agnese & Richard, 2009). Bu bağlamda bu kısımda yapılan analizlerin odağında, Türkiye’nin dış ticaretindeki önemi göz önünde bulundurularak imalat sanayi ve alt endüstrileri yer almıştır. Ancak çalışmada hizmet endüstrilerine ilişkin sonuçlara da yer verilmiştir.

Ölçümlerde kullanılan temel veri kaynağı dünya girdi-çıkıtı veri tabanında (World Input-Output Database) yer alan Türkiye ekonomisinin 1995-2011 dönemine ait yıllık girdi-çıkıtı tablolarıdır. Ekonometrik analiz amaçlandığı çalışmalarda girdi-çıkıtı tablosu verileriyle çalışmanın bazı dezavantajları doğal olarak ortaya çıkmaktadır. Bilindiği gibi girdi-çıkıtı tablolarının hazırlanması oldukça önemli zaman dilimlerini gerektirmektedir. Bu nedenle bu tablolar genellikle beş yıllık periyotlar dâhilinde hazırlanmakta ve aradaki yıllara ait veriler olmadığı için de zaman serisi verileri olarak kullanılamamaktadırlar. Uluslararası dış kaynaklanma olgusunun dünya genelinde yayılmasının önemli bir sonucu da kendisini bu alanda göstermiş ve dünya ekonomileri için bütünsel dünya girdi-çıkıtı tabloları üretilmeye başlanmıştır. WIOD bu amaçla yürütülmüş projelerdir. WIOD kullandığı yöntem bakımından iki farklı özelliğe sahiptir. İlk olarak WIOD, girdi-çıkıtı tablolarından ziyade ulusal arz ve kullanım tablolarına dayanmaktadır. İkinci olarak ta WIOD, zaman boyutunda anlamlı analizler sağlamak üzere ulusal hesaplarda verilen çıkıtı ve nihai tüketim serilerinden başlamakta ve ulusal arz-kullanım tablolarını bu serilerle değerlendirmektedir (Timmer, 2012, s. 5).

Dünya girdi-çıkıtı tablosu oluşturma çabaları sonucunda ülkelerin birbirleriyle olan ara girdi alışverişleri ortaya koyulmaya çalışılmıştır. Bununla temel amaç bir malın üretim sürecinin ülkeler arasındaki paylaşımı ve ülkelerin katma değer zincirine ne ölçüde eklemelendiğinin ortaya koyulmasıdır. Bu bağlamda bu veri kaynakları ülkelerin uluslararası dış kaynaklanma faaliyetlerine ışık tutacak niteliklere sahiptir. Dünya girdi-çıkıtı veri tabanı (WIOD)⁴, dünya ticaretinin önemli bir kısmından sorumlu olan 27’si OECD ülkesi olmak üzere toplam 40 ülkenin yer aldığı bir yapıda dünya girdi-çıkıtı tablosunu 1995-2011 yılları için hazırlamıştır. Dünya girdi çıkıtı tablosu, söz konusu 40 ülkenin arz-kullanım ve girdi-çıkıtı tabloları ile iki yanlı mal ve hizmet ticareti istatistiklerinden yararlanılarak hazırlandığı için bu veri tabanında ilgili ülkeler için 1995-2011 dönemine ait ulusal arz-kullanım ve girdi çıkıtı tabloları da sunulmaktadır. İşte Türkiye’de uluslararası dış kaynaklanmanın sektörel gelişimini ve boyutunu ortaya koymak üzere kullanılan temel veri kaynağı bu veri tabanındaki tablolar olmuştur.

Türkiye ekonomisinde uluslararası dış kaynaklanmayı girdi-çıkıtı tabloları aracılığıyla ölçmek üzere ithal ara girdilerin toplam girdi kullanımı içindeki payı olarak *IITI* endeksi hesaplanmıştır. Bu dış kaynaklanma endeksi WIOD’te yer alan girdi-çıkıtı tabloları kullanılarak hesaplanmıştır⁵. İthal girdilerin toplam girdi kullanımı içindeki payı olarak ifade edilen gösterge literatürde en yaygın kullanılan dış kaynaklanma göstergelerinden birisidir. Endeksin payı ithal girdileri paydası ise yurt içi ve ithal girdi toplamını içermektedir. Endeksin çalışma mantığı şu şekilde ifade edilebilir. Uluslararası dış kaynaklanmayla birlikte ithal girdi kullanımındaki artışlar endeksin hem payını hem de paydasını değer olarak yükseltecektir. Ancak endeksin payındaki artış paydasındaki artıştan daha büyük olacağı için endeksin değeri büyüyecektir. Dolayısıyla endeksin farklı dönemlerde alacağı değerler uluslararası dış kaynaklanmanın boyutunun ve gelişiminin izlenmesinde kullanılabilir. Bunu basit bir örnekle açıklamak mümkündür. Herhangi bir endüstrinin yurt içi (I^d) ve ithal girdi (I^f) kullanımlarına ilişkin olarak aşağıdaki değerlerin bilindiğini varsayalım:

$$I_t^d = 30, \quad I_t^f = 20, \quad I_{t+1}^d = 30, \quad I_{t+1}^f = 30$$

Buna göre, t döneminden $t + 1$ dönemine ülkenin outsourcing yoğunluğundaki değişim bu iki dönem için *IITI* endeksi hesaplanarak gözlenebilir.

$$IITI_t = \frac{I_t^f}{I_t^d + I_t^f} = \frac{20}{30+20} = \frac{20}{50} = 0.4$$

⁴ WIOD’te kullanılan yöntem, kapsanan ülkeler ve daha ayrıntılı açıklamalar için Timmer (2012)’ye bakılabilir.

⁵ Literatürde, outsourcing yoğunluğunun belirli bir baz yıl değeri 100 kabul edilerek endeks biçiminde ifade edildiği de gözlenmektedir.

$$IITI_{t+1} = \frac{I_{t+1}^f}{I_{t+1}^d + I_{t+1}^f} = \frac{30}{30+30} = \frac{30}{60} = 0.5$$

Görüldüğü gibi dış kaynaklanma durumunda, diğer şeyler sabitken endüstriye ilişkin IITI değeri yükselmektedir. Bu örnekte dış kaynaklanma yoğunluğundaki artış yüzde 25 düzeyinde olmuştur. Burada t dönemindeki dış kaynaklanma 100 kabul edilerek dış kaynaklanmanın $t + 1$ dönemindeki değeri endeks olarak ta hesaplanabilir:

$$\Delta IITI_{t+1;t} = \frac{IITI_{t+1}}{IITI_t} * 100 = \frac{0.5}{0.4} * 100 = 1.25 * 100 = 125$$

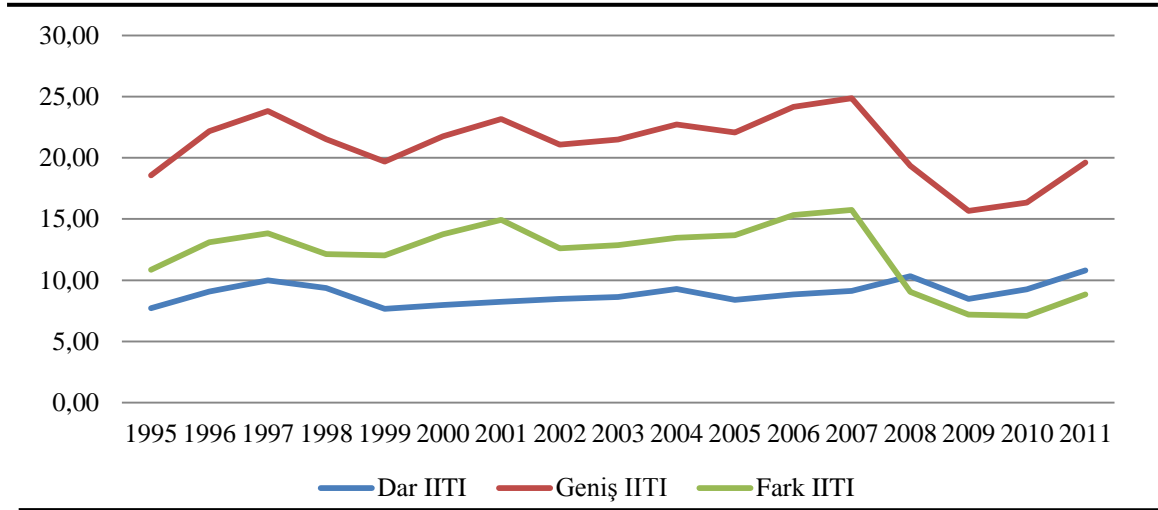
Öte yandan daha önce yurt içinden girdi kullanan firmaların daha ucuz ithal girdilere yönelmesi durumu firmalar açısından yurt içi dış kaynaklanmadan uluslararası dış kaynaklanmaya yönelmeyi ifade eder. Endeksin değeri bu durumda da yükselecektir.

Tablo 1. Dar-Geniş IITI (%)

Kod	NACE Adı	1995		2000		2005		2011	
		Dar	Geniş	Dar	Geniş	Dar	Geniş	Dar	Geniş
A-B	Tarım-Hayvancılık	1.82	9.06	3.62	13.24	2.34	13.49	4.41	12.77
C	Madencilik	0.15	10.61	1.00	13.01	1.41	15.88	0.57	13.47
15-16	Gıda-İçki-Tütün	3.15	8.01	1.85	10.26	1.49	7.97	3.23	11.79
17-18	Tekstil	9.01	15.50	7.48	15.71	5.95	13.43	17.05	20.60
19	Deri-Ayakkabı	11.48	19.13	5.34	15.55	2.90	11.69	2.65	10.62
20	Ağaç-Mantar	1.72	6.48	2.86	18.09	4.14	22.60	5.03	11.96
21-22	Kağıt-Basım-Yayım	7.33	12.92	10.19	18.36	8.80	18.73	3.66	9.76
23	Kömür-Petrol	0.10	59.23	3.46	50.31	2.08	82.37	4.98	8.52
24	Kimya	21.28	26.48	19.72	24.77	18.68	24.55	4.64	11.95
25	Kauçuk- Plastik	2.42	27.96	2.49	26.93	2.26	27.78	3.57	14.74
26	Diğer Metal Olmayan Min.	1.04	12.52	1.32	11.69	1.47	14.40	6.33	14.41
27-28	Ana Metaller	9.92	15.87	13.98	19.27	26.37	32.47	26.65	33.66
29	Makine (B.y.s)	7.69	17.77	5.71	22.07	5.30	29.56	2.63	27.15
30-33	Elektrikli-Optikli Cihazlar	17.07	25.22	24.91	33.89	16.71	29.66	8.90	22.09
34-35	Ulaşım Araçları	14.86	26.42	19.51	30.31	18.44	35.23	27.07	44.38
36-37	İmalat, B.y.s.	0.81	10.64	0.59	17.12	0.67	26.57	1.53	29.36
E	Elektrik-Gaz-Su	0.08	29.01	0.97	20.64	0.15	39.56	0.13	3.52
F	İnşaat	0.04	10.75	0.06	12.59	0.04	17.94	0.19	22.71
50	Motorlu Taşıtların Bakımı	0.02	12.23	0.01	9.32	0.01	10.72	0.01	13.80
51	Toptan Ticaret	0.04	5.17	0.01	5.50	0.02	6.81	0.03	9.88
52	Perakende Ticaret	0.01	4.51	0.01	6.78	0.01	8.56	0.01	11.49
H	Oteller ve Lokantalar	0.10	9.45	0.01	7.96	0.00	7.44	0.01	13.42
60	Karayolu Taşımacılığı	0.12	10.89	0.17	9.40	0.26	11.31	1.44	18.23
61	Su yolu Taşımacılığı	0.05	9.92	1.30	10.98	2.99	11.41	9.75	24.17
62	Havayolu Taşımacılığı	1.40	11.11	0.41	8.19	0.18	8.27	3.10	20.02
63	Destekleyici ve Yardımcı Ulaştırma Faaliyetleri	0.01	11.57	0.10	4.20	0.22	3.94	8.47	13.80
64	Posta ve Telekomünikasyon	0.40	26.95	0.07	11.78	0.09	9.36	0.52	8.95
J	Finansal Aracılık	0.04	3.28	0.25	3.54	0.70	4.52	3.46	6.65
70	Gayrimenkul Faaliyetleri	0.00	6.45	0.00	10.56	0.00	12.12	0.01	15.06
71-74	Makine-Teçhizat Kiralama	0.07	18.96	0.12	13.58	0.25	14.54	0.35	10.98

L	Kamu Yönetimi, Savunma ve Sosyal Güvenlik	-	0.00	12.63	0.01	9.50	0.01	15.83
M	Eğitim	0.00	12.68	0.17	8.52	0.00	9.25	8.44
N	Sağlık ve Sosyal İşler	0.02	19.87	0.12	13.83	0.00	11.82	8.73
O	Diğer Toplumsal, Sosyal ve Kişisel Hizmetler	2.50	12.29	0.47	6.86	0.90	6.65	7.29
P	Evlerde Yapıtılan İşler	-	-	-	-	-	-	-
D	İmalat Sanayi Toplamı	7.70	18.56	7.98	21.75	8.40	22.07	19.62

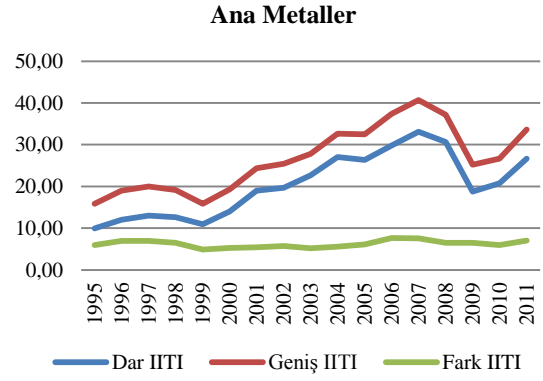
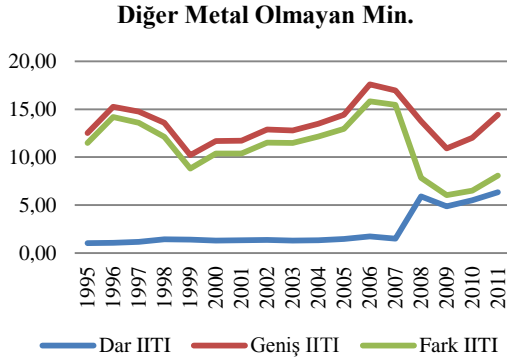
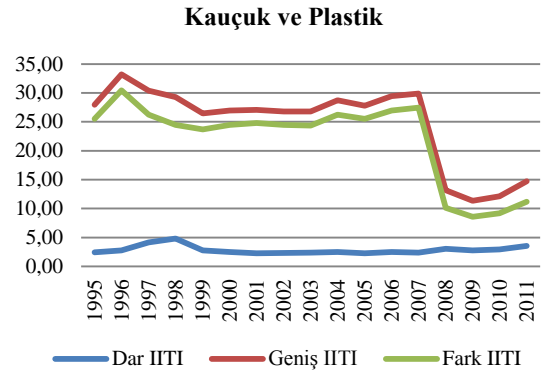
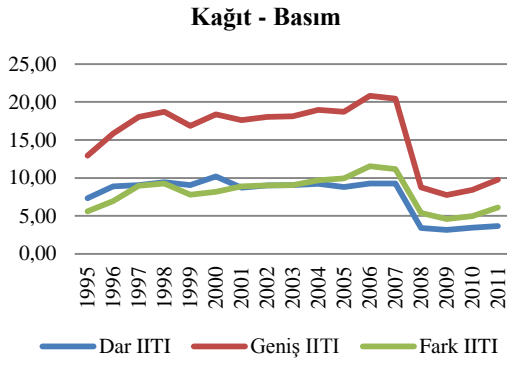
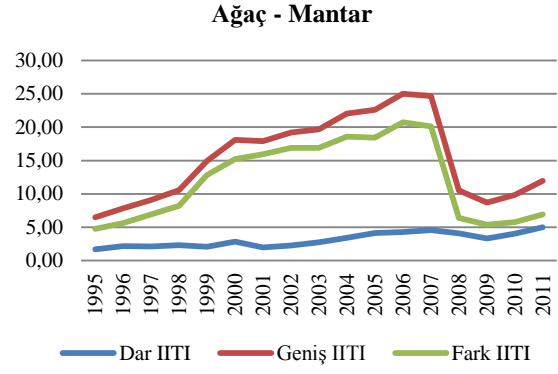
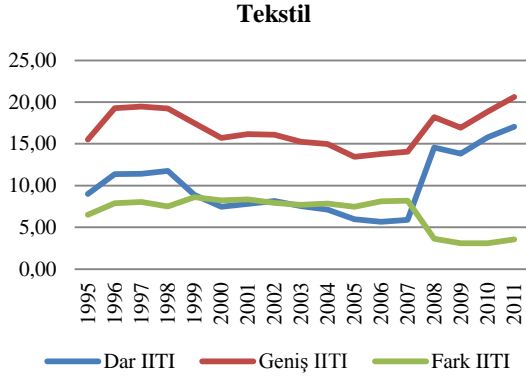
IITI endeksi, WIOD'te yer alan yıllık girdi-çıkıtı tabloları kullanılarak 1995-2011 dönemi için yıllık olarak hesaplanmıştır.

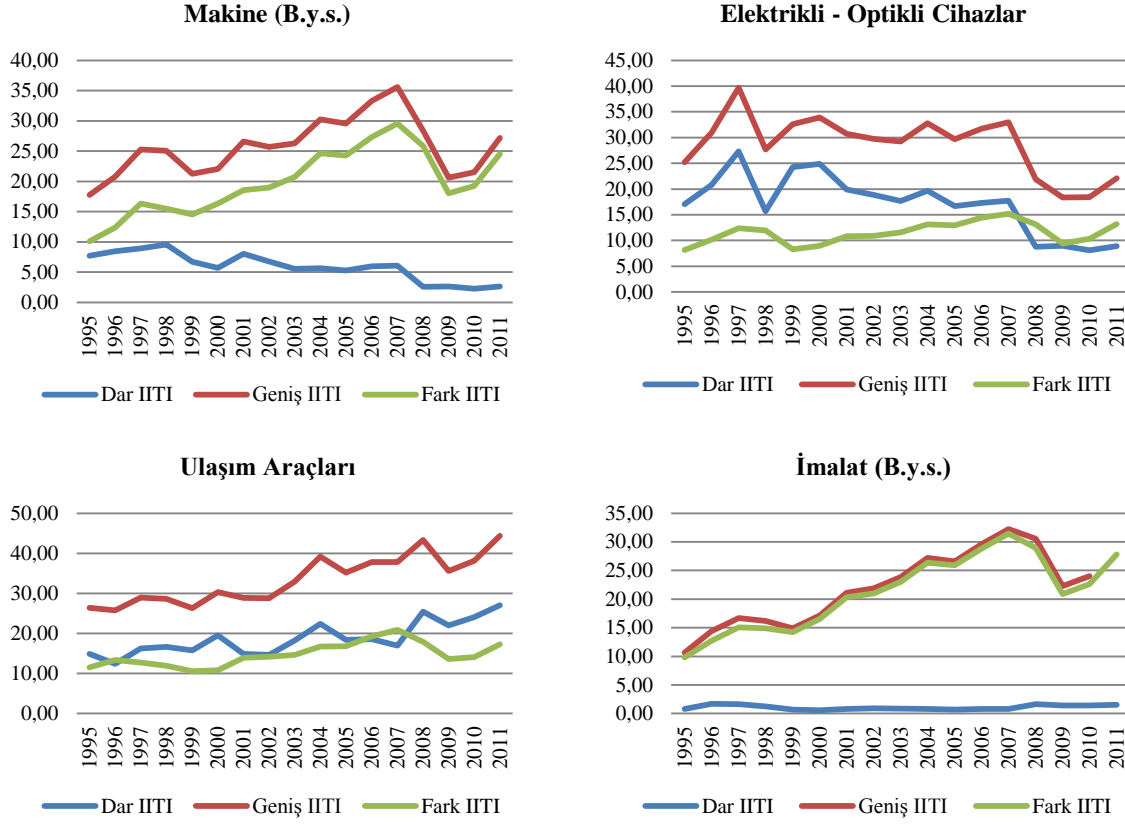


Şekil 2. İmalat sanayi IITI

Tablo 1'de WIOD'te yer alan girdi-çıkıtı tabloları kullanılarak hesaplanan 1995, 2000, 2005 ve 2011 yıllarına ilişkin sektörel düzeyde dar ve geniş dış kaynaklanma düzeyleri verilmiştir. İmalat sanayi için geniş dış kaynaklanma dar dış kaynaklanmaya göre daha yüksek değerler almıştır. Şekil 2 imalat sanayinde 1995-2011 döneminde dar ve geniş dış kaynaklanmanın gelişimini vermektedir. Buna göre dar kapsamlı dış kaynaklanma 1995 yılında yüzde 7.70 iken, 2000 yılında yüzde 7.98'e, 2005 yılında yüzde 8.40'a ve 2011 yılında da yüzde 10.78'e yükselmiştir. Böylece 1995-2011 döneminde imalat sanayinin dar kapsamlı dış kaynaklanma yoğunluğunda yüzde 39.98'lik büyüme tespit edilmiştir. Aynı dönemde imalat sanayinin geniş kapsamlı dış kaynaklanma yoğunluğu ise yüzde 5.69'luk bir büyüme göstermiştir. Dar dış kaynaklanma yoğunluğundaki büyümenin geniş dış kaynaklanma yoğunluğundaki büyümeden daha yüksek çıkması imalat sanayi açısından artan ithal girdi kullanımlarının daha çok imalat sanayi bünyesinde gerçekleşen faaliyetlerden kaynaklandığını göstermektedir. Ayrıca şekil 2'den geniş kapsamlı dış kaynaklanmanın 2006-2008 dönemindeki küresel olumsuzluklara daha duyarlı olduğu da gözlenmiştir. Bu dönemde dış dünyada yaşanan gelişmeler özellikle endüstriler arası dış kaynaklanmada önemli azalışlara yol açmıştır. Bu durum şekilde geniş ve dar ölçüm arasındaki farkı ifade eden endüstriler arası dış kaynaklanma (Fark IITI) izlenerek gözlenebilir. 2007 yılı ile birlikte diğer endüstrilerden kullanılan ithal girdiler önemli oranda azalırken endüstri içi ithal girdi kullanımındaki azalış görece daha düşük düzeylerde olmuştur.

Öte yandan 1995-2011 döneminde dar ve geniş dış kaynaklanma yoğunluğu imalat sanayinin belli başlı endüstrilerinde artmıştır. Bu endüstriler Tekstil, Ağaç - Mantar Ürünleri, Kauçuk - Plastik, Diğer Metal olmayan mineraller, Ana Metaller, Ulaşım Araçları ve İmalat (B.y.s.(başka yerde sınıflandırılmamış)) endüstrileridir. Bu endüstrilerde dış kaynaklanmanın 1995-2011 dönemindeki gelişimi şekil 3 aracılığıyla incelenebilir.





Şekil 3. Seçilmiş İmalat Sanayi Endüstrilerinde İITI

Kaynak: WIOD'den kendi hesaplamalarımız

Şekil 3'e göre, tekstil endüstrisinde dar ve geniş dış kaynaklama yoğunluğunda bir miktar artış gözlenmiş, ancak bu artışlar 1998'le birlikte azalışa dönüşmüş ve bu azalışlar 2006/2007 yılına kadar sürmüştür. Geniş dış kaynaklanma 2006 yılıyla birlikte, dar dış kaynaklanma ise 2008 yılı ile birlikte artmaya başlamıştır. Böylece 2007 yılı sonrasında tekstil endüstrisinde ithal girdi kullanımı önemli oranda artmıştır. Ancak bu dönemde endüstri içi ithal girdi kullanımındaki (dar dış kaynaklanmada) artışlar daha yüksek olduğundan bu endüstrinin diğer endüstrilerden kullandığı ithal ara girdilerde önemli azalış gözlenmiştir. Bu durum tekstil endüstrisinin diğer endüstrilerden ithal girdi kullanımını gösteren endüstriler arası dış kaynaklanmanın 2007 sonrasında gösterdiği azalıştan izlenebilmektedir.

Ağaç - mantar ürünleri endüstrisinde ithal girdi kullanımı genellikle diğer endüstrilerden kaynaklanmaktadır. Dar ve geniş dış kaynaklanmada 2007 yılına kadar önemli büyümeler gözlenmiştir. Ancak 2007 sonrasında dar dış kaynaklanmadaki artışlar sürmesine karşın geniş dış kaynaklanma azalmıştır. Böylece 2007 sonrasında endüstriler arası ithal girdi kullanımı (Fark İITI) azalmış ve endüstrinin ithal girdi kullanımındaki artışlar endüstri içi ithal girdi kullanımlarından dolayı sürmüştür.

Kâğıt - basım - yayım endüstrisinde diğer endüstrilerden ithal girdi kullanımı endüstri içi ithal girdi kullanımına göre daha yüksektir. 1995-2007 döneminde dar ve geniş dış kaynaklanma artarken 2007 sonrasında her ikisinde önemli oranda azalış gözlenmiştir. Ancak endüstriler arası ithal girdi kullanımındaki azalış endüstri içi ithal girdi kullanımındaki azalışa göre daha yüksek olmuştur. Diğer metal olmayan mineraller endüstrisinde endüstri içi ithal girdi kullanım yoğunluğu endüstriler arası ithal girdi kullanımına göre oldukça düşük düzeydedir. 1999-2011 dönemi boyunca, dar dış kaynaklanma sürekli artarken geniş dış kaynaklanma 2007 yılıyla azalmaya başlamıştır. 2007-2009 sonrasında dar dış kaynaklanma artarken geniş dış kaynaklanmanın düşmesi ile bu dönemde endüstriler arası dış kaynaklanmadaki düşüş daha fazla olmuştur. Böylece 2007 sonrasında sektörün ithal girdi kullanımındaki artışlar önemli oranda endüstri içi dış kaynaklanmadan kaynaklanmıştır.

Ana metaller endüstrisindeki ithal girdi kullanımları endüstri içi ve endüstriler arası dış kaynaklanma kaynaklı olmuştur. 2005 yılına kadar dar ve geniş dış kaynaklanma birlikte artarken, 2005 sonrasında diğer endüstrilerden ithal girdi kullanımında bir miktar artış gözlenmiştir. Olumsuz dış gelişmeler sonrasında 2010 yılıyla birlikte endüstrinin ithal girdi kullanımını yeniden artmaya başlamıştır. Bu endüstri için en çok dikkat çeken nokta hem endüstri içi hem de endüstriler arası ithal girdi kullanımının oldukça yoğun olmasıdır. Makine (B.y.s.(başka yerde sınıflandırılmamış)) endüstrisinde dönem boyunca endüstri içi dış kaynaklanma azalırken endüstriler arası dış kaynaklanma artmıştır. Özellikle 2007 sonrasında endüstrinin dış kaynaklanma yoğunluğundaki artışlar büyük ölçüde diğer endüstrilerden ithal girdi kullanımlarıyla, bir başka ifadeyle endüstri içi dış kaynaklanmadan. Elektrikli - optikli cihazlar endüstrisinde de benzer bir durum gözlenmiştir. Bu endüstride dönem boyunca dar ve geniş dış kaynaklanma azalırken endüstriler arası dış kaynaklanmadaki artış dikkat çekmektedir. Bu bağlamda bu endüstrinin diğer endüstrilerden kullandığı ithal girdiler artmıştır. Küresel krizin yansımaları göz ardı edildiğinde, İmalat (B.y.s.) endüstrisinde de diğer endüstrilerden ithal girdi kullanımları sürekli artış göstermiştir. Son olarak Türkiye'nin ihracatında önemli yere sahip olan Ulaşım araçları endüstrisinde dar ve geniş dış kaynaklanma dönem boyunca sürekli artmıştır. 2007 sonrasında endüstri içi dış kaynaklanmadaki artışlar daha yüksek olduğundan, endüstrinin diğer endüstrilerden kullandığı ithal girdilerin toplam girdi kullanımları içindeki payını gösteren endüstriler arası dış kaynaklanma yoğunluğu azalmıştır.

Özetle, imalat sanayinde ithal girdi kullanımları büyük ölçüde endüstriler arası nitelik taşımakla birlikte ulaşım araçları, ana metaller ve ağaç - mantar ürünleri gibi belli başlı endüstrilerde endüstri içi dış kaynaklanmadan kaynaklı endüstri içi ithal girdi kullanımında önemli artışlar saptanmıştır. İmalat sanayinin genelinde de dar dış kaynaklanmadaki artışlar, dönem boyunca endüstri içi ithal girdi kullanımında artışlar olduğunu göstermiştir.

SONUÇ

Son yıllarda teknolojiye ilerlemeler ticaret maliyetlerinin önemli ölçüde azalmasına neden olmuştur. Bu durum firmalara, üretim maliyetlerini azaltmak ve uluslararası piyasalarda rekabet gücü elde etmek için üretim süreçlerini ülkeler arasında parçalama olanağı vermiştir. Bu nedenle bugünün dünyasında, bir nihai malın üretim süreci farklı parçalar boyunca parçalanmakta ve üretim sürecinin her bir parçası firmalar tarafından farklı ülkelerde konumlandırılmış firmalara kaydırılmaktadır. Üretimi yurt dışına kaydırılmış bu parçalar ev sahibi ülke firmaları tarafından nihai malı üretmek üzere ithal edilmektedir. Böylece uluslararası dış kaynaklanma bu süreçte yeni bir ticaret biçimi olarak ortaya çıkmış ve hem ekonomik araştırma hem de politik tartışmalar bağlamında önemli düzeyde ilgi görmüştür. Uluslararası dış kaynaklanmayı ölçmeye yönelik ampirik çalışmalar kullandıkları veri kaynakları bağlamında farklı yöntemleri benimsemişlerdir.

Bu çalışmanın amacı 1995-2011 döneminde Türkiye'de uluslararası dış kaynaklanma ticaretini ölçmektir. Bu bağlamda girdi çıktı tabloları kullanılarak uluslararası dış kaynaklanma ticaretinin Türkiye'deki gelişimi incelenmiştir. Sonuçlar uluslararası dış kaynaklanmanın artan bir trende sahip olduğunu göstermektedir.

İmalat sanayinde ithal girdi kullanımları büyük ölçüde endüstriler arası nitelik taşımakla birlikte ulaşım araçları, ana metaller ve ağaç - mantar ürünleri gibi belli başlı endüstrilerde endüstri içi dış kaynaklanmadan kaynaklı endüstri içi ithal girdi kullanımında önemli artışlar saptanmıştır. İmalat sanayinin genelinde de dar dış kaynaklanmadaki artışlar, dönem boyunca endüstri içi ithal girdi kullanımında artışlar olduğunu göstermiştir.

Bu noktada çalışmanın önemli bir kısmı ifade edilmelidir. Çalışmada girdi çıktı tabloları kullanılarak uluslararası dış kaynaklanma ticaretinin Türkiye'deki gelişimi incelenmiştir. Bunun haricinde uluslararası dış kaynaklanma ara girdi dış ticaret istatistiklerinden ve firma düzeyindeki mikro veri setlerinden yararlanılarak ta hesaplanabilir. Özellikle mikro veri setleri hangi aşamanın yurt dışına kaydırıldığı hususunda daha net ifadeler içerebilir. Bu yöntemlerle hesaplanacak dış kaynaklanma endeksi yine ithal ara girdilerin toplam girdi kullanımları içerisindeki payı olarak hesaplanabilir.

KAYNAKLAR

Agnese, P., & Ricart, JE (2009). *Offshoring: Facts and numbers at the country level*. University Library of Munich.

Amiti, M., & Wei, SJ (2005). Fear of service outsourcing: is it justified?. *Economic policy*, 20 (42), 308-347.

- Aubuchon, C., Bandyopadhyay, S., & Bhaumik, S. (2012). The extent and impact of outsourcing: evidence from Germany. *Federal Reserve Bank of St. Louis Review*, (4), 287-304.
- Baldone, S., Sdogati, F., & Tajoli, L. (2001). Patterns and determinants of international fragmentation of production: Evidence from outward processing trade between the EU and Central Eastern European countries. *Weltwirtschaftliches Archiv*, 137 (1), 80-104.
- Borga, M., & Zeile, WJ (2004). International fragmentation of production and the intrafirm trade of US multinational companies. *Bureau of Economic Analysis Working Paper WP2004-02*.
- Bottini, N., Ernst, C., & Luebker, M. (2007). *Offshoring and the labour market: What are the issues?*. Internat. Labour Office.
- Cadarso, MÁ, Gómez, N., López, LA, & Tobarra, MÁ (2008). The EU enlargement and the impact of outsourcing on industrial employment in Spain, 1993–2003. *Structural Change and Economic Dynamics*, 19 (1), 95-108.
- Campa, J. & Goldberg, LS (1997). The evolving external orientation of manufacturing: A profile of four countries. *FRBNY Economic Policy Review*, July 1997.
- Chen, H., Kondratowicz, M., & Yi, KM (2005). Vertical specialization and three facts about US international trade. *The North American Journal of Economics and Finance*, 16 (1), 35-59.
- Egger, H. (2003). Outsourcing in a global world. *Dissertation der Wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät der Universität Zürich*.
- Ekholm, K., & Hakkala, KN (2008). The Effect of Offshoring on Labor Demand: Evidence from Sweden.
- Feenstra, RC (2011). Offshoring to China: The local and global impacts of processing trade. *Institute for Applied International Trade, Open Economy Lectures*.
- Feenstra, RC, & Hanson, GH (1996). Globalization, outsourcing, and wage inequality. *American Economic Review*, 86 (2), 240-245.
- Feenstra, RC, & Hanson, GH (1999). The impact of outsourcing and high-technology capital on wages: estimates for the United States, 1979–1990. *The Quarterly Journal of Economics*, 114 (3), 907-940.
- Geishecker, I. (2007). Assessing the extent and development of international outsourcing in the euro area. *document reprographié, Université de Göttingen*.
- Geishecker, I., & Görg, H. (2008). Winners and losers: A micro-level analysis of international outsourcing and wages. *Canadian Journal of Economics/Revue canadienne d'économique*, 41 (1), 243-270.
- Görg, H. (2000). Fragmentation and trade: US inward processing trade in the EU. *Weltwirtschaftliches Archiv*, 136 (3), 403-422.
- Hijzen, A. (2005). A bird's eye view of international outsourcing: data, measurement and labour demand effects. *Economie internationale*, (4), 45-63.
- Horgos, D. (2008). *International Outsourcing-Some Measurement Problems*. Mimeo.

- Horgos, D. (2009). Labor market effects of international outsourcing: How measurement matters. *International Review of Economics & Finance*, 18 (4), 611-623.
- Lorentowicz, A., Marin, D., & Raubold, A. (2005). *Is human capital losing from outsourcing*. In *Evidence for Austria and Poland*, presented at the Workshop on “Re-location of production and jobs to CEE countries” Hamburg.
- Michel, B., & Rycx, F. (2009). *Does offshoring of materials and business services affect employment? Evidence from a small open economy*. IZA DP No. 4164
- OECD. (2007). *Staying competitive in the global economy: Moving up the value chain*. OECD.
- OECD. (2008). *Staying competitive in the global economy: Compendium of studies on global value chains*. OECD.
- Olsen, KB (2006). *Productivity impacts of offshoring and outsourcing: A review*. STI Working Paper 2006/1. OECD.
- Ruane, F. & Görg, H. (1999). *Globalisation and Fragmentation: Evidence from the Electronics Industry in Ireland* (No. 9911). Trinity College Dublin, Department of Economics.
- Saieva, V. (2012). International production relocation. *Economic Focus*, (2), 1-26.
- Strauss-Kahn, V. (2004). The role of globalization in the within-industry shift away from unskilled workers in France. In *Challenges to globalization: Analyzing the economics* (pp. 209-234). University of Chicago Press.
- Timmer, M. (2012). *The world input-output database (WIOD): contents, sources and methods*. WIOD Background document available at: www.wiod.org
- Yeats, AJ (1998). *Just how big is global production sharing?* (No. 1871). The World Bank.

ÇALIŞANLARIN OTANTİK LİDERLİK ALGISINDA DUYGUSAL ZEKÂ VE POZİTİF PSİKOLOJİK SERMAYENİN ROLÜ: ADANA'DA AİLE İŞLETMELERİNDE BİR ÇALIŞMA*

Tuğba SOYMAN¹, Kemal Can KILIÇ²

Makale Bilgisi

Araştırma Makalesi

DOI: 10.35379/cusosbil.1021314

Makale Geçmişi:

Geliş 09.11.2021

Düzeltilme 28.02.2022

Kabul 19.04.2022

Anahtar Kelimeler:

Duygusal Zekâ,

Otantik Liderlik,

Pozitif Psikolojik Sermaye,

Aile Şirketleri.

ÖZ

İlerleyen zaman içerisinde üretim, satış, pazarlama, inovasyon ve nihayetinde tüketicinin talebine özel geliştirilen kişiye özel ürünlerin pazarlanması iş dünyasının değişen bir gerçeği iken bu değişimi destekleyen ve değişimin gerçekleşmesinde aktif rol oynayan örgütlerin iç dinamiklerinin farklılaştığı görülmektedir. Bu çalışmada, çalışanların öz-yeterlilik, iyimserlik, umut ve dayanıklılıktan oluşan olumlu duygularının geliştirilmesini temel alan pozitif psikolojik sermayeleri ile kendini tanıma, duygularını yönetebilme, motivasyon, empati ve sosyal beceri duygularını temel alan duygusal zekâları ve bu iki kavramın çalışanların otantik liderlik algısı üzerindeki etkileri incelenmiştir. Adana'da faaliyet gösteren otantik liderlik özellikleri taşıdığı düşünülen küçük, orta ve büyük ölçekli aile şirketleri temel alınarak; çalışanların duygusal zekâ ve pozitif psikolojik sermayeleri ile otantik liderlik algıları arasındaki ilişkinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Bu amaca ulaşabilmek için yapılan ankette Peekar ve arkadaşları (2017) tarafından geliştirilen "Rotterdam Duygusal Zekâ Ölçeği", Fred Luthans ve arkadaşları (2007) tarafından geliştirilen "Psikolojik Sermaye Ölçeği" ile Walumbwa, Avolio, Gardner, Wensing ve Peterson (2008) tarafından geliştirilen "Otantik Liderlik Ölçeği" kullanılmıştır. Yapılan araştırma sonucunda çalışanların duygusal zekâ ve pozitif psikolojik sermayelerinin otantik liderlik algısı üzerinde pozitif ve anlamlı bir etkisinin olduğu sonucuna varılmıştır.

THE ROLE OF EMOTIONAL INTELLIGENCE AND POSITIVE PSYCHOLOGICAL CAPITAL IN EMPLOYEES' AUTHENTIC LEADERSHIP PERCEPTION: A STUDY ON FAMILY COMPANIES IN ADANA

Article Info

Research Article

DOI: 10.35379/cusosbil.1021314

Article History:

Received 09.11.2021

Revised 28.02.2022

Accepted 19.04.2022

Keywords:

Authentic Leadership,

Emotional Intelligence,

Positive Psychological Capital,

Family Companies.

ABSTRACT

While the production, sales, marketing, innovation and eventually marketing of personal products developed specially for the consumers' demand is a changing reality of the business world, it is undeniable that the internal dynamics of organizations that support this change and play an active role in the realization of this change, also differs. In this research, positive psychological capital based on the development of the positive emotions of employees in self-efficacy, optimism, hope and resilience, and emotional intelligence based on self-awareness, self-regulation, motivation, empathy and social skill and their effects on authentic leadership perception are examined. This study, based on small, medium and large-scale family companies operating in Adana; aimed to determine the relationship between emotional intelligence and positive psychological capital of employees and their authentic leadership perception. In the questionnaire conducted to achieve this aim, the "Rotterdam Emotional Intelligence Scale" developed by Peekar et al. (2017), the "Positive Psychological Capital Scale" developed by Fred Luthans et al. (2007) and the "Authentic Leadership Scale" developed by Walumbwa, Avolio, Gardner, Wensing and Peterson (2008) were used. The results of the study showed that the emotional intelligence and positive psychological capital of the employees have a significant effect on authentic leadership perception.

* Bu çalışma, 2020 yılında Çukurova Üniversitesi'nde Yüksek Lisans tezi olarak tamamlanan Tuğba Soyman'ın tezinden üretilmiştir. Yazarlar çalışmanın etik kurallara bağlı olarak hazırladığını taahhüt eder.

¹ Çukurova Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, tugbasoyman@gmail.com, ORCID: 000-0002-7944-0986

² Prof. Dr., Çukurova Üniversitesi, İİBF, kcan@cukurova.edu.tr, ORCID: 0000-0003-1248-3321

Alıntılanmak için/Cite as: Soyman, T., Kılıç, K.C. (2022), Çalışanların Otantik Liderlik Algısında Duygusal Zekâ ve Pozitif Psikolojik Sermayenin Rolü: Adana'da Aile İşletmelerinde Bir Çalışma, Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 31 (1), 89-104.

GİRİŞ

Liderlik, sosyal bilimlerin birçok alanında çeşitli araştırmalara konu olmuştur ancak hakkında ortak bir tanım yapılmamıştır. İçinde insan denilen psikolojik varlığı barındıran liderliğin çözümlenmesi, anlaşılması kolay olmamaktadır (Sığırı, 2012, s. 92). İyi bir lider, yüksek etik sahibi, hedefleri bilen, güçlü iletişim yönü olan, saygı duyulan, fikirlerini ve iş süreçlerini net bir şekilde ifade edebilen, işbirlikçi, motive edebilir, zamanı etkin kullanabilen, yeniliğe açık, öğrenmeyi seven, kendisini geliştiren bir kişiliktir (Yetgin, 2016, s. 130).

Sağır ve Aydın'a (2019) göre, 21. yüzyılın ikinci döneminde iletişim teknolojilerinin gelişimlerine bağlı olarak meydana gelen yüksek rekabet koşullarında örgütler, yeni ve pozitif yaklaşım sergileyebilen bir liderlik türüne ihtiyaç duymuşlardır. Örgütlerin en genel amaçlarından bir tanesi varlıklarını devam ettirmek ve büyümek olduğundan, büyümenin ve sürekliliğinin sağlanması için etkili bir liderin varlığına ve örgütsel bağlılık düzeyleri yüksek iş görenlere ihtiyaç duyulmaya başlanmıştır (s. 801).

Örgüt ortamında, çalışanların kendileriyle yürekte iletişim kuran ve kendilerine ilham veren liderler arzularının neticesi olarak otantik liderler devreye girer ve içlerindeki tutkunun sağladığı enerjiden güç alarak doğru olanı diğerlerine gösterirler. Denebilir ki otantik liderler örgütsel ortamda geliştirdikleri ve sürdürdükleri güven, şeffaflık, örgütsel bağlılık, iş tatmini, sorumluluk üstlenmeye istekli olma gibi pozitif sonuçlar elde etmeye dönük önemli işlevleri yerine getiren liderlerdir. Bu bağlamda otantik liderlik, lider ve izleyenleri arasında şeffaflığa dayalı bir ilişkiyi gerekli kılan, izleyenlerine kim oldukları ve neye inandıkları konusunda şüpheye yer bırakmayacak biçimde şeffaf bir liderlik yaklaşımını esas alan, kendini bilme argümanına dayalı olarak ortaya çıkan ve bu argümandan beslenen bir liderlik süreci olarak karşımıza çıkar (Keser & Kocabaş, 2014, s. 2).

Bireyin sahip olduğu psikolojik sermaye, otantik liderlik gelişiminin öncülü konumundadır (Luthans & Avolio, 2003). Psikolojik sermaye bireyin, daha zor durumlarda başarıya ulaşmak için yeterli çabayı sarf etmesi, şu an ve gelecekte başarılı olmak için olumlu duygular içerisinde bulunması, hedeflere doğru ilerlemesi ve bu ilerlemelerde yeni yollar bulması, bütün zorluklarda ve karşılaşılan sorunlarda dayanıklılık ve esneklik göstermesi ile karakterize edilen pozitif psikolojik gelişimdir (Büyükbşe ve diğerleri, 2019).

Liderlik, duygusal zekânın çokça tartışıldığı ve üzerine pek çok bilimsel çalışmalar yapıldığı alanlardan birisidir. Yapılan bilimsel araştırmalar duygusal zekâ seviyesi ile liderlerin etkililikleri ve başarıları arasında pozitif ve kuvvetli bir ilişki olduğunu göstermiştir (Delice & Günbeyi, 2013, s. 210). Duygusal zekânın, bireylerin iş yaşamındaki başarısını etkileyen kişilik ve zekâ gibi faktörlerden farklı olarak geliştirebilir olması liderlikle ilişkisini daha da önemli kılmaktadır (Erkuş & Günlü, 2008, s. 191).

Son yıllarda Amerika ve Avrupa'da verimliliği ve rekabet avantajlarını arttırmak için yeniden yapılanma, şirket birleşmeleri ve evlilikleri gibi yeni yönetim modellerini ve stratejilerini uygulayan işletmelerdeki başarısızlık nedenlerinin iş tatminsizliği, düşük moral, şiddet eğilimi, sabotaj, yabancılaşma gibi faktörlerden kaynaklandığı saptanmıştır. Bu sonuçlara göre, örgütlerdeki problemler teknik bilgilerdeki yetersizlik veya zekâ ile ilgili yeteneklerin eksikliğinden daha çok duygular dünyasının alanına giren yeteneklerin ve becerilerin eksikliğinden kaynaklanmaktadır. Dolayısıyla duyguların ya görmezden gelindiği ya da çok dar sınırlar içinde var sayıldığı rasyonel perspektifle işleyen örgütlerdeki liderlerin başarı faktörleri günümüzde aynı etkinlik ve geçerliliğe sahip değildirler (Acar, 2002, s. 54).

Bu bağlamda bu araştırmanın amacı çalışanların duygusal zekânının ve pozitif psikolojik sermayelerinin otantik liderlik algısı üzerindeki etkilerini incelemek ve bahse konu kavramlar arasındaki etkileşimi test etmek ve elde edilen veriler ile aile şirketlerine yönetsel açıdan bilimsel veri sağlamaktır.

Ulaşılmaya hedeflenen sonuçlara giden süreçte 2 sorunun yanıtı aranmıştır;

- Duygusal zekânın otantik liderlik algısı üzerinde pozitif ve anlamlı bir etkisi var mıdır?
- Pozitif psikolojik sermayenin otantik liderlik algısı üzerinde pozitif ve anlamlı bir etkisi var mıdır?

Otantik liderlik yeni ün kazanmaya başlamış ve yeni duyulan bir kavramdır. Otantik liderlik olumlu liderlik biçimlerinden olup geleneksel liderlik biçimlerinin ötesinde izleyenleri ahlaki ve etik davranışıyla etkileme yoluna gider. Otantik liderliğin ölçüsü samimi olabilme yeteneğiyle ölçülür. Birçok araştırmacı için otantik liderlik henüz kendisini kanıtlamamış, daha fazla araştırılmaya ihtiyaç duyulan bir alan olarak görülmektedir (Şahin, 2019, s. 40).

Son dönemde ilgiyi üzerinde toplayan liderlik davranışlarından otantik liderliğin (Yılmaz, 2019, s. 160); günümüz işyerlerinde performans artışı için ölçülebilen, geliştirilebilen ve etkin olarak yönlendirilebilen insan kaynağı potansiyelinin ve psikolojik kapasitesinin incelenmesine ilişkin uygulamalar olarak tanımlanan psikolojik sermayenin (Keleş, 2011, s. 343) ve kişinin kendi ve başkalarının güdülerini tanıyıp doğru tartabilmek ve değişen hayat şartlarına bağlı olarak bireylerin davranış ve duygularına yerinde ve uygun karşılıklar

verebilmelerini sağlayan duygusal zekânın (Poskey, 2006, aktaran Delice & Günbeyi, 2013, s. 211) daha önce yapılan literatür çalışmalarına bir katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Bu araştırma ile hem teorik olarak literatüre hem de pratik olarak uygulamacılara yönelik bir katkı sağlanması ve bilimsel veriler ışığında günümüz iş dünyasındaki çalışan lider arasındaki etkileşime ve farklılaşmalara dikkat çekilmesi temel alınmıştır.

LİTERATÜR TARAMASI

Duygunun Tanımı

Psikoloji alanında duygunun, zekâ kavramı gibi pek çok değişik tanıma sahip bir kavram olduğu görülmektedir (Çakar & Arbak, 2004). Feldman'a (1996) göre duygu, mutluluk, umutsuzluk ya da üzüntü gibi fizyolojik ve bilişsel tabanları olan ve davranışı etkileyen faktörlerdir.

Bireyler gerek iş, gerekse iş dışındaki yaşamlarında birçok duygu yaşar. Bu anlamda duygular, insan davranışının bir parçası olup bireyin iç dünyasından karşılıklı ilişkilere kadar birçok alanda belirleyicidir ve insan davranışında temel bir role sahiptir (Erkuş & Günlü, 2008, s. 188).

Zekânın Tanımı

Zekâ genel olarak, öğrenme, anlama ve alışılmamış durumlarla baş edebilme yeteneği olarak tanımlanabilir. Başka bir tanıma göre zekâ, basit bilgiyi elde edip, onu yeni durumlarda kullanma yeteneği olarak tarif edilmektedir (Lam & Kirby, 2002, s. 142).

Bireylerin hem mesleki anlamda başarılı olmaları hem de verimli bir yaşam sürdürebilmeleri için bilişsel zekâ kadar duygusal zekâyı da ihtiyaçları olduğu yaklaşımı giderek daha çok önem kazanmaktadır (Delice & Günbeyi, 2013, s. 211).

Duygusal Zekânın Tanımı

Duygusal zekânın teorik alt yapısını Thorndike'in (1920) ortaya attığı sosyal zekâ modeli oluşturmaktadır. Bu modele göre kişilerin başkalarının duygularını anlama ve algılama yeteneği genel zekâsından ayrı bir özelliktir. Thorndike (1920), sosyal zekâ adı altında duygusal zekânın tanımına yakın bir yapı oluşturmuştur. Gardner (1983), sosyal zekâ kavramını genişleterek çoklu zekâ kavramını gündeme getirmiştir. Kişiler arası zekâ, bir başkasıyla ilgilenen kişinin zekâsı ve duygu gruplarının karışık ve yüksek farklılıklarını sembolize edebilme yeteneği olarak tanımlanırken; bunun zıttı olarak kişisel zekâ, başkalarıyla olan ilişkide kişinin kendi zekâsını ve diğer kişisel yeteneklerinin (hisleri, huyları, motivasyonu ve niyetleri) farkında olması ve bunları birbirinden ayırması olarak tanımlanmaktadır. Duygusal zekâ kavramının gelişmesi, insanların bir konuyla ilgili başarılarını ölçmek için kullanılan genel ölçüm testlerinden (üniversite seçme sınavları, IQ testleri vs.) başarılı olan kişilerin birçoğunun, gerçek hayatta başarısız olduklarının tespit edilmesiyle ortaya çıkmıştır (Cumming, 2005, s. 3, aktaran Gürbüz & Yüksel, 2008).

Duygusal zekâ kavramı, ilk defa 1990 yılında Mayer ve Salovey tarafından başkalarının duyguları ve hislerini anlama becerisi olarak tanımlanmıştır. Bu yazarlara göre, duygusal zekâ sadece tek bir yetenek ya da doğal bir özellik değil fakat onun yerine duygusal muhakeme yeteneklerinin, duyguları anlama ve kontrol etme özelliklerinin, düzenlenmiş bir şeklidir (Gürbüz & Yüksel, 2008).

Mayer ve Salovey'e (1990) göre, duygusal zekâ, kendisinin ve başkalarının his ve duygularını izleme, aralarındaki ilişkiyi anlama ve bu bilgiyi düşünme ve eylemlerini yönlendirmek için kullanma becerisini içeren sosyal zekânın alt kümesi olarak tanımlanabilir.

Goleman'a göre duygusal zekâ; kişinin hislerini bilmesi, içinde boğulmadan bu hisleri yönetebilmesi, yaptığı iş konusunda kendisini motive edebilmesi, diğerlerinin hislerini fark ederek etkin iletişim sağlayabilmesidir (Dulewicz & Higgs, 2000, s. 342, aktaran Aslan & Özata, 2008, s. 2).

Mayer ve Salovey (1990) duygusal zekâ tanımını beş ana başlık altında toplamışlardır:

1. Duygularının farkında olmak: Belirli bir durumda ya da anda ne hissettiğinin farkına varabilmek duygusal zekânın temelidir. İçgörü kazanabilmek ve kendini anlayabilmek için duyguların her an farkında olmak çok önemli bir gerekliliktir. Duygularını tanıyan kişiler, ruh hallerinin farkındadırlar, kişisel karar gerektiren konularda daha sağlıklı kararlar verebilirler, daha özerk davranabilirler, kendi sınırlarından emindirler ve hayata olumlu bir gözle bakabilirler.

2. Duygularla başa çıkabilmek: Farkına varılan duygularla uygun biçimde başa çıkabilmek duygusal zekânın temel özelliklerinden bir diğeridir. Kendini yatıştırma, yoğun endişelerden, karamsarlıktan, alınganlıklardan kurtulma yeteneği gibi yetenekleri kapsar. Bu yeteneği zayıf olan kişiler sürekli huzursuzlukla

mücadele ederken, kuvvetli olanlar ise hayatın tatsız sürprizleri ve terslikleriyle karşılaştıktan sonra kendilerini daha kolay toparlayabilmektedirler.

3. Kendini motive etmek: İnsanın kendini motive edebilmesi için öncelikle duygularını bir amaç etrafında toplayabilmesi gerekir. Duygusal özdenetim yani doyumunu erteleyebilme ve fevri davranışları engelleyebilme her başarının altında yatan çok önemli bir özelliktir. Kendini motive edebilme yeteneğine sahip kişiler yaptıkları her şeyde çok daha üretken ve etkili olurlar.

4. Başkalarının duygularını fark etmek: Başkalarının duygularını fark edebilmek ya da başka bir deyişle duygudaşlık kurabilmek, duygusal zekânın vazgeçilemez özelliklerinden bir diğeridir. Empatik kişiler başkalarının neye ihtiyacı olduğunu ve neyi istediğini gösteren sinyallere karşı daha duyarlıdır.

5. İlişkileri yürütebilmek: Duygusal zekânın bir diğer özelliği de diğer insanlarla olan ilişkileri yürütebilmektir. Bu beceriler popüler olmanın, liderliğin, kişilerarası etkililiğin altında yatan unsurlardır.

Duygusal Zekânın Bileşenleri

Kendini Tanıma: Kendi duygularının farkında olmak anlamına da gelen bireyin kendi hislerini, zayıf veya güçlü yanlarını bilmesidir. Bireyin kendi iç dünyasında hissettiği duygularını anlaması ve hissettiği duyguları arasındaki farklılıkları yorumlayabilmesi anlamına gelmektedir. Duygusal zekâ yetenekleri arasında en önemli olanı olarak tanımlanmaktadır (Marshall, 2001, s. 93).

Duyguları Yönetebilme: Özdenetim, duyguları yapılan işi engellemek yerine kolaylaştıracak şekilde idare etmek, vicdanlı olmak ve hedeflere ulaşmak için bir zevkin tatminini erteleyebilmektir (Doğan & Demiral, 2007). Goleman'a (2015) göre duyguları yönetebilme; yıkıcı dürtüleri ve ruh hallerini kontrol etmek veya yönlendirmektir.

Motivasyon: Motivasyonu, "bireylerin belirli bir amacı gerçekleştirmek üzere kendi arzu ve istekleri ile davranmaları ve çaba göstermeleri" şeklinde tanımlamak mümkündür (Doğan & Demiral, 2007). Goleman (2015) motivasyonu kendi iyiliği için başarıyı arzulamak olarak yorumlamıştır.

Empati: Empati, duygusal davranışın merkezi bir özelliği olabilir. Sosyal destek araştırmacılarının son yıllarda açıkladıkları gibi, bir kişinin akrabaları, arkadaşları ve komşuları kişinin var oluşuna kritik katkıda bulunur. İnsanlar birbirleriyle olumlu ilişki kurduklarında daha fazla yaşam doyumunu ve daha az stres yaşarlar. Örneğin, tavsiye veren bir kişinin kurduğu empati, tavsiyenin olumlu olarak algılanıp algılanmadığının önemli bir belirleyicisidir. Empati aynı zamanda fedakâr davranış için bir motivasyon kaynağıdır. Duygusal zekâsı yüksek olan arkadaşların, akrabalarının ve iş arkadaşlarının sayısı arttıkça, kişinin çevresinde empatik ve destekleyici bir sosyal yapı oluşacaktır (Mayer & Salovey, 1990).

Sosyal Beceri: Goleman'a (2015) göre sosyal beceri, İnsanları arzu edilen yönlere taşımak için başkalarıyla ilişki kurmaktır. Sosyal beceriler, bireylerin karşılıklı ilişkilerini etkili bir şekilde yönetebilme becerisi olarak tanımlanabilmektedir. Bu bir anlamda diğer duygusal zekâ yeteneklerinin bir sonucudur. Çünkü kendi duygu ve düşüncelerini bilen ve aynı zamanda başkalarının duygularını da anlayabilen bireyler, insan ilişkilerinde de başarılı ve etkili olacaklardır (Doğan & Demiral, 2007).

Psikolojinin Tanımı ve Pozitif Psikolojiye Geçiş

Psikoloji, bireylerin gözlemlenebilir davranışlarını ve bu davranışların altındaki sebep ve süreçleri inceleyen bir bilim dalıdır (Atkinson ve diğerleri, 1996).

Bir bütün olarak psikoloji alanı üç geniş hedefle başlamıştır: hasarı onarmaya çalışmak, sorunları önlemek ve insanlarda güçlü yanlar oluşturmak. Bununla birlikte, yıllar içinde, genel olarak toplum ve özellikle araştırma fonu kaynakları, insanlarda neyin yanlış olduğuna dair çalışmalara ilgi göstermişlerdir. Araştırma ve uygulamanın esas odağı özellikle psikolojik sorunların ve zayıflıkların nasıl düzeltileceği ve tedavi edileceği hâline gelmiştir (Luthans ve diğerleri, 2005).

Her ne kadar modern psikoloji ilk zamanlarında sadece sorunlu insanlara yardım etmekle kalmayıp, aynı zamanda insanlarda güçlü yanları tanımlamak ve güçlendirmekle ilgilendiyse de yıllar içerisinde tüm dikkatlerini insanlarda neyin hatalı olduğunu ve neyi düzeltmeleri gerektiğine ayırmışlardır (Luthans ve diğerleri, 2005).

Amerikan Psikoloji Derneği başkanı Martin Seligman liderliğindeki küçük ama hızla büyüyen araştırma psikologları grubu, güçlü yanlar üzerine inşa edilen olumlu bir yaklaşımın ihmal edildiğini fark etmeye başlamışlardır. Bunun üzerine pozitif psikoloji hareketini başlatmışlardır. Amaçları, araştırmaları yaşamdaki en kötü şeylerden uzaklaştırarak yaşamdaki en iyi şeylere kaydırmaktır. Misyonları, bireylerin, grupların, organizasyonların ve toplulukların gelişmesine izin veren faktörleri keşfetmek ve teşvik etmek için teorik bir anlayış oluşturmak ve bilimsel metodoloji kullanmaktır (Luthans, 2002).

Pozitif psikoloji hareketi, psikolojinin insan işleyişinin ve davranışının olumsuz, patolojik yönleriyle ilgili

kaygılarına bir tepki olmuştur. Pozitif psikoloji ortaya çıkmıştır çünkü daha önce insanların hayatı yaşamaya değer kılan güçlü yanlarına, olumlu özelliklerine yeterince önem verilmemiştir (Luthans, 2002).

Pozitif Psikolojinin Tanımı

Pozitif psikoloji, insan davranışının, bozulana tamir eden hastalık modeli çerçevesinde açıklanmasına karşı çıkan yeni bir psikoloji yaklaşımıdır. Bu yaklaşım, normal insan davranışının olumlu bireysel özelliklerine odaklanmaktadır. Bu doğrultuda, hayatı yaşamaya değer kılan değer ve deneyimlerle ilgilenmektedir. Buna göre, mutluluk, iyi-oluş, özgecilik, yaşam doyumu, iyimserlik en çok merak edilen araştırma konuları olmuştur (Luthans, 2002).

Pozitif psikoloji şu ana kadar psikolojinin ihmal etmiş olduğu; iyi oluş, mutluluk, bilgelik, kişisel güçlü yanlar, yaratıcılık, hayal gücü ile pozitif grup ve kuruluşların özelliklerine odaklanmıştır. Bu odak sadece bireylerin daha mutlu olacağı, bu sebeple bencil ve narsistik bir yaklaşımı destelemek için değildir. Pozitif psikoloji bireyin mutluluğunu hedef almakla birlikte çevrenin ve grupların da mutluluğunu amaçlamaktadır. Çünkü bir bireyin iyilik hâlinin artması diğerlerini de olumlu yönde etkileyecektir (Hefferon & Boniwell, 2014).

Pozitif psikoloji sıradan insanların tekrar irdelenerek, güçlü yanları ve erdemleri üzerine yapılan bilimsel bir çalışmadır (Luthans, 2002). Pozitif psikoloji insanların, grupların ve kurumların gelişmesine ya da en uygun seviyede işlevine devam etmesine katkıda bulunan koşulların ve süreçlerin incelenmesidir (Gable & Haidt, 2005).

Seligman ve Csikszentmihalyi'e (2000) göre, pozitif psikoloji, insanın işlerlik kazanmasını ve gelişimini, biyolojik, kişisel, ilişkisel, kültürel ve küresel bağlamda çok boyutlu olarak inceleyen bilimsel bir disiplindir.

Pozitif Psikolojik Sermayenin (PPS) Tanımı

Pozitif psikolojik sermaye temellerini pozitif psikoloji akımından almaktadır. Pozitif psikoloji akımı, psikolojik çalışmaların genellikle başarısızlık, patoloji, tükenmişlik ve çaresizlik gibi insan davranışının olumsuzluklarına yönelmesine karşılık, modern yaşamın bireyler için sağladığı olanaklar ve mutlu yaşama erişebilme üzerinde durmaya başlamıştır (Tösten & Özgan, 2017). Psikolojik sermaye kavramı ilk defa 2004 yılında Luthans ve Youssef (2004) tarafından kullanılmıştır.

Luthans ve diğerlerine (2006) göre psikolojik sermaye tanımı şu şekildedir:

1. Bireyin ulaşması zor olan görevlerde, başarılı olabilmek için gerekli olan çabayı göstermeyi sağlayacak güvene veya başka bir deyişle öz-yeterliliğe sahip olmak,
2. Şimdiki zamanda ve gelecekte başarılı olabilmek yönünde pozitif bir beklenti içinde olmak ya da farklı bir deyişle iyimser olmak,
3. Belirlenen amaçlara ulaşmak için gerekli olan azme sahip olmak; hedeflenen başarıya ulaşabilmek için yeni yollara yönelebilmek ya da farklı bir deyişle umut etmek,
4. Problemlerle karşılaşıldığında kendini toparlayabilmek ve dik bir duruş sergilemek ya da farklı bir deyişle dayanıklı olabilmektir.

Psikolojik sermayenin en önemli özelliklerinden birisi iş performansı üzerinde etkili olmasıdır (Luthans ve diğerleri, 2005). Psikolojik sermaye bireysel düzeyde büyüme ve performansı artıran psikolojik bir kaynakken; örgütsel düzeyde diğer sermaye türlerine benzer bir şekilde, iş gören performansını artırarak rekabet üstünlüğüne katkıda bulunan güçlü bir yönetim aracıdır (Luthans ve diğerleri, 2005).

Psikolojik sermaye, bireyin olumlu psikolojik gelişim durumudur ve aşağıdakilerle karakterize edilir:

1. Zorlu görevlerde başarılı olmak için gerekli çabayı gösterme ve güvenme (özgüven)
2. Şimdi ve gelecekte başarılı olmak için olumlu bir duyguya (iyimserlik) sahip olma
3. Hedeflere doğru devam etme ve gerektiğinde başarıya ulaşmak için yolları (umut) yönlendirme
4. Sorunlar ve sıkıntılarla kuşatıldığında, başarıya ulaşmak için geriye dönüp tekrar devam etme (psikolojik dayanıklılık) (Luthans ve diğerleri, 2007a).

Psikolojik sermaye, geleneksel sermaye çeşitlerinden, neye sahip olduğuna odaklanan finansal-ekonomik sermayeden, neyin bilindiğine yoğunlaşan beşeri sermayeden ve kimlerin tanındığı üzerine odaklanan sosyal sermayeden farklıdır.

Psikolojik sermayenin kilit noktaları şunlardır:

1. Olumlu psikoloji paradigmasına, yani, pozitifliğin ve insan gücünün önemine dayanır.
2. Olumlu örgütsel davranışa dayalı psikolojik durumları içerir.
3. Ne bildiğiniz ya da kimi tanıdığınız sorularının çok ötesinde “sen kimsin” sorusunun cevabını bulmaya çalışır.
4. Performans artışı ve sonuçta rekabet avantajı sağlayan bir getiri için yatırım ve geliştirmeyi içerir

(Luthans ve diğerleri, 2005).

Psikolojik kaynak kapasitesi yüksek olan bireyler kendi güçlü yönlerine güvendikleri için hedeflerine inançla yaklaşmakta, uzun süreli olarak daha yüksek performans gösterme eğiliminde bulunmakta, problemlere çok yönlü çözümler getirebilecek umuda sahip olmakta, irade ile sonuçlarla ilgili iyimser bir bakış açısına sahip olmakta ve sıkıntı ve engellere karşı dayanıklılık ve esneklik gösterebilmektedirler. Genel olarak bakıldığında, psikolojik kaynak kapasitesi hedeflere ulaşma ve daha yüksek performans gösterme noktasında tetikleyici rol oynamakta, örgüte daha pozitif bir iklimin hâkim olmasına katkıda bulunmaktadır (Narcıkara, 2017).

Pozitif Psikolojik Sermayenin Bileşenleri

Psikoloji biliminde insanların yeteneklerinin, güçlü yönlerinin ve potansiyellerinin farkına varmalarını sağlama misyonunu geri kazandırabilmek amacıyla 1990'lı yılların sonunda Profesör M. Seligman ve arkadaşlarının çalışmaları neticesinde ortaya çıkan pozitif psikoloji hareketi, örgütsel davranış alanında geniş yankı bulmuştur. Böylece pozitif psikoloji alanında yapılan çalışmalar, örgütsel davranış ve örgüt psikolojisi alanında çalışan Prof. F. Luthans'ı, bu pozitif bakış açısının örgütlere nasıl uyarlanabileceği hususunda düşünmeye sevk etmiştir. Luthans, mikro düzeyde bir pozitif yaklaşımla, örgütlerde çalışanların performanslarının artırılması için güçlü yönlerinin ve psikolojik kapasitelerinin durağan değil, geliştirilebilir olduğuna dikkat çekmiştir. Böylece pozitif psikoloji, çalışanların zayıf noktalarına odaklanmak yerine "pozitif örgütsel davranış" olarak adlandırılan, çalışanların güçlü taraflarını açığa çıkarmaya çalışan, bu güçlü yönlerin ardındaki psikolojik unsurları ölçmeye, geliştirmeye ve yönetmeye çalışmak suretiyle işyerinde performansta iyileşmeleri hedefleyen bir yaklaşımı beraberinde getirmiştir (Luthans & Youssef, 2004, aktaran Akçay, 2012).

Psikolojik sermaye "bireyin pozitif psikolojik gelişme hali" olarak tanımlanmaktadır (Luthans ve diğerleri, 2007). Çalışanların kimi tanıdığı ya da neyi bildiği ile değil, "kendisini nasıl algıladığı ve tanımladığı" ile ilgilenen pozitif psikolojik sermaye dört bileşenden oluşmaktadır (Akçay, 2012.).

Öz-yeterlilik: Öz-yeterlilik, bireyin kendi kabiliyetlerine güvenmesi ve bu kabiliyetlerini doğru şekilde güdülemesi, bir işi belli bir çerçevede içinde en iyi şekilde yerine getirebilme becerisi olarak tanımlanmaktadır (Stajkovic & Luthans, 1998, s. 66). Böylece genel öz-yeterlilik değişik ortamlarda ve durumlarda çabucak değişmeyen, durağan bir kişilik özelliğidir. Ayrıca öz-yeterlilik, bireyin yeteneklerinde ne kadar yetkin olduğu ile ilgili değil, kendi yeteneklerine olan inancı ile alakalıdır (Karacaoğlu & İnce, 2013). Belirsiz, zor, başarısız oldukları olay ve durumlar karşısında bireylerin kendilerini duruma göre ayarlayabilmeleri, sürekli ve hızlı çözüm üretebilmeleri sayesinde, bu durumlardan çabuk kurutulup toparlanabilme ve hatta eskisinden daha yüksek performans sergileyebilme kapasitesi olarak tanımlanır (Akçay, 2012).

İyimserlik: Kişinin amacına ulaşmak için ısrarcı davranmasını sağlayacak şekilde hayatta başına iyi şeylerin geleceğine dair genellenmiş bir beklentisi olarak ifade edilmektedir (Keleş, 2011). Bireylerin yaşadıkları pozitif olayları açıklarken içsel, kalıcı ve genellenebilir sebeplere, negatif olayları açıklarken ise dışsal, geçici ve duruma özgü sebeplere atıfta bulunmaları olarak tanımlanır. Dolayısıyla iyimser olan bireyler, gelecek için iyimser bir bakış açısına sahiptirler (Akçay, 2012).

Umut: Umut kavramı geçmişte çoğunlukla hümanist psikoloji tarafından kullanılan bir kavram olmasına rağmen, pozitif psikoloji alanında kullanılması Snyder'in (2000) çalışmasıyla birlikte ortaya çıkmıştır (Tösten & Özgan, 2017). Snyder (1991), umut kavramını "hedefe yönelik karar vermeye ve hedefe ulaşabilecek yolları planlamaya ilişkin duymalardan türeyen bilişsel bir yapı" şeklinde tanımlamaktadırlar (Luthans, 2002, s. 701, aktaran Kutanis & Yıldız, 2014). Umut sadece hedeflerin başarılabılır olduğuna dair kişinin kararlılığını değil; aynı zamanda kişinin hedefe ulaşmak için başarılı planlar formüle edebileceğine ve yollar belirleyebileceğine ilişkin inancını yansıtmaktadır (Luthans, 2002, s. 62, aktaran Kutanis & Yıldız, 2014).

Dayanıklılık: Pozitif örgütsel davranışın bir boyutu olarak dayanıklılık, bireyin olumlu ya da olumsuz şartlarla karşılaştığında gösterdiği pozitiflik veya bunları karşılama gücü olarak tanımlanmaktadır (Luthans, 2002, s. 702, aktaran Karacaoğlu & İnce, 2013). Bireyin karşılaştığı bütün zorluklara karşı dayanma gücünü, uyumunu, esnekliğini, değişime olan tepkilerini ve süreklilik arz eden psikolojik baskılar karşısındaki tutumunu içermektedir (Karacaoğlu & İnce, 2013).

Aile Şirketleri

Aile şirketleri, birbirlerine akrabalık bağı ile bağlı bireylerin mal ya da hizmet üretmek için bir araya gelerek kurdukları, kar amaçlı sosyal organizasyonlar olarak bilinmektedir. Ancak günümüzde sıkça gündeme gelen aile şirketi kavramı yaygın şekilde kullanılıyor olmasına rağmen, kapsam ve sınırları, kendine has özellikleri dikkate alınarak, farklı bakış açılarına göre değişik şekillerde tanımlanabilmektedir (Gür, 2012).

Donelley'e (1964) göre, aile şirketleri, en az iki nesil boyunca aileye ait olan, ailenin ve işletmenin amaç ve

çıkartmalarının bir olduğu ve bunun işletmenin politikalarına yansıdığı işletmelerdir. Bernard (1975), aile şirketlerini bir ailenin üyeleri tarafından kontrol edilen ve kar politikasını ailenin belirlediği işletmeler olarak ifade eder. Bernard'a (1975) göre aile şirketleri tek bir aileye mensup üyeler tarafından kontrol edilen ve yönetilen işletmelerdir.

Aile şirketi, tek başına girişimci aile lideri, lider ve eşi, lider ve çocukları, lider, eşi ve çocukları, lider ve kardeşleri, sadece kardeşler ile kuzenler, liderin çocukları, damatları ve gelinleri gibi çeşitli aile üyelerinin versiyonlarından oluşabilen bir birlikteliktir (Özkaya & Şengül, 2006).

Otantik Liderlik

Luthans ve diğerleri (2001) tarafından tanımlanan pozitif liderlik yaklaşımının temelinde, Seligman ve Csikszentmihalyi'nin (2000) pozitif psikoloji teorisi ile Luthans ve Jensen'in (2001) pozitif örgütsel davranış teorisi bulunmaktadır (Dinçer & Koçyiğit, 2019).

Luthans ve Avolio (2003) tarafından liderlik yazınına tanıtırılan otantik liderlik kavramının, Luthans'ın (2002) pozitif örgütsel davranış çalışması ile Avolio'nun (1999) ömür boyu liderlik geliştirme çalışmalarının bütünleştirilmesi amacıyla ortaya çıktığı belirtilmektedir (Dinçer & Koçyiğit, 2019).

Günümüzde kişisel çıkartlara verilen önem ve güven duyabileceğimiz liderlere duyulan ihtiyacın artması, belirsizlik ve güvensizlik hissi bizi umut, iyimserlik, öz bilinç ve esneklik özelliklerini taşıyan liderlere yöneltmiştir. Kamunun politikacılara ve iş adamlarına ilişkin olumsuz tutumları bu güven sorununu pekiştirmektedir. İnsanlar liderlerin kabiliyetlerinden şüphe duymasalar da onların etik davranış davranmadıklarını sürekli sorgulamaktadırlar (Kesken & Ayyıldız, 2008). Nitekim bu noktada "oldukları gibi görünüp, göründükleri gibi olan", sadece başkalarına karşı değil "kendilerine karşı da dürüst" olan ve pozitif liderlik tarzlarının kökenini oluşturan otantik liderlere ihtiyaç duyulmaya başlanmıştır (Kesken & Ayyıldız, 2008).

Otantiklik, modern çağın başlangıcından bugüne kadar, felsefe, psikoloji ve sosyal psikolojiyle ilgilenen düşünür ve araştırmacıların yoğun ilgisini çeken bir kavramdır. Kierkegaard'ın (1941), "bir kimsenin karakteriyle uyum içinde olması ve karakterine uygun davranması" şeklinde vurguladığı otantiklik, Deci ve Ryan (2000) tarafından, "bireyin kendine anlamlı geldiği şekilde davranması ve kendini tam olarak kabullenmesi" şeklinde tanımlanmıştır (Öcal & Barın, 2016).

Otantikliğin kökeni incelendiğinde tüm referanslarının "kendini bilme ve her türlü eylemsellikte bu şiarla hareket etme" argümanına dayandığı görülecektir (Caza, Bagozzi, Woolley, Levy & Caza, 2010, aktaran Keser & Kocabaş, 2014). Otantiklik kavramı; kişinin kendi deneyimlerine bağlı olarak duygu, düşünce, ihtiyaç, istek, öncelik ya da inançlarını kabullenmesine yani "kendini bilmesine" dayalı bir süreçtir ve kendi içyapısıyla uyumlu bir şekilde gerçek duygularını yadsımadan düşünmeyi ve davranmayı gerektirir (Avolio & Gardner, 2005a). Gerçek otantik yapı kendini eylem tercihlerinde ortaya koyar, ilişkilerde kendini gösterir; olumsuzlukları ulu orta söyleme, başkaları tarafında aşırı takdir edilme isteği, diğerlerine karşı aşırı savunmacı yaklaşma gibi duyguları yadsır (Kernis, 2003, aktaran Keser & Kocabaş, 2014).

Otantik liderler, kim olduklarını, neye inandıklarını, neye değer verdiklerini bilen ve başkalarıyla şeffaf bir şekilde etkileşime girerken bu değerler ve inançlar üzerinden hareket eden kişilerdir (Avolio ve diğerleri, 2004).

Otantik lider Avolio ve diğerleri (2004) tarafından şöyle tanımlanmaktadır:

"Kendi düşünceleri, davranışları ve diğerleri tarafından nasıl algılandıklarının farkında olan, kendilerinin ve diğerlerinin değerleri, ahlaki bakış açıları, bilgileri ve güçlü yönlerini bilen; içinde buldukları-çalıştıkları ortamı tanıyan, kendine güvenen, umudu olan, iyimser, sorunların çabuk üstesinden gelebilen ve ahlaklı bireyler" dir (Avolio ve diğerleri, 2004).

Otantik Liderliğin Bileşenleri

Yazında otantik liderin örgütsel sonuçları olumlu yönde etkileyebileceği birçok niteliğe sahip olduğu görülmektedir. Bu bağlamda Kesken ve Ayyıldız'a (2008) göre otantik liderler:

- Bireysel değerleri faaliyetlerle, faaliyetleri de örgütsel değerler ile bağdaştırmaya çalışırlar.
- İnsanlara hizmet etmek isterler ve çalışanlarını güçlendirirler.
- Akıl yanı sıra merhamet, tutku gibi duygular ile hareket ederler.
- Otantik liderler doğuştan bu özelliklere sahip değildirler ama bu özelliklerini geliştirmeye çalışır, eksikliklerini giderirler.
 - Güçlü-yerleşik kurum kültürü ve sosyal kültürlerde nasıl kabul göreceklarını ve radikal bir değişim gerçekleştirebilmek için hangi kültürel değerlerden yararlanmaları gerektiğini bilirler.
 - Kendilerine karşı dürüsttürler. Başkalarının beklentilerine uymak adına kişiliklerinden ödün vermezler.

- Statü, kişisel çıkarlar yerine sosyal çıkarlar ile güdülenirler.
- Taklit değil, orijinaldirler.
- Davranışlarının temelini kendi değer ve kanaatleri oluşturur.

Otantik liderlik davranışı ile ilgili birçok tanım ve açıklama, otantik liderliğin karakteristikleri şeklinde nitelenen bileşenleri kapsamaktadır. Bu bileşenler öz-farkındalık, bilginin dengeli ve tarafsız değerlendirilmesi, ilişkilerde şeffaflık ve içselleştirilmiş ahlak anlayışıdır.

Öz-farkındalık: Öz-farkındalık liderin kendi güçlü ve zayıf yönlerini bilerek, takipçilerini hangi yönlerini kullanarak ve nasıl etkileyeceğini bilmesidir (Walumbwa ve diğerleri, 2008). Kişi kendi doğasındaki zıtlıkların farkındadır. Öz-farkındalık, dış kaynakların da etkisiyle şekillenen; kişinin değerlerine, kimliğine, duygularına, amaçlarına, bilgisine, yeteneklerine ve kapasitesine dayanan bir süreçtir (Keser & Kocabaş, 2014). Öz-farkındalık bir hedef noktası değil, kişinin kendine özgü yeteneklerini, güçlü yönlerini, amaç duygusunu, temel değerlerini, inançlarını ve arzularını anladığı süreçtir. Kişinin bilgi, deneyim ve yetenekleri hakkında temel bir bilince sahip olması anlamına gelir (Avolio & Gardner, 2005).

Öz-düzenleme: İnsanların mevcut veya yeni kazanılmış iç standartlar belirlemesi; bu standartlar ile görünen ya da olası sonuçlar arasındaki farklılıkları değerlendirmesi ve bu farklılıkları gidermek için yapılması gerekenleri planlanması aşamalarından oluşur (Stajkovic & Luthans, 1998).

Bilginin Dengeli ve Tarafsız Değerlendirilmesi: Liderin önemli bir karar öncesi, konuyla ilgili olumlu ya da olumsuz tüm verileri ve bakış açılarını toplayıp bir araya getirip analiz etme ve değerlendirme eğilimini anlatan bir ifadedir (Öcal & Barın, 2016).

İlişkilerde Şeffaflık: Şeffaflık, duygu ve düşüncelerini paylaşırken açık olmak ve diğerlerini de düşünce ve görüşlerini ortaya koymaları konusunda teşvik etmek anlamında kullanılmıştır (Öcal & Barın, 2016). Otantik liderler, ilişkilerinde yüksek düzeyde açıklığa sahip olan, aynı zamanda ilişki kurmada isteklilik gösteren ve duygu ve düşüncelerini izleyenleriyle paylaşmaktan çekinmeyen liderlerdir (Keser & Kocabaş, 2014).

İçselleştirilmiş Ahlak Anlayışı: Kişinin kendi öz denetimi için belirlemiş olduğu ahlaki standartları baz almasıdır (Avolio ve diğerleri, 2009). Diğer bir deyişle içselleştirilmiş ahlaki davranış boyutu, bireyin içselleştirdiği ahlaki değerlerini, koşullar ne olursa olsun her zaman davranışlarında koruması ve göstermesidir. Bireyin kendisine karşı gerçekçi olması, başkaları ile gerçek ilişkiler kurmak istediğini göstermektedir. Sahtelikten uzak kişiler arası ilişkileri olan liderler, izleyenlerine olumlu rol model olup, izleyicilerinin güvenini, sevgisini ve saygısını daha fazla elde edebilecektir. (Asarkaya ve diğerleri, 2009, aktaran Kılınç & Öztürk, 2019).

YÖNTEM

Yapılan araştırmada otantik liderlik bağımlı değişken; pozitif psikolojik sermaye ve duygusal zekâ bağımsız değişkenler olarak ele alınmıştır. İlk olarak çalışanların duygusal zekâlarının, sonrasında çalışanların pozitif psikolojik sermayelerinin otantik liderlik algıları üzerindeki etkileri incelenmiştir. Kavramları daha iyi yorumlayabilmek için tanımlayıcı analizler olarak demografik faktörler ile değişkenler arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığına bakılmıştır. Ankette sorulan sorulardan cinsiyetleri, yaşları, medeni durumları, eğitim seviyeleri, örgütteki çalışma süreleri tanımlayıcı demografik analiz sorularıdır. Araştırma sonuçlarımızın anlamlı olabilmesi için demografik özelliklerin her biri ile ilgili en az 30 örnek çalışmaya dâhil edilmiştir. 30 hacminin yakalanamadığı durumlarda, alt maddeler birleştirilerek 30 sayısına ulaşılmıştır.

Evreni ve Örneklemi

Bu araştırma, Adana sınırları içerisinde yer alan ve Adana Sanayi ve Ticaret İl Müdürlüğü tarafından 22.11.2019 tarihi itibarı ile sayısı paylaşılan üretici konumundaki toplamda 3419 küçük, orta ve büyük ölçekli işletme arasında otantik liderlik özellikleri taşıyan yöneticilerin bulunduğu firmalardaki çalışanların sahip oldukları duygusal zekâ ve pozitif psikolojik sermayenin otantik liderlik algısı üzerindeki etkilerini incelemek üzere yapılmıştır. Araştırmanın evrenini Adana ili sınırları içerisinde otantik liderlik özelliklerinin ölçülebileceği tahmin edilen farklı büyüklük ölçeğine sahip aile şirketlerinde çalışan toplam 460 kişi oluşturmaktadır. Seçilen firmalara gönderilen anketlerin 200 tanesinden araştırmanın pandemi dönemine denk gelmesinden dolayı geri dönüş olmamıştır. Doldurulan anketlerin incelenmesi sonucu 36 tanesinin eksik ya da yanlış doldurulduğu tespit edilmiş olup araştırmaya dâhil edilmemiş ve anket sayısı 224 olarak kabul edilerek analize tabi tutulmuştur. Bu veriler çerçevesinde uygulanan anketlerin geri dönüş oranının %48,6 olduğu görülmüştür. Araştırma %95 güven aralığında yapılmıştır. Buna göre 222 katılımcıya ulaşmanın yeterli olmasına karşın toplamda 224 katılımcıya ulaşılmıştır. Veriler 2019 yılı içerisinde toplanmıştır.

Kullanılan Ölçekler

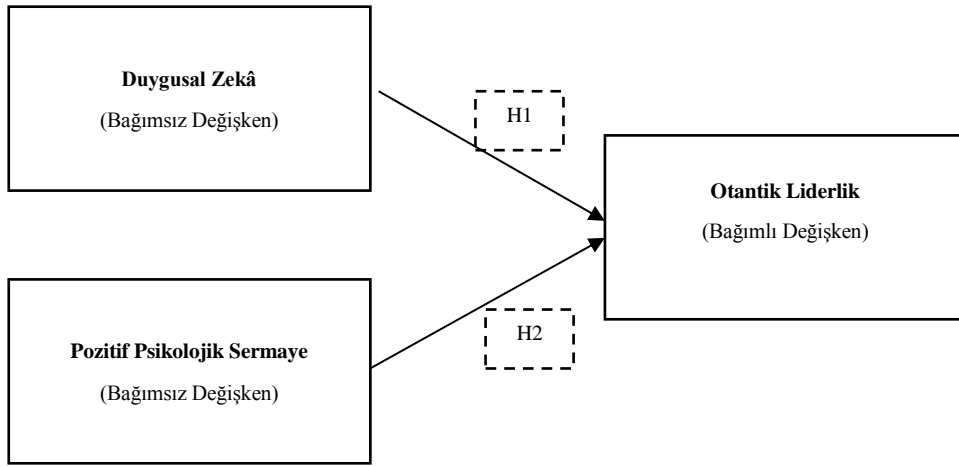
Duygusal zekâyı ölçmede Peekar ve diğerleri (2017) tarafından geliştirilen 28 sorudan oluşan Rotterdam duygusal zekâ ölçeğinin Tanrıoğen ve Türker (2019) tarafından yapılan Türkçe'ye uyarlaması kullanılmıştır.

Pozitif liderlik yaklaşımlarından otantik liderlik davranışını ölçmede Walumbwa, Avolio, Gardner, Wensing ve Peterson (2008) tarafından geliştirilen ve 16 sorudan oluşan otantik liderlik ölçeğinin (The Authentic Leadership Questionnaire-ALQ) Tabak, Polat, Coşar ve Türköz (2012) tarafından yapılan Türkçe'ye uyarlaması kullanılmıştır.

Çalışanların psikolojik sermayesini ölçmede Fred Luthans ve arkadaşları (2007) tarafından geliştirilen ve 24 sorudan oluşan psikolojik sermaye ölçeğinin Çetin ve Basım (2012) tarafından yapılan Türkçe'ye uyarlaması kullanılmıştır.

Modeli ve Hipotezler

Araştırma modeli Şekil 1'de gösterilmiştir. Bağımsız değişkenler; pozitif psikolojik sermaye ve duygusal zekâdır. Bağımlı değişken ise otantik liderliktir.



Şekil 1. Araştırmanın Modeli

Araştırmanın 2 temel hipotezi bulunmaktadır:

H1: Duygusal zekânın otantik liderlik algısı üzerinde pozitif ve anlamlı bir etkisi vardır.

H2: Pozitif psikolojik sermayenin otantik liderlik algısı üzerinde pozitif ve anlamlı bir etkisi vardır.

ARAŞTIRMA BULGULARI

Araştırmaya dâhil olan çalışanların doldurmuş olduğu anketler analiz edilmiş ve analiz sonuçlarına yer verilmiştir. Ölçeklerin iç tutarlılığını tespit etmek için güvenirlik analizleri; hipotezleri test etmek için ise regresyon analizleri uygulanmıştır.

Demografik Özelliklere İlişkin Bulgular

Anket geçerliliği kabul edilen 224 çalışanın cinsiyeti, medeni durumu, yaşı, eğitim seviyesi, örgütteki çalışma süresi ve sektördeki çalışma süresine ait toplam 6 sorudan oluşan demografik verilere ilişkin bulgular Tablo 1'de sunulmuştur.

Tablo 1. Ankete Katılan Çalışanlara Ait Demografik Veriler

	Sıklık	Yüzde %	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Cinsiyet				
Kadın	122	54.5	54.5	54.5
Erkek	102	45.5	45.5	100.0
Toplam	224	100.0	100.0	
Medeni Durumu				
Bekâr	118	52.7	52.7	52.7
Evli	106	47.3	47.3	100.0

Toplam	224	100.0	100.0	
Yaş				
25 ve altı	33	14.7	14.7	14.7
26-30	58	25.9	25.9	40.6
31-35	49	21.9	21.9	62.5
36-40	40	17.9	17.9	80.4
41 ve üzeri	44	19.6	19.6	100.0
Toplam	224	100.0	100.0	
Eğitim Durumu				
Lise ve altı	72	32.1	32.1	32.1
Ön Lisans	43	19.2	19.2	51.3
Lisans ve üstü	109	48.7	48.7	100.0
Toplam	224	100.0	100.0	
Örgütte Çalışma Süresi				
0-1 yıl	55	24.6	24.6	24.6
2-4 yıl	56	25.0	25.0	49.6
5-7 yıl	57	25.4	25.4	75.0
8 yıl ve üzeri	56	25.0	25.0	100.0
Toplam	224	100.0	100.0	
Sektörde Çalışma Süresi				
0-1 yıl	27	12.1	12.1	12.1
2-4 yıl	57	25.4	25.4	37.5
5-7 yıl	45	20.1	20.1	57.6
8-10 yıl	38	17.0	17.0	74.6
11 yıl ve üzeri	57	25.4	25.4	100.0
Toplam	224	100.0	100.0	

Araştırmaya katılanların %54,5'i kadın, %45,5'i erkektir. Her iki kategoride de 30 kişilik hacim sağlanmıştır. Araştırmaya katılanların %47,3'ü evli, %52,7'si ise bekârdır. Yaş dağılımı 7 farklı alternatifle sorulmuş fakat her değişkenin en az 30 kişilik hacme sahip olması için 41 ve üstü yaş grubu tek bir kategori olarak hesaplanarak analiz yapılmıştır. Eğitim durumu 7 farklı kategoride sorulmuş fakat 30 kişilik hacmin sağlanabilmesi için Lise ve altı gruplar ayrı ayrı değil tek bir kategori olarak değerlendirilmiştir. Lisans ve üstü için de aynı şekilde tek bir kategori oluşturulmuştur. Örgütte çalışma süresi dağılımı 8 farklı alternatifle soru sorulmuş olmasına karşın 8 yıl ve üstü 30 kişilik hacmin altında kaldığı için tek bir kategori altında toplanmıştır. Sektörde çalışma süresi dağılımı 8 farklı alternatifle soru sorulmuş olmasına karşın 11 yıl ve üstü 30 kişilik hacmin altında kaldığı için tek bir kategori altında toplanmıştır.

Güvenilirlik Analizi

Araştırmada kullanılan tüm ölçeklerin c. alfa değerleri 0,71 ile 0,93 arasında çıkmıştır. Aşağıdaki Tablo 9'da değişkenlerin Cronbach Alpha değerleri gösterilmektedir.

Tablo 2. Değişkenlerin Alt Boyutları İle Birlikte Cronbach Alpha Değerleri

	Araştırma Değişkenleri	İlgili Maddeler	Madde Sayısı	Cronbach Alpha Değerleri
DUYGUSAL ZEKÂ	Kendi Duygularını Değerlendirme	11-17	7	0,927
	Başkalarının Duygularını Değerlendirme	18-24	7	0,910
	Kendi Duygularını Kontrol	25-31	7	0,916
	Başkalarının Duygularını Kontrol	32-38	7	0,918
POZİTİF PSİKOLOJİK SERMAYE	İyimserlik	39-44 (39, 40. ve 41. madde geçersiz)	3	0,931
	Psikolojik Dayanıklılık	45-50(46. ve 47. madde geçersiz)	4	0,870

	Öz-yeterlilik ve Umut	51-62(51. madde geçersiz)	11	0,714
OTANTİK LİDERLİK	İlişkilerde Şeffaflık	63-67 (66. madde geçersiz)	4	0,856
	İçselleştirilmiş Ahlak Anlayışı	68-71	4	0,893
	Bilgiyi Dengeli Değerlendirme	72-74 (Tüm maddeler geçersiz)	0	-
	Öz-farkındalık	75-78	4	0,870

Tablo 2’de yazılı olan tüm değişkenlerin cronbach alpha değerlerinin uygun aralıklarda olduğu gözlemlenmiştir.

Duygusal zekâ alt boyutlarının tamamı analiz konusu edilmiş ve değerleri uygun aralıklarda çıkmıştır.

Pozitif psikolojik sermaye alt boyutlarından “öz-yeterlilik” ve “umut” yapılan istatistiksel değerlendirmede tek bir faktör analizi olarak karşımıza çıkmış, tek bir alt boyut olarak değerlendirilmiş ve ortak analiz yapılmıştır. Analiz sonuçları aşağıdaki şekilde 3 alt boyut olarak uygun aralıklarda çıkmıştır:

- İyimserlik
- Psikolojik dayanıklılık
- Öz-yeterlilik ve umut

Otantik liderlik alt boyutlarından “bilgiyi dengeli değerlendirme” boyutu, yapılan faktör analizi sonucu anlamlı değerler oluşmadığı ve faktör yükleri 0,40’ın altında çıktığı için analiz edilmemiştir. Analiz sonuçları, aşağıdaki şekilde analiz edilen boyutlarda uygun aralıklarda çıkmıştır:

- İlişkilerde şeffaflık
- İçselleştirilmiş ahlak anlayışı
- Öz-farkındalık

Duygusal Zekânın Otantik Liderlik Algısı Üzerindeki Etkisine Yönelik Regresyon Analizi

Yapılan basit doğrusal regresyon analizi ile H1 hipotezi test edilmiştir. Analiz sonucunda elde edilen bulgular Tablo 3’te özetlenmektedir.

H1: Duygusal zekânın otantik liderlik algısı üzerinde pozitif ve anlamlı bir etkisi vardır.

Tablo 3. Duygusal Zekânın Otantik Liderlik Algısı Üzerindeki Etkisine Yönelik Basit Doğrusal Regresyon Analizi

Duygusal Zekâ ve Otantik Liderlik Analizi						
Model		Standardize Edilmemiş Katsayılar		Standardize Katsayılar	T	P
		B	Std. Hata	β		
1	Sabit	2,542	,361		7,047	,000
	Duygusal Zekâ	,241	,091	,174	2,633	,009
Bağımlı Değişken: Otantik Liderlik, Bağımsız Değişken: Duygusal Zekâ R: ,0174 ^a ; R ² : ,030; Düzeltilmiş R ² : ,026						

Basit doğrusal regresyon analizi sonuçları incelendiğinde modelin anlamlı ($p=0,009$; $p<0,05$) olduğu görülmektedir. Buna göre duygusal zekânın, otantik liderlik algısı üzerinde anlamlı ve pozitif bir etkisinin olduğu söylenebilmektedir. Duygusal zekâ ile otantik liderlik algısı arasında zayıf da olsa pozitif bir ilişkinin olduğu görülmektedir ($R=0,174$). Bağımsız değişkenlerin bağımlı değişkeni açıklama oranı ise (Düzeltilmiş $R^2=0,026$) olarak bulunmuştur. Bu sonuç ise; otantik liderlik algısındaki değişimin %2,6’sının duygusal zekâ ile açıklanabileceğini göstermektedir. Bu anlamda yapılan basit doğrusal regresyon analizi sonuçlarına göre H1 hipotezi kabul edilmiştir.

Pozitif Psikolojik Sermayenin Otantik Liderlik Algısı Üzerindeki Etkisine Yönelik Regresyon Analizi

Yapılan basit doğrusal regresyon analizi ile H2 hipotezi test edilmiştir. Analiz sonucunda elde edilen bulgular Tablo 4’te özetlenmektedir.

H2: Pozitif psikolojik sermayenin otantik liderlik algısı üzerinde pozitif ve anlamlı bir etkisi vardır.

Tablo 4. Pozitif Psikolojik Sermayenin Otantik Liderlik Algısı Üzerindeki Etkisine Yönelik Basit Doğrusal Regresyon Analizi

Pozitif Psikolojik Sermaye ve Otantik Liderlik Analizi					
Model	Standardize Edilmemiş Katsayılar		Standardize Katsayılar	T	P
	B	Std. Hata	β		
1	Sabit	2,043	,404	5,062	,000
	Pozitif Psikolojik Sermaye	,360	,100	,234	,000
Bağımlı Değişken: Otantik Liderlik, Bağımsız Değişken: Pozitif Psikolojik Sermaye R: ,234 ^a ; R ² : ,055; Düzeltilmiş R ² : ,051					

Basit doğrusal regresyon analizi sonuçları incelendiğinde modelin anlamlı ($p=0,000$; $p<0,05$) olduğu görülmektedir. Pozitif psikolojik sermayenin, otantik liderlik algısı üzerinde anlamlı ve pozitif bir etkisi olduğu söylenebilmektedir. Pozitif psikolojik sermaye ile otantik liderlik arasında zayıf da olsa pozitif bir ilişkinin olduğu görülmektedir ($R=0,234$). Bağımsız değişkenlerin bağımlı değişkeni açıklama oranı düzeltilmiş $R^2=0,051$ olarak bulunmuştur. Bu sonuç ise; otantik liderlik algısındaki değişimin %5,1'inin pozitif psikolojik sermaye ile açıklanabileceğini göstermektedir. Bu anlamda yapılan basit doğrusal regresyon analizi sonuçlarına göre H2 hipotezi kabul edilmiştir.

SONUÇ

Yapılan literatür taramalarında konuyla ilgili farklı sektörlerde araştırmalar yapıldığı görülmüş ve farklı dönemlerde, farklı alanlarda değişkenlerin tamamının ilgi konusu olduğu, bununla birlikte yeterli sayıda olmadığı belirlenmiştir.

Yapılan literatür taramalarında genellikle liderlik kavramının duygusal zekâ ve pozitif psikolojik sermaye üzerine etkisi araştırılmışken, mevcut araştırmada bu iki bağımsız değişkenin otantik liderlik algısı üzerindeki etkileri araştırılmıştır. Anket uygulaması ile elde edilen veriler ışığında yapılan analiz ile iki hipotez test edilmiş ve elde edilen araştırma bulgularına göre çalışanların sahip olduğu duygusal zekâ ve pozitif psikolojik sermayelerinin otantik liderlik algısı üzerinde pozitif ve anlamlı bir etkisinin olduğu belirlenmiştir.

Araştırma bulgularına göre; duygusal zekâ ile otantik liderlik arasında zayıf da olsa pozitif bir ilişkinin ($R=0,174$) olduğu görülmektedir. Duygusal zekânın otantik liderlik algısını yordama oranı ($R^2=0,026$; %2,6) olarak bulunmuştur. Yapılan basit doğrusal regresyon analiz bulgularına göre duygusal zekânın otantik liderlik algısı üzerinde pozitif ve anlamlı bir etkisinin olduğu tespit edilmiştir. Duygusal zekâ ve liderlikle ilgili yapılan bazı literatür sonuçlarına aşağıda değinilmiştir:

Erkuş ve Günlü'nün (2008) bir yükseköğretim kurumunda yaptığı araştırma sonucuna göre; duygusal zekânın dönüşümcü liderliği önemli ölçüde etkilediği görülmüştür. Duygusal zekânın, bireylerin dönüşümcü liderlik davranışlarının açıklanmasında önemli bir değişken olduğu söylenebilir. Ayrıntılı yapılan analizler sonucunda kişisel boyut, kişiler arası boyut ve genel ruh durumunun dönüşümcü lider davranışlarını etkilediği belirlenmiştir. Özellikle farklı duygusal zekâ envanterleriyle yapılmış çalışmalarda da, kişiler arası yeteneklerin dönüşümcü liderlik davranışları üzerinde önemli ve anlamlı etkilere sahip olduğuna ilişkin önemli bulgular elde edilmiştir. Bu nedenle kişiler arası boyut, duygusal zekâ yetenekleri arasında belirleyici temel bir değişken olarak dikkat çekmektedir.

Araştırma bulgularına göre pozitif psikolojik sermaye ile otantik liderlik algısı arasında zayıf da olsa pozitif ve anlamlı bir ilişkinin ($R=0,234$) olduğu görülmektedir. Pozitif psikolojik sermayenin otantik liderlik algısını yordama gücü ise ($R^2=0,051$; %5,1) olarak bulunmuştur. Buna göre pozitif psikolojik sermayenin otantik liderlik algısı üzerinde pozitif ve anlamlı bir etkisinin olduğu söylenebilir. Pozitif psikolojik sermaye ve liderlikle ilgili yapılan bazı literatür sonuçlarına aşağıda değinilmiştir:

Yetgin (2016) tarafından Ankara'da bulunan bir kamu kurumunda çalışmakta olan her türlü kademedeki görev yapan çalışanlarla yapılan bir araştırmaya göre; çalışanların psikolojik sermayelerinin geliştirilmesine yönelik yönetim tarafından kariyer olanaklarının geliştirilmesi, başarıya prim verilmesi, çeşitli özel etkinlikler düzenlenmesi gibi destekleyici katkılarının sağlanması gerekmektedir. Çalışanların umut, psikolojik dayanıklılık, öz-yeterlilik ve iyimser özelliklerinin geliştirilmesi otantik liderlik yönetimini de olumlu etkileyecektir. Hipotez

inceleme sonuçlarına göre, bilgi, tecrübe ve yeteneğine inanan, kendine güven duyan, zorluklarda gayretli olan öz-yeterlilik özelliklerine sahip bir bireyin algısı, otantik liderlik yönetim tarzını desteklemektedir. Öz-yeterlilik otantik liderliği açıklamaktadır. Psikolojik sermayenin öz-yeterlilik, umut ve iyimserlik boyutu ile otantik liderliğin tüm boyutları arasındaki ilişkide $p < 0,05$ olduğundan değişkenler arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki gözlemlenmiştir.

İlgili literatür çalışmaları ve tarafımızca yapılan araştırma sonuçları paralellik göstermektedir ve pozitif psikolojik sermayenin ve duygusal zekânın liderlik türlerini pozitif ve anlamlı şekilde etkilediği görülmektedir.

Duygusal zekâ, duygusal olmak değil, duygularını doğru yönlendirebilmektir. Çalışma arkadaşlarını, kendini ama aynı zamanda liderin algılarını ve düşüncelerini de doğru tanımlamayı beraberinde getirir. Aile şirketlerinde bu durum zaman zaman olumsuz sonuçların doğmasına da neden olabilmektedir. Otantik liderin olmadığı bir aile şirketinde, lider diğer aile bireylerine karşı kendini kanıtlama çabası içerisinde de olabileceği için artılarının ve eksilerinin değil, sadece artılarının görünmesini arzu edebilir. Bu da çalışanın liderle olan iletişiminde lidere karşı olan yakınlık ve empati duygusunu köreltebilmektedir. Lidere karşı duygularını sürekli kontrol altında tutma hissi, çalışanın zamanla duygusal zekâsını kullanamamasına neden olabilmektedir. Aile şirketlerinde liderin çalışana karşı daha şeffaf olabilmesi durumunda, çalışan örgüt içerisinde gördüğü aksaklıkları, kendini, hedeflerini, performans kriterlerindeki olası hataları, içerisinde bulunduğu iş ortamındaki hataları ya da motive eden unsurları çok rahat söyleyebilecektir. Bu iletişimin doğru kullanılabilmesi örgütün de doğru adımları atmasına, liderin çalışanın psikolojik konforunu da düşünerek hareket etmesini sağlayarak, daha huzurlu bir ortam oluşmasına neden olacaktır. Çalışanın bir kriz anındaki doğru, rahatlatıcı tavrı, panik hâlinde oluşacak olan hataların engellenmesine olanak vereceken, liderin tecrübesine dayanarak ve hızlı hareket etme güdüsüyle sadece kendi bilgisi ile hareket etmesi çalışanın da rahat tavrının uzun sürememesine neden olabilmektedir. Bu rahatsız edici endişe hâli bir kısır döngü şeklinde lidere yansımakta ve kolektif bir panik hâli oluşabilmektedir. Bu nedenle kriz dönemlerinde çalışanların tüm örgütün içerisinde bulunduğu ruh hâlini gözeterek, anlık gerginlikleri dikkate almayıp, bireysel değil, takım hâlinde bu süreci atlatabileceklerini bilmeleri ve bunu yöneticiye hissettirmeleri, yöneticinin de kendini güven içinde hissetmesine neden olabilecektir. Yöneticinin bu yaklaşıma karşılık aynı refleksle yanıt vermesi ve krizin tüm yönlerini çalışanlarıyla paylaşması bir sinerji oluşturacak ve iki taraf birbirinden olumlu olarak etkilenecektir.

Çalışanın gelecekle ilgili olumlu duygulara sahip olabilmesi ve başarılarının takdir edildiğini bilmesi, çalışanın daha iyi olma güdüsünü tetikleyen bir faktördür. Gelecekte kariyerinde olumlu değişiklikler olacağını hissetmesi ve bu konuda örgüt içerisindeki örneklerin sıklığı çalışanın iyimser olmasını sağlar. Aidiyet duygusu olası problemlerde daha fazla direnmesine neden olur. Aile şirketlerinde asıl olması gereken aidiyet duygusuna yatırım yapılmasıyla, kurumla ilgili gelecek kaygıları, aile üyeleri arasındaki dengenin korunabilmesi çabası, bu yöne fazla eğilememeyi beraberinde getirebilmektedir. Aidiyet duygusu çalışanlara yeterince hissettirilememekte, hatta aile ve çalışanlar olarak iki farklı grup oluşabilmektedir. Liderlerin örgüt içindeki çalışanları aile ve diğerleri olarak ayırdığı düşüncesi ki bu her zaman doğru değildir, çalışanın gelecekle ilgili iyimserlik duygularının körelmesine neden olabilmektedir. Liderin gerçek güdüsünün tamamen kâr odaklı olması durumunda çalışanların yetenekleri, kariyer planları, sadakatları dikkate alınmayıp, finansal rakamlar ön plana çıkabilmektedir. Bu da psikolojik sermayenin hiç oluşmamasına ya da tükenmesine neden olabilmektedir. Bununla beraber, çalışanın sürekli karamsar ruh hâli, potansiyelini çıkarma ihtiyacı hissetmemesi, iş hayatını “günü kurtarmak” olarak görmesi, kriz anında çözüm yolları aramayışı da yöneticiyi olumsuz etkileyebilmektedir. Şu bir gerçektir ki aile şirketlerindeki yöneticiler kurumsal şirketlere göre daha duygusal olabilmekte, çalışanların pozitif ve negatif duygularından kurumsal şirketlere göre daha fazla etkilenebilmekte ve yoğun olumsuz duygulardan etkilenecek negatif yaklaşımlar sergileyebilmektedirler. Bu durum bir kısır döngüye de dönüşebilmektedir. Çalışanların kendi potansiyellerini ortaya çıkarmaları ve bu potansiyelin lider tarafından değerlendirilmesi hem yöneticiyi hem de çalışanları daha mutlu edecektir.

KAYNAKLAR

Acar, F. (2002). Duygusal zekâ ve liderlik. *Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 12, 53-68.

Akçay, C. & Çoruk, A. (2012). Çalışma yaşamında duygular ve yönetimi: Kavramsal bir inceleme. *Eğitimde Politika Analizi Dergisi*, 1(1), 3-25.

- Akçay, VH (2012). Pozitif psikolojik sermayenin iş tatmini ile ilişkisi. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 2(1), 123-140.
- Aslan, Ş. & Özata, M. (2008). Duygusal zekâ ve tükenmişlik arasındaki ilişkilerin araştırılması: sağlık çalışanları örneği. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 0(30), 77-97.
- Atkinson, RL, Atkinson, RC, Smith, E., Ben, E. & Hoeksama, SN (1996). *Hilgard's Introduction to Psychology*. Arkadaş Yayınevi.
- Avolio, BJ & Gardner, WL (2005). Authentic leadership development: Getting to the root of positive forms of leadership. *The Leadership Quarterly*, 16(3), 315–338. doi:10.1016/j.leaqua.2005.03.001.
- Avolio, BJ, Gardner, WL, Walumbwa, F., Luthans, F. & May, DR (2004). Unlocking the mask: A look at the process by which authentic leaders impact follower attitudes and behaviors. *The Leadership Quarterly*, 15(6), 801-823.
- Avolio, BJ, Walumbwa, F. & Weber, TJ (2009). Leadership: Current theories, research, and future directions. *Annual Review of Psychology*, 60, 421-449.
- Bernard, B. (1975). The development of organization structure in the family firm. *Journal of General Management*, 42-60.
- Büyükbese, T., Çavuşoğlu, S. & Okun, O. (2019). Otantik liderlik ile örgütsel bağlılık arasında psikolojik sermayenin aracılık rolü: Bingöl üniversitesi örneği. *OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 10(17), 194-225.
- Çakar, U. & Arbak, Y. (2004). Modern yaklaşımlar ışığında değişen duygu-zekâ ilişkisi ve duygusal zekâ. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6(3), 23-48.
- Çetin, F. & Basım, HN (2012). Örgütsel psikolojik sermaye: Bir ölçek uyarlama çalışması. *Amme İdaresi Dergisi*, 45(1), 121-137.
- Delice, M. & Günbeyi, M. (2013). Duygusal zekâ ve liderlik ilişkisinin incelenmesi: Polis teşkilatı örneği. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 27(1), 209-239.
- Dinçer, H., Tabak, A. & Koçyiğit, Y. (2019). Otantik liderlik, psikolojik sermaye ve yaratıcılık: Çok düzeyli analiz. *LAÜ Sosyal Bilimler Dergisi* 10(2), 111-134.
- Doğan, S. & Demiral, Ö. (2007). Kurumların başarısında duygusal zekânın rolü ve önemi. *Yönetim ve Ekonomi: Celal Bayar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 14(1), 209-230.
- Donelley, R. (1964). The family business. *Harvard Business Review*, 42(4), 93-105.
- Erkuş, A. & Günlü, E. (2008). Duygusal zekânın dönüşümcü liderlik üzerine etkileri. *Dokuz Eylül Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 9(2), 187-209.
- Feldman, RS (1996). *Understanding Psychology*. McGraw-Hill.
- Gable, SL & Haidt, J. (2005). What (and why) is positive psychology? *Review of General Psychology*. 9(2), 103–110.
- Goleman, D. (2015). *What Makes a Leader?* Harvard Business Review Press.
- Gür, K. (2012). *Aile Şirketi Algısı ve Kariyer Seçimine Etkisi* [Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi].

- Gürbüz, S. & Yüksel, M. (2008). Çalışma ortamında duygusal zekâ: İş performansı, iş tatmini, örgütsel vatandaşlık davranışı ve bazı demografik özelliklerle ilişkisi. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 9(2), 174-190.
- Hefferon, K. & Boniwell, I. (2014). *Pozitif Psikoloji Kuram Araştırma ve Uygulamalar* (1st Edition). Nobel Yayıncılık.
- Karacaoğlu, K. & İnce, F. (2013). Pozitif örgütsel davranışın örgütsel sinizm üzerindeki etkileri: Kayseri ilindeki imalat sanayi işletmelerinde bir uygulama. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 18(1), 181-202.
- Keleş, HN (2011). Pozitif psikolojik sermaye: Tanımı, bileşenleri ve örgüt yönetimine etkileri. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 3(2), 343-350.
- Keser, S. & Kocabaş, İ. (2014). İlköğretim okulu yöneticilerinin otantik liderlik ve psikolojik sermaye özelliklerinin karşılaştırılması. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*, 20(1), 1-22.
- Kesken, J. & Ayyıldız, NA (2008). Liderlik yaklaşımlarında yeni perspektifler: Pozitif ve otantik liderlik. *Ege Akademik Bakış*, 8(2), 729-754.
- Kılınç, KÖ ve Öztürk, H. (2019). Hemşirelikte otantik liderlik. *Sağlık ve Hemşirelik Yönetimi Dergisi*. 1(6), 55-63.
- Kutanis, RÖ & Yıldız, E. (2014). Pozitif psikoloji ile pozitif örgütsel davranış ilişkisi ve pozitif örgütsel davranış boyutları üzerine bir değerlendirme. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 5(11), 135-154.
- Lam, LT & Kirby, SL (2002). Is emotional intelligence an advantage? An exploration of the impact of emotional and general intelligence on individual performance. *Journal of Social Psychology*, 142(1), 133-143.
- Luthans, F. (2002). Positive organizational behavior: Developing and managing psychological strengths. *Academy of Management Executive*, 16(1), 57-72.
- Luthans, F. & Avolio, BJ (2003). Authentic leadership development. *Positive Organizational Scholarship*, 241-258.
- Luthans, F., Avolio, BJ, Avey, JB, & Norman, SM (2007). Positive psychological capital: Measurement and relationship with performance and satisfaction. *Personnel Psychology*, 60(3), 541-572.
- Luthans, F., Avolio, B., Walumbwa, F. & Li, W. (2005). The psychological capital of Chinese workers: Exploring the relationship with performance. *Management and Organization Review*, 1(2), 249-271.
- Luthans, F., Vogelgesang, GR & Lester, PB (2006). Developing the psychological capital of resiliency. *Human Resource Development Review*, 5(1), 25-44.
- Luthans, F. & Youssef, CM (2004). Human, social and now positive psychological capital management: investing in people for competitive advantage. *Organizational Dynamics*, 33(2), 143-160.
- Luthans, F., Youssef, CM & Avolio, B. (2007a). *Psychological Capital : Developing the Human Competitive Edge*. Oxford University Press.
- Marshall, C. (2001). Make the most of your emotional intelligence. *Chemical Engineering Progress*, 97(2), 92-95.

- Mayer, JD & Salovey, P. (1990). Perceiving affective content in ambiguous visual stimuli: A component of emotional intelligence. *Journal of Personality Assessment*, 54(3-4), 772-781.
- Mestre, MV, Tortosa, F., Samper, P. & Nácher, MJ (2002). Psychology's evolution through its texts: Analysis of E. R. Hilgard's introduction to psychology. *Psicothema*, 14(4), 810-815.
- Narcıkara, E. (2017). Increasingly ascending positivity in organizations: positive organizational scholarship perspective. *Journal of Behavior at Work*, 2(1), 19-33.
- Öcal, H. & Barın, N. (2016). İş, güç. *Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi*, 18(2), 63-94.
- Özkaya, MO & Şengül, CM (2006). Aile şirketlerinde kurumsallaşma ve ikinci kuşağın "kurumsallaşma" konusuna bakış açısı. *D.E.Ü., İ.İ.B.F.Dergisi*, 21(1), 109-126.
- Peekar, KA, Bakker, AB, Linden, D. & Born, M. (2017). Self- and other-focused emotional intelligence: Development and validation of the rotterdam emotional intelligence scale (REIS). *Personality and Individual Differences*, 120 (2018), 222-233.
- Sağır, M. & Aydın, AU (2019). Otantik liderlik, örgütsel bağlılık ve psikolojik sermaye arasındaki ilişki: tekstil sektöründe bir uygulama. *Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 22(2), 800-812.
- Seligman, MEP & Csikszentmihalyi, M. (2000). Positive psychology: An introduction. *Amerikan Psychological Association*, 155(1), 5-14.
- Sığır, Ü. (2012). *Liderlikte Güncel Yaklaşımlar ve Uygulamada Kullanılabilecek Ölçekler*. Detay Yayıncılık.
- Stajkovic, AD & Luthans, F. (1998). Social cognitive theory and self-efficacy: Going beyond traditional motivational and behavioral approaches. *Organizational Dynamics*, 26(4), 62-74.
- Şahin, M. (2019). Authentic Leadership. *Journal of Current Researches on Social Sciences*, 9 (1), 39-60.
- Tabak, A., Polat, M., Coşar, S. & Türköz, T. (2012). Otantik Liderlik Ölçeği: Güvenirlilik ve Geçerlik Çalışması. "İş, Güç" *Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi*, 14(4), 89-106.
- Tanrıoğen, A. & Türker, Y. (2019). Rotterdam duygusal zekâ ölçeğinin Türkçe'ye uyarlanması. *Pamukkale Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 47, 348-36. [doi: 10.9779/pauefd.514377].
- Tösten R. & Özgan, H. (2017). Öğretmenlerin pozitif psikolojik sermayelerine ilişkin algılarının incelenmesi. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*. 16(62), 867-889.
- Walumbwa, FO, Avolio, BJ, Gardner, WL, Wernsing, TS & Peterson, SJ (2008). Authentic leadership: Development and validation of a theory-based measure. *Journal of Management*, 34(1), 89-126.
- Yetgin, MA (2016). Örgütsel psikolojik sermaye ve destekleyici örgüt kültürünün otantik liderlikte rolü: görgül bir araştırma. *Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi*, 51(2), 128-156.
- Yılmaz, H. (2019). Otantik liderlik davranışının örgütsel etik iklim üzerine yansımaları: Kantitatif bir çalışma. *Ömer Halisdemir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 12(2), 160-182.

Yazar Katkı Oranı

Araştırmanın hazırlanmasında tüm yazarlar eşit oranda katkı sağlamıştır.

KÜRESEL SALGININ MALİYE POLİTİKALARINA ETKİSİ: TÜRKİYE ÜZERİNE DEĞERLENDİRMELER*

Sevi DOKUZOĞLU¹, Kayahan TÜM²

Makale Bilgisi

Kavramsal Makale

DOI: 10.35379/cusosbil.1077786

Makale Geçmişi:

Geliş 23.02.2022

Düzeltilme 31.03.2022

Kabul 11.04.2022

Anahtar Kelimeler:

Küresel Salgın,

Covid-19,

Maliye Politikası.

ÖZ

Covid-19 salgını küresel ekonomiyi üretim, tedarik zinciri ve piyasa aksaklığı yaratarak arz yönünden; tüketim ve yatırım kararlarını saptırarak ise talep yönünden etkilemiştir. Salgının diğer krizlere göre ayırt edici noktası tek bir ana kaynağının bulunmamasıdır. Bu bağlamda, Covid-19 salgını talep, arz ve finans şoklarının eş anlı olarak gerçekleştiği çok boyutlu bir kriz olarak tanımlanmaktadır. 1929 Ekonomik Buhranı'ndan sonra ilk kez gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler eş zamanlı olarak durgunluk sürecine girmiş; salgın küresel ekonomik aktiviteyi durma noktasına getirmiştir. Salgın dönemi; kamu politikalarını, küresel ekonomik ilişkileri, tüketim ve çalışma alışkanlıklarını yeniden şekillendirmiştir. Salgının yarattığı krizden çıkışta ise iradi kamu politikaları birincil öneme sahiptir. Pek çok ülke salgın sürecinin mali olarak sürdürülebilmesi amacıyla genişletici para ve maliye politikası uygulamaları gerçekleştirmiştir. Bu çerçevede, çalışmamızın amacı salgının Türkiye'deki maliye politikalarına yansımaya biçiminin ve sonuçlarının salgın sonrası temel ekonomik göstergeler ile birlikte değerlendirilmesidir.

THE EFFECT OF THE EPIDEMIC ON FISCAL POLICIES: ASSESSMENTS ON TURKEY

Article Info

Conceptual Article

DOI: 10.35379/cusosbil.1077786

Article History:

Received 23.02.2022

Revised 31.03.2022

Accepted 11.04.2022

Keywords:

Global Epidemic,

Covid-19,

Fiscal Policy

ABSTRACT

The Covid-19 outbreak affected the global economy from the supply side, creating production, supply chain and market disruption; and the deviating the consumption and investment decisions on the demand side. The distinguishing point of the epidemic compared to other crises is the absence of a single main source. In this context, the Covid-19 epidemic is defined as a multidimensional crisis in which demand, supply and financial shocks occur simultaneously. For the first time after the 1929 Economic Depression, developed and developing countries entered the recession process simultaneously; the global economic activity has come to a standstill. The epidemic period reshaped public policies, global economic relations, consumption and working habits. Discretionary fiscal policies are primary important tool for surpassing of the crisis arisen from the epidemic. Many countries have implemented expansionary monetary and fiscal policies in order to sustain the epidemic process financially. In this context, the aim of our study is to evaluate the reflection of the epidemic on fiscal policies in Turkey and its results together with the post-epidemic basic economic indicators.

*Yazarlar çalışmanın etik kurallara bağlı olarak hazırlandığını taahhüt eder.

¹ Dr. Öğr. Üyesi, Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, sdokuzoglu@mku.edu.tr, ORCID: 0000-0002-2888-4755

² Doç. Dr., Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, kayahantum@mku.edu.tr, ORCID: 0000-0001-7716-3965
Alıntılanak için/Cite as: Dokuzoğlu, S., Tüm, K. (2022), Küresel Salgının Maliye Politikalarına Etkisi: Türkiye Üzerine Değerlendirmeler, Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 31 (1), 105-120.

GİRİŞ

Covid-19 salgını, arz yönünden üretim ve tedarik zincirlerini; talep yönünden ise tüketim ve yatırım kararlarını olumsuz yönde etkileyerek küresel ekonomide süregelen durgunluk konjonktürünü daha da derinleştirmiştir. 1929 Büyük Buhranı'ndan sonra ilk defa hem gelişmiş ekonomiler hem de gelişmekte olan ekonomiler eş zamanlı olarak durgunluk sürecine girmiştir (Benmelech, 2020, s. 2). Salgın dönemi; kamu politikalarını, küresel ekonomik ilişkileri, tüketim alışkanlıklarını yeniden şekillendirmiştir. Özellikle, salgın sürecinin mali olarak yönetilmesinde kamunun ekonomi ve sosyal politikaları belirleyici olmuştur.

İktisat yazınında, resesyon ve kriz dönemlerinde vergi indirimleri ve kamu harcamaları artışı şeklinde gerçekleşen genişletici maliye politikalarının etkinliği tartışmalıdır. Söz konusu politikaların etkisi çarpanın uyarıcı etkisiyle gözlemlenebilmektedir. Örneğin; Alesina ve Ardagna'ya (2010) göre kriz dönemlerinde mali teşvik uygulamaları harcama artışı yerine vergi indirimleri ile gerçekleştirildiğinde genişletici etkisi daha yüksek olacaktır. Ilzetki, Mendoza ve Vegh (2013) ise maliye politikalarının etkisinin ülkelerin gelişmişlik seviyesi, döviz kuru rejimi, dışa açıklığı ve kamu borç stokuna bağlı olarak şekillendiğini ortaya koymuştur. Buna göre kamu harcamalarında meydana gelen bir artışın etkisi, gelişmiş ülkelere gelişmekte olan ülkelere kıyasla çok daha yüksektir. Ancak, salgın dönemi uygulanan farklı politikaların etkinliğinin geleneksel çarpan mekanizmasıyla açıklanması ve ölçülmesi tam anlamıyla tutarlı ve doğru sonuçlar ortaya koymayabilir. Salgın sırasında, ekonomik aktivitenin durmasının salgınla mücadelede bir kamu politikası niteliği taşıması nedeniyle yalnızca GSYH istikrarına odaklanmak salgın sürecinin yönetilmesini zorlaştıracaktır. Brinca, Duarte ve Faria-e-Castro (2020) salgın dönemi yapılan işsizlik sigortası ödemelerinin, doğrudan gelir transferlerinin ve firmalara yönelik likidite desteklerinin diğer harcama ve vergi politikalarından çok daha etkili olduğu sonucuna ulaşmıştır. Benmelech (2020) ise ülkelerin mali teşvik paketlerinin büyüklüğünün kredi notu ile ilişkili olduğu bulgusunu ortaya koymuştur. Buna göre risk primi düşük ülkeler, risk primi yüksek ülkelere kıyasla daha geniş çaplı teşvik politikaları uygulamışlardır.

Türkiye ekonomisi açısından bakıldığında ise öncelikle salgın öncesi ekonomik koşulların değerlendirilmesi gerekmektedir. Türkiye, salgın sürecine 2018 Finansal Krizi'nin ekonomide süregelen olumsuz etkileriyle birlikte girmiştir. Yüksek döviz kuru, artan işsizlik, enflasyon rakamları ve borçlanma maliyetleri ekonomide mali kırılganlıkların yaşandığı bir döneme işaret etmektedir. Salgının yarattığı talep ve arz şoklarının yanı sıra salgına ilişkin alınan sağlık önlemlerinin (tam kapanma, karantina gibi) bu kırılganlığı daha da derinleştirdiğini söylemek mümkündür. Türkiye'de salgın sürecinin mali olarak sürdürülebilmesi adına uygulanan maliye politikalarının düşük gelir gruplarına doğrudan gelir desteği, istihdamın ve üretimin desteklenmesine yönelik kredi kolaylıkları, sosyal güvenlik ve vergisel yükümlülüklerle ilişkin erteleme ve istisnalar biçiminde şekillendiği görülmektedir. Bununla birlikte söz konusu mali teşvik ve vergisel kolaylıkların büyük bir bölümü bütçe dışından; krediler, garantiler ve öz kaynak ilaveleri yoluyla finanse edilmiştir.

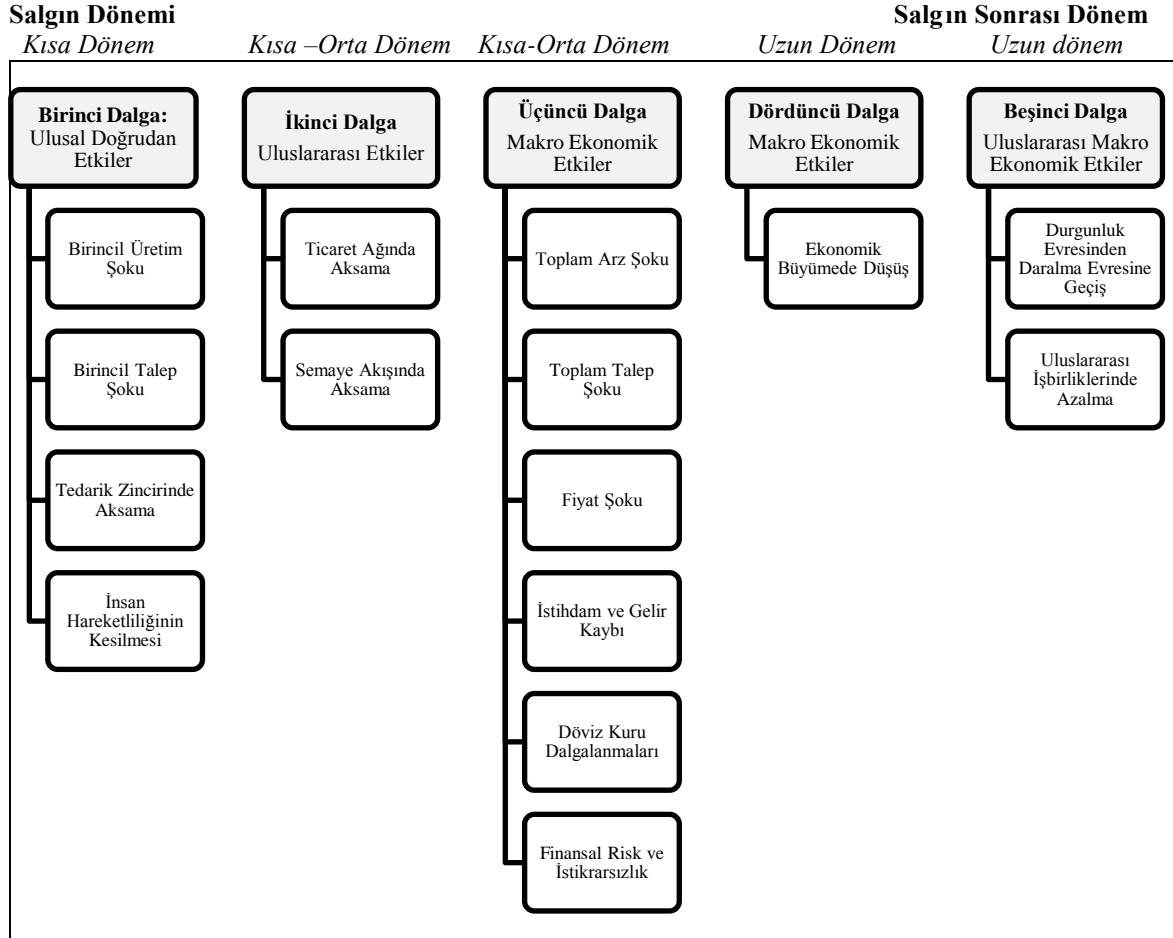
Bu çerçevede, çalışmamızda salgının küresel ekonomik etkileri, Türkiye'nin salgın dönemi maliye politikaları, salgın öncesi ve sonrası döneminde Türkiye ekonomisine ilişkin temel ekonomik göstergelerin yorumlanması ve değerlendirilmesi hususları ele alınmıştır.

Salgının Küresel Ekonomiye Etkileri

Küresel çapta ekonomiler, sınırların ötesinde birbirlerine mal ve hizmet, bilgi, insan, finansal sermaye, doğrudan yabancı yatırımlar, uluslararası bankacılık ve döviz kurları üzerinden bağlanmıştır (Baldwin & di Mauro, 2020, s. 17). Salgın küresel ekonomiyi doğrudan üretim üzerinden, tedarik zinciri ve piyasa aksaklığı yaratarak dolaylı biçimde arz üzerinden ve söz konusu olumsuz etkilerin firma ve piyasalar üzerinde yarattığı mali baskı nedeniyle talep üzerinden olmak üzere üç ana noktadan etkilemiştir. Düşük üretim kapasitesi ve yüksek fiyat düzeyi ile sonuçlanan bu durum ise küresel çapta bir stagflasyon süreci başlatmıştır (Maital & Barzani, 2020, s. 5). Salgın, işgücü arzında ciddi boyutlarda aksamalara neden olarak neredeyse pek çok ekonomiyi durma noktasına getirmiştir. Bu çerçevede, Covid-19 krizi arz, talep ve finans şoklarının eş anlı gerçekleştiği bir kriz olarak tanımlanabilmektedir (Vovyoda & Yeldan, 2020, s. 3-4). Örneğin; Shehzad, Xiaoxing ve Kazouz (2020) GARCH analizi tekniğini kullanarak Covid-19 Salgını'nın Amerika, Almanya ve İtalya finansal piyasaları üzerindeki olumsuz etkisinin 2008 Küresel Krizi'ne kıyasla çok daha yüksek boyutta olduğu sonucuna ulaşmıştır. Barro, Ursua ve Weng (2020), Covid-19 Salgını'nın muhtemel etkilerinin değerlendirilmesinde 1918-1920 yılları arasında yaşanan Büyük İspanyol Gribi Salgını'na ilişkin veriler ile temsil edilebileceği varsayımından hareketle bir simülasyon analizi gerçekleştirmiştir. Buna göre tipik bir ülke açısından salgının GSYİH'da % 6; özel tüketim harcamalarında ise %8' oranında bir düşüş meydana getireceği ve küresel çapta bir ekonomik daralma ile sonuçlanacağı savı ortaya koyulmuştur. Ma, Rogers ve Zhou, (2021)

ise Hong Kong Gribi (1968), H1N1(2009), Ebola (2014), Zika (2016), SARS (2003) gibi sağlık krizlerinin büyüme ve işsizlik üzerindeki etkisini, hem krizin başlangıç yılındaki hem de zaman içerisindeki dinamik etkilerini ekonometrik olarak tahmin etmiştir. Çalışmada, Covid-19 Salgını'nın sözü edilen krizler içerisinde istihdam ve büyüme üzerinde en fazla daraltıcı etkiye sahip olduğu; söz konusu etkilerin ise 5 yıllık bir süre ile kalıcı olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Diğer yandan Fernandes (2020), salgının merkezi olan Çin'in SARS salgını döneminde dünya ekonomisinin %3'ünü temsil ettiğine; ancak 2020 yılı itibarıyla bu oranın %16'nın üzerinde olduğuna dikkat çekmiştir.

Barua (2020), salgının talep, arz, tedarik zinciri, ticaret, yatırım, fiyat düzeyi, döviz kurları, ekonomik istikrar, risk primleri, büyüme ve uluslararası ticaret gibi alanları etkileyerek makroekonomik şoklar yaratacağı hususunu salgının ulusal ve küresel ekonomik etkilerine ilişkin bir zaman çizelgesi ortaya koyarak özetlemiştir:



Şekil 1. Salgının Ekonomik Etkileri

Kaynak: Barua (2020).

Buna göre salgın birinci dalgada ülkelerin üretim, talep, tedarik zinciri ve nüfus hareketliliği üzerinde eş zamanlı şoklara neden olmakta ve bu durum ikinci dalgaya uluslararası mal ve hizmet ile sermaye akışlarında azalma biçiminde yansımaktadır. Örneğin; IMF'in 2021 yılında ortaya koyduğu raporda 2020 yılı sonunda dünya ticaret hacminin % 8, 2 oranında azaldığı görülmektedir. Ayrıca, söz konusu raporda küresel ekonominin salgının ilk yılında % 6 oranında küçüldüğü bilgisi yer almaktadır (IMF, 2021). Özellikle mal (otomobil gibi) ve hizmet (turizm, ulaşım gibi) ithalatı ve ihracatında meydana gelen düşüş bu durumda etkili olmaktadır. Bununla birlikte, insan hareketliliğinde azalma, ekonomik belirsizlik, ulaşım ve lojistik ağında yaşanan aksaklıklar nedeniyle artan maliyetler uluslararası yatırımların kesintiye uğramasına neden olabilmektedir. Baker, Bloom, Davis ve Terry'ye (2020) göre Covid-19 Salgını, 2008 Küresel Krizi'ne kıyasla çok daha büyük çapta bir ekonomik belirsizlik şokuna neden olmuştur ve salgının bu karakteristiği 1929 Büyük Buhranı ile benzerlik taşımaktadır. Çalışmada, Amerika'nın 2020 yılının son çeyreğinde yaşadığı ekonomik daralmanın yarısının

salgının yarattığı belirsizlikten kaynaklandığı bulgusuna ulaşılmıştır. Öte yandan, salgının ilk yılında küresel çapta sıfırdan proje duyuruları %37; uluslararası birleşme ve satın almalar %15 ve açıklanan sınır ötesi proje finansman anlaşmalarının sayısı dörtte bir oranında azalmıştır (Fu, Alleyne & Mu, 2021, s. 2792). Salgının ilk yılında, doğrudan yabancı yatırımlar ise %35 oranında azalmış; 2005 yılı seviyesine gerilemiştir (UNCTAD, 2021). Ekonomik büyüme ve kalkınma seviyeleri büyük ölçüde doğrudan yabancı yatırımlara ve ticarete bağlı olarak şekillenen gelişmekte olan ülkelerin salgından etkilenme derecelerinin çok daha yüksek olduğunu söylemek mümkündür (Barua, 2020, s. 9).

Salgın süresince hızla yükselen sağlık harcamaları, kamunun firmalara yönelik kurtarma ve destek paketleri, karantina sırasında vatandaşlara yapılan doğrudan mali yardımlar ve ekonomik aktivitedeki daralma nedeniyle vergi gelirlerinde meydana gelen kayıplar Covid-19'u aynı zamanda bir ekonomik pandemiye dönüştürmüştür. Gelişmiş ve sanayileşmiş ülkelerin aksine gelişmekte olan ülkelerin hâlihazırda ekonomik yapılarındaki süregelen kırılmanın, salgının mali olarak sürdürülebilmesi sürecinde kamu politikalarının etkisini kısıtlayacağı açıktır (Can & Aktaş, 2021, s. 42).

Türkiye'de Salgın Dönemi Maliye Politikaları

Türkiye ekonomisinin, süregelen mali dengesizliklere rağmen benzer bir çok ülkeye kıyasla daha fazla mali alana sahip olduğu söylenebilmektedir. Maliye politikası bağlamında, otomatik stabilizatörlerin yanı sıra iradi politikalar da salgın sürecinin mali yönden desteklenmesinde etkili olmuştur. Salgının yükselişe geçtiği Mart-Mayıs döneminde mali dengesizliklerin derinleşerek ekonomi üzerindeki baskıyı arttırdığını söylemek mümkündür. Söz konusu dengesizlikler daha çok iç borçlanma ile finanse edilmiş; mali genişlemenin sağlanmasında parasal genişleme mekanizması da etkili olmuştur (World Bank, 2020, s. 10).

Salgın döneminde, maliye politikası; düşük gelir gruplarına doğrudan mali destek sağlanması, istihdamın ve üretimin desteklenmesi, sosyal güvenlik primlerine ilişkin düzenlemeler, hizmet sektörüne ilişkin kredi kolaylıkları ve vergisel yükümlülüklerde erteleme ve indirimler yoluyla gerçekleştirilmiştir. 2021 yılının Haziran ayı itibarıyla yaklaşık olarak 638 Milyar TL büyüklüğünde mali destek paketi açıklanmıştır. Bu tutar, Türkiye GSYH'sinin %12, 7' sine isabet etmektedir. Söz konusu tutarın yaklaşık 165 Milyar TL'lik kısmı (GSYH'nin % 3,3'si) bütçe içerisinde karşılanmış; geri kalanı ise öz kaynak ilaveleri, krediler ve garantiler ile finanse edilmiştir (IMF, 2021).

Çalışmada, salgın dönemine ilişkin olarak gerçekleştirilen maliye politikası uygulamaları mali teşvikler ve vergisel düzenlemeler başlığı altında incelenmektedir:

Mali Teşvikler

Hane Halkına Yönelik Gelir Destekleri: Salgından etkilenen 2,3 milyon haneye ve iş kaybı yaşayan işçilere yönelik olarak 7 Nisan 2020'de ek sosyal transfer paketi açıklanmıştır. Ayrıca salgının istihdam üzerindeki olumsuz etkilerinin hafifletilmesi amacıyla kısa çalışma müessesesi etkin bir şekilde kullanılmaya başlanmıştır. Bu dönemde 7226 sayılı Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun ile kısa çalışma başvurularında 30.06.2020 tarihine kadar belirli kolaylıklar tanınmıştır. Bu kolaylıklar arasında; 600 günlük katkı payı gereksiniminin 450 güne, iş sözleşmesi gerekliliğinin ise 60 güne indirilmesi sayılabilir. Buna karşılık işverenlerin kısa çalışma ödeneğinden yararlanabilmesi açısından üç ay işçi çıkarmama koşulu eklenmiştir. 17.04.2020 tarihli ve 31102 sayılı Resmi Gazete'de yayınlanan 7244 sayılı Kanun ile kısa çalışma ödeneği kapsamına girmeyen kişilere de bir takım olanaklar sunulmuştur. Buna göre işsizlik ödeneğinden yararlanamayan ve 15.03.2020 tarihinden sonra iş akdi sona erdirilen veya ücretsiz izinli sayılan kişilere de aylık net 1.628 TL'lik gelir desteği sağlanmıştır (Oflaz, 2021, s. 396; Karabulut, 2020, s. 18).

Kredi Destekleri: Hanehalklarına, esnaf ve KOBİ'lere ve firmalara yönelik olarak kamu bankalarının öncülüğünde kredi kolaylıkları sağlanmıştır. Bu çerçevede, esnaf ve sanatkârların Halk Bankası'na olan borçlarının anapara ve faiz ödemeleri 3 ay süre ile ertelenmiştir. İhracat sektörüne stok desteği; firmalara ve KOBİ'lere likidite akışı sağlanması amacıyla kredi garanti fonu desteğinin limiti 25 Milyar'dan 50 Milyar TL seviyesine yükseltilmiştir (Fırat, 2020, s. 218).

Vergisel Düzenlemeler

Dünyadaki eğilime paralel olarak Türkiye'de de küresel salgının ekonomik yaşamda ortaya çıkardığı olumsuz etkilerin mükellefler üzerinde yarattığı baskıyı hafifletebilmek amacıyla vergisel düzenlemelerin yapıldığı gözlemlenmektedir. Türkiye'de ise bu amaca yönelik olarak gerçekleştirilen vergisel düzenlemelerin ağırlıklı olarak vergi ertelemeleri niteliğinde olduğu söylenebilir. Vergi ertelemelerinin yanı sıra, sınırlı olmakla birlikte, bazı mal ve hizmet türlerinde vergi indirimlerinin yapıldığı görülmektedir. Bu çerçevede, salgın

döneminde yapılan vergisel düzenlemeleri aşağıdaki başlıklarda ele alabilmek mümkündür (Çalışkan & Erul, 2021, s. 46; Uygun & Kasa, 2021, s. 182-183; Yurdakul, 2021, s. 137):

Mücbir sebep hâlinin kabul edilmesi: Vergi idaresi tarafından salgın, mükelleflerin vergisel ödevlerini yerine getirmesi bakımından mücbir sebep hâli olarak kabul edilmiştir (TÜBA, 2020, s. 28). Bu doğrultuda, Hazine ve Maliye Bakanlığı tarafından 24.03.2020 tarihinde 518 sayılı Vergi Usul Kanunu Genel Tebliği yayımlanmıştır. Anılan tebliğe göre; ticari, mesleki ve zirai faaliyetleri nedeniyle gelir vergisi mükellefiyeti bulunanlar ile Tebliğ'in 3. maddesinin (b) fıkrasında belirtilen sektörler ve salgın nedeniyle İçişleri Bakanlığı'nın almış olduğu tedbirler doğrultusunda faaliyetlerine ara verilen mükelleflerin 01.04.2020 ila 30.06.2020 tarihleri arasında mücbir sebep hâlinde oldukları kabul edilmiştir. Yine aynı tebliğde yapılan düzenlemeye göre 65 yaş üstü ve kronik rahatsızlığı bulunan mükellef ve meslek mensuplarının da mücbir sebep hâlinde buldukları kabul edilmiştir (GİB, 2020). Yukarıda belirtilen düzenlemeden anlaşılacağı gibi vergi idaresi tüm mükellefler genelinde mücbir sebep hâli ilan etmemiş; yalnızca salgından ve salgın nedeniyle alınan tedbirlerden doğrudan etkilenen mükellefler için mücbir sebep hâlini kabul etmiştir. Mücbir sebep kapsamında olmayan mükelleflerin ise vergisel ödevlerine yönelik süre uzatımına gidilmiştir (Coşkun, 2020, s. 405).

Beyanname verme ve vergi ödeme sürelerinde erteleme: 17 Mart 2020 tarihli ve 125 sayılı VUK sirküleri ile ticari, zirai ve serbest meslek faaliyetleri nedeniyle gerçek usulde vergilendirilen gelir vergisi mükelleflerinin 2019 takvim yılına ait kazançları için 2020 yılının mart ayında vermesi gereken gelir vergisi beyanname süresi ile bu beyannameye bağlı olarak tahakkuk ettirilecek vergilerin ödeme süreleri uzatılmıştır. Benzer şekilde, Mart, Nisan ve Mayıs 2020 dönemlerine ait mükelleflerce idareye beyan edilmesi gereken KDV ve muhtasar beyannamelerinin verilme süreleri 27 Temmuz 2020 tarihine kadar uzatılmıştır. Buna bağlı olarak söz konusu beyannameler üzerinden tahakkuk edecek vergilerin ödeme süreleri de altı ay uzatılmıştır. Diğer bir vasıtasız vergi türü olan kurumlar vergisinde de beyanname verme süresi ile bu beyanname üzerinden tahakkuk ettirilecek vergilerin ödeme süresi 1 Haziran 2020 tarihine kadar ertelenmiştir (GİB, 2020). Ayrıca sözü edilen vergi türlerinden ayrı olarak konaklama vergisi uygulaması başlangıçta 1.01.2021 tarihine; sonrasında ise 01.01.2022 tarihine kadar ertelenmiştir. Diğer yandan, 518 sayılı VUK Genel Tebliği ile mücbir sebep hâlinde oldukları kabul edilen işverenlerin Mart-Nisan-Mayıs 2020 dönemlerine ait Bağ-Kur prim ödemeleri de altı ay süre ile ertelenmiştir (Şahan, 2021, s. 377).

Vergi indirimleri: Vergi indirimleri hususunda yapılan düzenlemelerden biri gayrimenkullerin kiralanması karşılığında yapılan kira ödemelerinde uygulanan vergi tevkifat oranının %20'den % 10'a düşürülmesidir. Ayrıca 30.07.2020 tarihli ve 2812 Cumhurbaşkanlığı Kararı ile belirli mal ve hizmetlere uygulanan KDV oranı 2020 yılı sonuna kadar %18'den % 8'e düşürülmüştür. KDV oranı düşürülen bazı mal ve hizmetler arasında; iş yeri kiralama hizmeti, kongre, konferans, konser, fuar, lunapark ücretleri, berberlik ve kuaförlük hizmetleri, halı ve kilim yıkama hizmetleri sayılabilir. Yine 30.08.2020 tarihli ve 2913 sayılı Cumhurbaşkanlığı ile özel eğitim kurumlarında sunulan eğitim ve öğretim hizmetlerinde uygulanan KDV oranı %8'den %1'e düşürülmüştür.

Küresel Salgın Öncesi Türkiye Ekonomisinin Genel Görünümü

Salgın öncesi Türkiye ekonomisinin 2018 yılında gerçekleşen kur krizi ve beraberindeki yüksek enflasyon, artan borçlanma maliyetleri ve işsizlik oranları nedeniyle mali olarak kırılgan bir yapıda olduğu söylenebilmektedir. Aşağıdaki tabloda 2017, 2018 ve 2019 yıllarına ilişkin temel makroekonomik göstergelere yer verilmiştir:

Tablo 1. Salgın Öncesi Temel Makro Ekonomik Göstergeler

Makro Ekonomik Göstergeler	2017	2018	2019
GSYH (Milyar TL)	3.106.537	3.724.388	4.320.191
Büyüme			
GSYH (%)	7,4	2,8	0,9
Cari İşlemler Dengesi (Milyar US\$)	-47,4	-27,0	8,7
Dış Ticaret Dengesi (Milyar US\$)	-76,8	-54,3	-26,4
İhracat (Milyar US\$)	157,0	176,9	181,4
İthalat (Milyar US\$)	233,8	231,2	207,8

Doğrudan Yabancı Yatırımlar (Milyon US \$)	9.266	12.822	11.042
İşsizlik Oranı (%)	10,9	11,0	13,7
Enflasyon (TÜFE, Yıl Sonu % Değişme)	11,9	20,3	11,5
Döviz Kuru (TL/US\$)	20,0	30,2	21,9
Dış Borç Stoku (Milyar US\$)	454,4	443,7	436,9
Toplam Kamu Borcu (Milyar TL)	876,5	1.067	1.328
Bütçe Dengesi (%GSYH)	-1,5	-2,0	-2,9
Faiz Dışı Denge (% GSYH)	0,3	0	-0,5
İç Borç Stoku (%GSYH)	28,3	31,1	32,1
İç Borç Çevirme Oranı	127,5	95,6	132,4

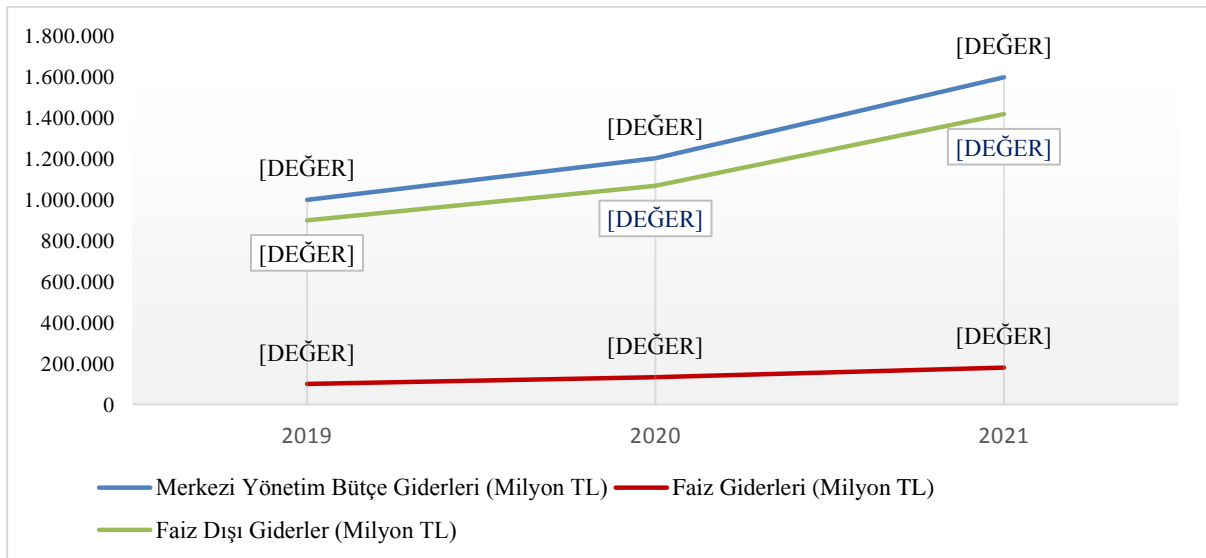
Kaynak: TÜİK, Merkez Bankası Elektronik Veri Dağıtım Sistemi

Salgın öncesi ekonomiye ilişkin temel göstergelere bakıldığında, şüphesiz en çok dikkat çeken nokta Türk Lira'sının dolar kuru karşısındaki değer kaybı oranında görülen artıştır. Söz konusu oran 2018 yılında % 30,2 'ye ulaşmış ve bu durum reel ve finansal sektör açısından pek çok problemi beraberinde getirmiştir. İşsizlik ve enflasyon artışı neticesinde daralma sürecine girilmesi büyüme rakamlarına yansımış; 2017 yılında gerçekleşen % 7,4'lük büyümeyi sırasıyla % 2,8 ve % 0,9 oranlarında büyüme oranları izlemiştir. Sözü edilen daralma süreci dış ticaret açığında düşüş trendine neden olmuş; bu etki cari işlemler dengesine fazla olarak yansımıştır. 2019 yılı itibarıyla ise uzun bir süreden sonra ilk kez faiz dışı denge açık vermiştir. Bununla birlikte, salgın öncesi ekonomik konjoktüre bakıldığında borçluluk oranlarındaki artış önemlidir. Özellikle iç borç çevirme oranının % 100'ün üzerinde gerçekleşmesi; Hazine'nin ödediği borca kıyasla daha fazla yeni borçlanması anlamına gelmektedir ki bu durum borç sürdürülebilirliğini olumsuz yönde etkilemektedir. Bu çerçevede, Türkiye'nin salgın sürecine ekonomik durgunluk ve yapısal sorunlar içerisinde girdiğini söylemek mümkündür.

Küresel Salgın Sonrası Ekonomik Göstergelerin Seyri

Bütçe Gider Gerçekleşmeleri

Türkiye ekonomisinin salgın sürecine 2018 Finansal Krizi'nin etkileri altında girdiğini söylemek mümkündür. Ekonomik daralma konjoktürünün salgının etkileri ile daha da derinleştiği gözlemlenebilir bir durumdur. Salgın sonrası bütçe gider gerçekleşmeleri aşağıdaki gibidir:



Şekil 2. Salgın Sonrası Bütçe Gider Gerçekleşmeleri (Ocak-Aralık)

Kaynak: Hazine ve Maliye Bakanlığı

Merkezi Yönetim bütçe gider gerçekleştirmelerine bakıldığında, salgının ekonomik etkilerinin bütçe açıklarına yansdığı gözlemlenebilmektedir. Salgın sürecinin mali olarak sürdürülebilmesi için artan kamu harcamalarının merkezi yönetim bütçe giderlerine artış olarak yansdığı söylenebilir. 2020 yılında merkezi yönetim bütçe giderleri bir önceki yıla göre yaklaşık %20 oranında artış göstermiş; söz konusu artış 2021 yılı itibarıyla %33 oranında gerçekleşmiştir. Salgının daha da derinleştiği belirsizlik ve ekonomik risk ortamının borçlanma maliyetlerini olumsuz etkilediği; dolayısıyla faiz giderlerinde artışa neden olduğu ifade edilebilir.

Vergi Gelirlerine İlişkin Gerçekleşmeler

Salgın döneminde yapılan vergisel düzenlemelerin, toplam vergi hasılatı üzerindeki etkisini yorumlayabilmek amacıyla 2019-2021 yıllarını kapsayan dönemde vergi gelirleri gerçekleştirmeleri aşağıda sunulmuştur:

Tablo 2. Salgın Sonrası Vergi Gelirleri Gerçekleşmeleri

	2019	2020	2020/2019 % Değişim	2021	2021/2020 Değişim	%
Vergi Gelirleri (Toplam)	673.860	833.062	23,6	1.164.809	39,8	
Gelir Vergisi	162.704	158.814	-2,4	219.632	38,3	
Kurumlar Vergisi	78.829	105.047	33,3	177.970	69,4	
Dahilde Alınan Katma Değer Vergisi	55.458	71.542	29,0	123.444	72,5	
Özel Tüketim Vergisi	147.134	207.283	40,9	205.392	-0,9	
Banka ve Sigorta Muameleleri Vergisi	22.670	27.068	19,4	33.027	22,0	
İthalde Alınan Katma Değer Vergisi	125.271	159.170	27,1	261.885	64,5	
Damga Vergisi	18.853	20.961	11,2	28.199	34,5	
Harçlar	24.176	30.653	26,8	41.956	36,5	
Diğer	38.765	52.524	35,5	73.303	39,5	

Kaynak: Hazine ve Maliye Bakanlığı

Tablodan görüleceği üzere 2020 yılında toplam vergi gelirleri, bir önceki yıla göre % 23,6 artarken; 2021 yılında ise 2020 yılına göre %39,8 artarak 1 trilyon 164 milyar 809 milyon TL olarak gerçekleşmiştir. Vergi türleri açısından değerlendirildiğinde ise 2020 yılında gelir vergisi hasılatı, 2019 yılına göre %2,4 azalarak toplam 158 milyar 814 milyon TL olarak gerçekleşmiştir. 2020 yılında gelir vergisinde yaşanan düşüşün nedeni olarak salgın nedeniyle iktisadi faaliyetlerin kısıtlanması/yavaşlaması ve buna bağlı olarak yaşanan geçici iş kayıpları gösterilebilir. Bilindiği gibi Gelir Vergisi kapsamında değerlendirilen kazanç türleri yedi temel unsurdan oluşmaktadır. Bunlar; ticari kazanç, zirai kazanç, serbest meslek kazancı, ücret, gayrimenkul sermaye iradı, menkul sermaye iradı ve diğer kazanç ve iratlardır. Salgın nedeniyle getirilen kısıtlamaların birinci derecede ticari faaliyet ile serbest meslek faaliyetlerini icra eden mükellef gruplarını etkilemesi 2020 yılında toplam Gelir Vergisi hasılatındaki azalmanın bir nedeni olarak öne sürülebilir. Ayrıca 2020 yılında Gelir Vergisi hasılatında yaşanan daralmanın diğer bir nedeni olarak yaşanan geçici iş kayıpları ve buna bağlı olarak ücret gelirlerinde meydana gelen azalmalar gösterilebilir. Ücret gelirlerinin azalmasının bu gelir türü üzerinden yapılan stopaj kesintilerinin de azalmasına neden olduğu düşünülmektedir. Bir önceki yıla göre 2021 yılı sonu itibarıyla Gelir Vergisi hasılatındaki artışın nedeninin ise ticari ve serbest meslek faaliyetlerinde uygulanan sınırlandırmaların esnetilmesine bağlı olarak ekonomik aktivitedeki canlanmadan kaynaklandığı söylenebilir.

Diğer taraftan, üç yıllık döneme ait Kurumlar Vergisi hasılatı incelendiğinde; 2020 yılında Kurumlar Vergisi'nin bir önceki yıla göre %33,3 artış gösterdiği; 2021 yılında ise 2020 yılına göre % 69,4 artış gösterdiği gözlemlenmektedir. Salgın döneminde Kurumlar Vergisi hasılatında nominal olarak bir azalış olmadığı; aksine bir artış gerçekleştiği görülmektedir. Bu artışın temelinde Kurumlar Vergisi'nin önemli bir kısmının geçici vergi uygulaması ile peşin tahsil edilmesi bulunmaktadır (Şahan, 2021, s. 380). Bilindiği üzere geçici vergi; Kurumlar Vergisi mükelleflerinin yıllık vergiden mahsup etmek üzere kümülatif olarak üçer aylık kazançları üzerinden hesaplanarak peşin olarak ödedikleri bir vergidir. Ayrıca 2021 takvim yılına ait kurum kazançlarına uygulanacak Kurumlar Vergisi oranının %22'den %25'e çıkarılması vergisi hasılatının bir önceki yıla göre artmasında diğer bir neden olarak gösterilebilir.

Katma Değer Vergisi hasılatı açısından ilgili dönem incelendiğinde, 2020 yılında önceki döneme göre gerek dâhilde alınan KDV'nin, gerekse de ithalde alınan KDV hasılatının arttığı görülmektedir. 2021 yılında ise 2020 yılına göre artış devam etmiş ve bu dönemde toplam (dâhilde ve ithalde) KDV hasılatı yaklaşık 385 milyar TL olarak gerçekleşmiştir. Salgın döneminde tüketim harcamalarının azalmaması amacıyla hane halkına ve belirli

sektörlere yönelik olarak gerçekleştirilen mali teşvikler KDV hasılatının artmasında bir etken olarak düşünülebilir. Kısa çalışma müessesesinin yaygınlaştırılması, belirli kesimlere yönelik nakdi yardımların verilmesi, uygun faiz oranları ile borçlanma olanaklarının sağlanması ve diğer sosyal transferler aracılığıyla iç talebin canlı tutulmaya çalışıldığı düşünülmektedir (Uygun & Kasa, 2021, s. 185). Diğer taraftan, 2021 yılında ithalde alınan KDV hasılatı ise bir önceki yıla göre %64,5 artış göstermiştir. Bu artışın bir nedeni olarak hane halkı ve üreticilerinin 2021 yılı için enflasyon beklentilerinin artması ve buna bağlı olarak tüketim ve ara mal ihtiyaçlarını önceleyerek söz konusu mal ve hizmetlere taleplerinin artması gösterilebilir.

Diğer bir harcama vergisi türü olan Özel Tüketim Vergisi'nin, özellikle salgının etkilerinin en çok hissedildiği 2020 yılında bir önceki yıla göre % 40,9 artarak toplam 207 milyar 283 milyon TL olarak gerçekleşmiştir. 2021 yılında ise bir önceki yıla göre % 0,9 azalarak 205 milyar 392 milyon TL olarak gerçekleşmiştir. İnceleme döneminde Özel Tüketim Vergisi hasılatında meydana gelen değişimlerin daha iyi bir şekilde analiz edilebilmesi açısından aşağıdaki tablo hazırlanmıştır:

Tablo 3. ÖTV'yi Oluşturan Kalemlerden Elde Edilen Vergi Gelirleri

	2019	2020	2021
Özel Tüketim Vergisi (Toplam)	147.134	207.283	205.392
Petrol ve Doğalgaz Ürünleri	60.997	69.009	31.292
Motorlu Taşıtlar	13.807	46.596	66.372
Alkollü İçkiler	14.715	16.464	22.785
Tütün Mamulleri	50.358	61.801	67.620
Kolalı Gazozlar	1.022	1.341	1.973
Dayanıklı Tüketim ve Diğer Mallar	6.235	12.070	15.348

Kaynak: Hazine ve Maliye Bakanlığı

Tablo 3'ten Özel Tüketim Vergisi'ni oluşturan ürün kalemleri incelediğinde; 2021 yılında petrol ve doğalgaz ürünlerinin payında bir önceki yıla göre dikkate değer bir azalma meydana geldiği görülmektedir. Bu kalemden 2020 yılında, bir önceki yıla göre yaklaşık 8 milyar TL'lik bir artış olmasına rağmen; 2021 yılında bu kalemin %50'den daha fazla azalarak 31 milyar 292 milyon TL olarak gerçekleşmiştir. Bu azalış devletin, özellikle 2021 yılında petrol ve doğalgaz ürünleri fiyatlarında küresel düzeyde meydana gelen artışları nihai tüketiciye yansıtılmak amacıyla sübvansane ettiğine işaret etmektedir. Motorlu taşıt payının ise 2020'de bir önceki yıla göre ciddi oranda arttığı ve bu artışın 2021 yılında devam ettiği görülmektedir. Özellikle 2020 yılında otomotiv satışlarında meydana gelen artış özel tüketim vergisi hasılatındaki motorlu taşıt payının artmasına neden olmuştur. Nitekim Otomotiv Distribütörleri Derneği'nin yayınlanmış olduğu raporda, 2020 yılında otomobil ve hafif ticari araç satışının bir önceki yıla göre %61,3 artarak 772.788 adet olarak gerçekleştiği belirtilmektedir.³ 2021 yılında motorlu taşıt payında artışın devam etmesini ise 3471 sayılı Cumhurbaşkanlığı Kararı ile elektrikli motorlu araçlarına uygulanan vergi oranlarının yükseltilmesi ile açıklamak mümkün olabilir. Özel Tüketim Vergisi'ni oluşturan diğer kalemler incelendiğinde ise genel olarak istikrarlı bir artış görülmektedir. Burada, özellikle dayanıklı tüketim ve diğer mallar payının 2020 yılında iki kat arttığı gözlenmektedir. Bu artışı 2019 yılında mobilya beyaz eşya gibi sektörlerde uygulanan ÖTV indirimlerinin 2020 yılı başı itibarıyla sona ermesiyle açıklamak mümkündür.

Yukarıda belirtildiği üzere salgın döneminde yapılan vergisel düzenlemeler genel olarak mükelleflerin şekli ve maddi vergisel ödevlerini belirli süre erteleyen önlemler niteliğindedir (Çoşkun, 2020, s. 412). Başka bir ifadeyle salgın nedeniyle faaliyetleri durdurulan gerçek ve tüzel kişilere ait vergisel yükümlülüklerin kaldırılması, azaltılması veya taksitlendirilmesi yerine söz konusu kişilere ait şekli ve maddi vergisel yükümlülüklerin ertelenmesi yoluna gidilmiştir. Vergi ertelemeleri ile yalnızca nakit akışlarında sıkıntı yaşayan mükelleflere geçici bir süreliğine kaynak yaratılmaya çalışılmıştır.

Bütçe Dengesine İlişkin Göstergeler

Türkiye ekonomisi, salgın sonrasında dünyadaki genel eğilime paralel olarak ve süregelen açıkların da etkisiyle bütçe açığı vermiştir. Bütçe açığının salgın öncesi ve sonrasında seyrine bakıldığında; dünya genelinde

³ https://www.odd.org.tr/web_2837_1/neuralnetwork.aspx?type=36

bütçe açığı / GSYH oranının 2020 yılında % 3,9'dan % 12,7 seviyesine; 2021 yılında ise % 7,6 oranında gerçekleştiği görülmektedir. Gelişmiş ülkelerde ise bu oran %3,3'ten 2020 yılında %14,4 seviyesine çıkmış; 2021 yılında ise % 6,9 olarak hesaplanmıştır. Söz konusu açıklar, gelişmiş ülkeler açısından ekonomik yapılarında kırılmalıklar bulunmaması ve genelde rezerv paraya sahip olmaları ile açıklanabilir. Diğer yandan benzer eğilim gelişmekte olan ülkeler açısından da söz konusudur. Gelişmekte olan ülkelerin bütçe açığı/ GSYH oranı ise 2019 yılında % 4,9; 2020 yılında % 10,7; 2021 yılında %9,2 olarak gerçekleşmiştir (IMF, 2021). Aşağıda, Türkiye'ye ilişkin bütçe dengesi istatistikleri yer almaktadır:

Tablo 4. Salgın Sonrası Bütçe Dengesi

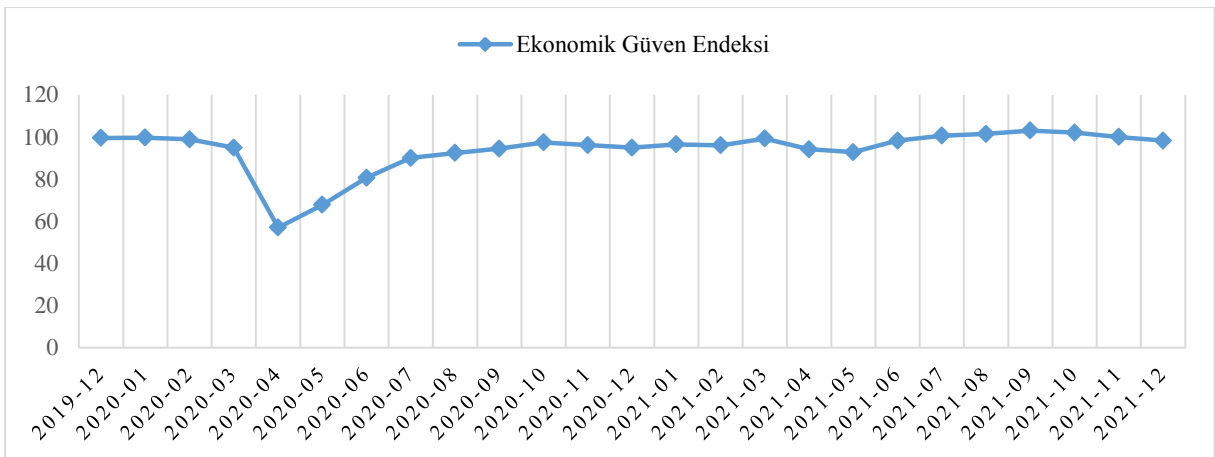
	2019 Yılı	2020 Yılı	2021 Yılı
Bütçe Dengesi (Milyon TL)	-80.616	-138.873	-145.743
Bütçe Dengesi/GSYH (%)	-2.9	-3.5	-4.3
Faiz Dışı Denge/GSYH (%)	-0.6	-0.8	-1.2

Kaynak: Hazine ve Maliye Bakanlığı

Türkiye'nin salgın sonrası bütçe dengesi istatistiklerine bakıldığında bütçe açıklarının 2020 ve 2021 yıllarında artan bir eğilim izlediği görülmektedir. Diğer yandan, gelişmekte olan ülkeler ile karşılaştırıldığında bütçe açıklarının daha düşük seviyede gerçekleştiği söylenebilmektedir. 2020 yılında %3,5; 2021 yılında ise % 4,3 oranında açık veren bütçe dengesi gelişmekte olan ülkeler ortalamasının altında seyretmektedir. Bu durumun, salgına yönelik olarak verilen mali teşvik ve desteklerin daha çok bütçe dışından, kredi ve garantilerle, karşılanmasının bir sonucu olduğu düşünülebilir. Salgın sonrası dönemde, ekonomideki tasarruf açığının bir göstergesi olan faiz dışı açık oranlarında da artış gözlemlenmektedir. 2020 yılı itibarıyla % 0,8; 2021 yılında ise %1,2 olarak hesaplanan faiz dışı açık oranlarının kamunun borç stokuna artış olarak yansıtacağı düşünülmektedir.

Ekonomik Güven Endeksi

Salgının yarattığı belirsizlik ortamı, Ekonomik Güven Endeksi'nin seyri ile gözlemlenebilmektedir. Bu endeks, tüketici ve üreticilerin ekonomiye ilişkin değerlendirmelerini ve beklentilerini aylık olarak yansıtmaktadır. Endeks, mevsimsellikten arındırılmış tüketici güven endeksi, reel kesim, hizmet, perakende ticaret ve inşaat sektörleri güven endekslerinin bileşiminden oluşmaktadır. Endeks değerinin 100'den büyük olması ekonomik duruma ilişkin iyimser beklentilerin; 100'den küçük olması ise kötümser beklentilerin göstergesi olarak kabul edilmektedir. Ekonomiye ilişkin güvenin derecesinin tüketim ve yatırım kararları üzerinde oldukça etkili olduğu söylenebilmektedir.

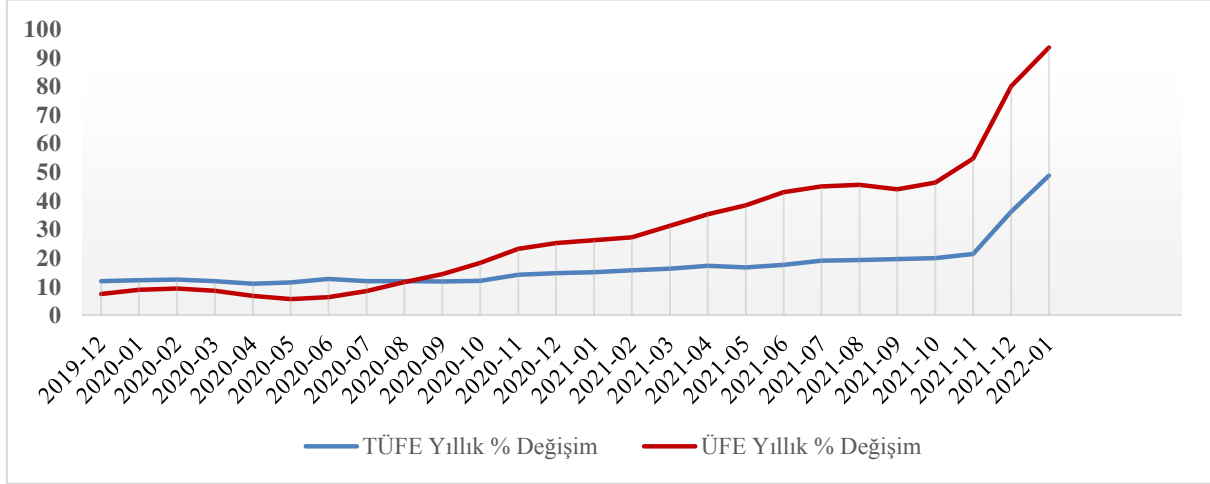


Şekil 3.
Kaynak: TÜİK

2019 yılının Aralık ayında 99,5 değerinde olan endeks, salgının ilk etkilerini gösterdiği Mart ayında düşüşe geçmiş; Nisan ayında ise en düşük değerini alarak 57 seviyesine gerilemiştir. 2021 yılının sonu itibarıyla ise 98,2 seviyesine ulaşmıştır. Endeks değerinin halen 100'ün üzerinde gerçekleşmemesi dikkate değerdir.

Fiyat Seviyesine İlişkin Göstergeler

Türkiye, yurt içi para arzındaki artış, döviz kuru istikrarsızlığı ve belirsizliğin enflasyonist baskıları arttırması nedeniyle hem salgın öncesi hem de salgın sonrasında fiyat istikrarının sağlanamadığı bir sürece girmiştir. Aşağıda, tüketiciler üzerindeki enflasyon baskısını gösteren TÜFE ve maliyet kaynaklı enflasyonu yansıtan ÜFE değerlerine ilişkin yıllık değişimlere yer verilmiştir:



Şekil 4. TÜFE ve ÜFE Yıllık % Değişim

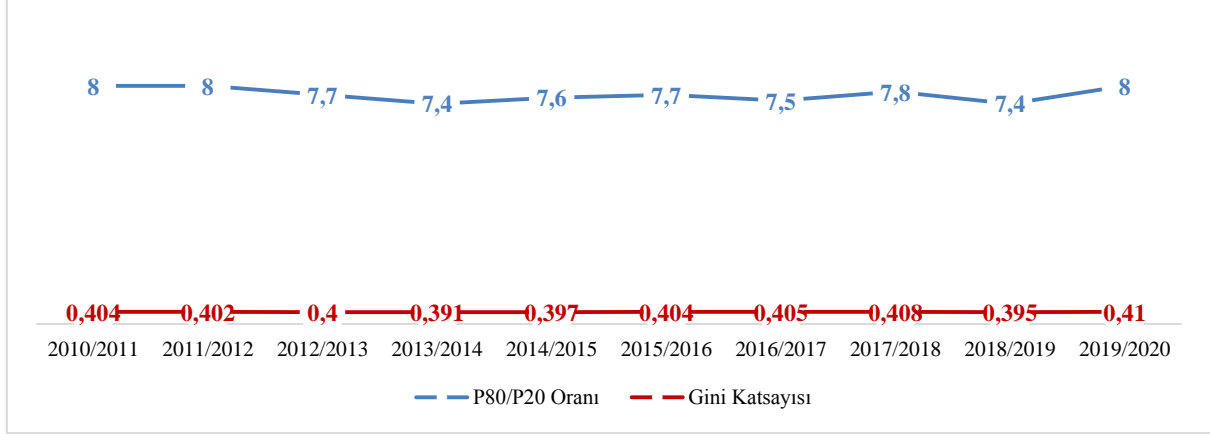
Kaynak: TÜİK

2019 yılının son ayında bir önceki yıla göre %12,15 oranında artış gösteren TÜFE; 2022 yılının Ocak ayı itibarıyla %48,69 oranında artmıştır. Öte yandan, ÜFE'de ise daha dramatik artışlar gözlemlenmektedir. Salgının hemen sonrasında, Nisan ayı ÜFE'sinin bir önceki yıla göre %10,94; 2022 yılı Ocak ayında ise bir önceki yıla göre %93,53 oranında arttığı görülmektedir. ÜFE ve TÜFE değerleri arasındaki farkın zaman içerisinde daha da açılması dikkat çekicidir. Öncelikle, fiyat seviyesine ilişkin bu artışların temel kaynağının pek çok ülke gibi Türkiye'nin de genişletici para politikası uygulamasından kaynaklandığı söylenebilir. 2019 yılında %26,7 oranında arttırılan M2 para arzı; 2021 yılında %35,3; 2021 yılında ise %52 oranında genişlemiştir (Merkez Bankası, EVDS). Bununla birlikte, tedarik zincirinde meydana gelen aksamaların ve girdi fiyatlarındaki kura bağlı olarak gerçekleşen artışın ÜFE'deki artış hızının önemli bir kaynağı olduğu söylenebilir.

Gelir Dağılımına İlişkin Göstergeler

Gelir dağılımına ilişkin olarak P80/P20 oranı; gelirden en yüksek payı alan %20'lik dilim ile en düşük payı alan %20'lik dilimin gelirlerinin oranını vermektedir. Oranın artması gelirin eşit olmayan biçimde dağıldığına işaret etmektedir. Gini katsayısı ise 0 ile 1 arasında değer olarak mutlak eşitlikten (0) ne kadar uzaklaşıldığını göstermektedir.

Şekil 5. Gelir Eşitsizliği Göstergeleri

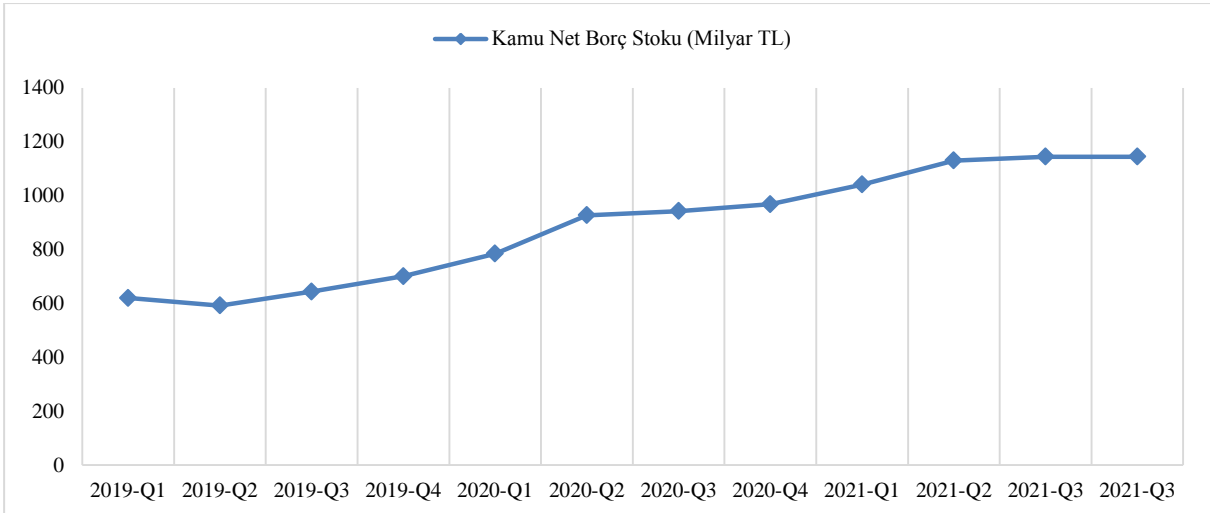


Kaynak: TÜİK

Bu çerçevede, salgını takip eden iki yıllık süre içerisinde her iki göstergenin de gelir eşitsizliğindeki artışa işaret ettiği gözlemlenmektedir. Salgın öncesi dönemde; en zengin kesim ile en yoksul kesim arasındaki gelir farkı 7,4 kat iken; bu oran salgın sonrasında 8 kat olarak gerçekleşmiştir. Gini katsayısı ise salgın sonrası dönemde 0,41 seviyesine ulaşmıştır. Gelir eşitsizliğindeki bu artışın salgın sürecindeki gelir ve istihdam kayıplarından ve enflasyon oranlarındaki artıştan kaynaklanmış söylenebilir.

Kamu Borçlanması

Salgın sürecince uygulanan genişletici politikaların bütçe dengesinde bozulmalara neden olduğu açıktır. Söz konusu bütçe açıklarının borçlanma ile finanse edilmesi beklenen bir durumdur. Aşağıda, kamu kesiminin net borç stokunun seyri 2019- 2021 yıllarına ait çeyreklik veriler ile paylaşılmıştır:



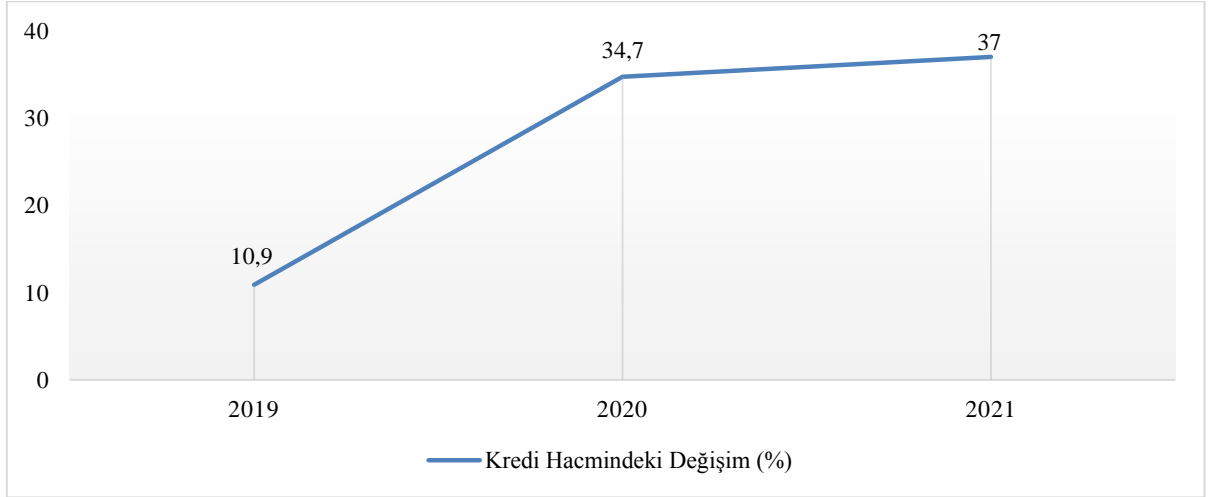
Şekil 6. Kamu Net Borç Stoku (2019-2021)

Kaynak: Hazine ve Maliye Bakanlığı

Salgından bir önceki yılda artış eğilimi başlayan kamu net borç stokunun, salgın sonrası dönemde de artışını sürdürdüğü görülmektedir. 2019 yılının son çeyreğinde 701.1 Milyar TL olan net borç stoku; 2020 yılının son çeyreğinde 968.3 Milyar TL seviyesine ulaşarak %38 oranında artış göstermiştir. 2021 yılının son çeyreğinde ise 1144.7 Milyar TL seviyesinde gerçekleşmiştir. Söz konusu artışlar, salgın sonrasında faiz dışı denge açığındaki artışların bir yansıması olarak düşünülebilir.

Kredi Genişlemesi

Kredi genişlemesine ilişkin bilgiler Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurulu'nun bankacılık sektörü verilerinden elde edilebilmektedir. Aşağıda son 3 yıla ilişkin kredi hacminde meydana gelen değişimler izlenebilmektedir:



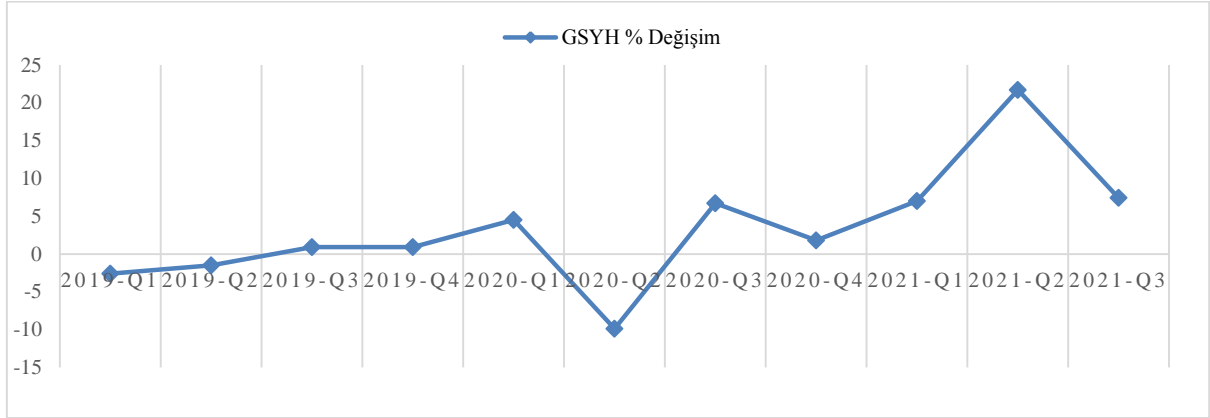
Şekil 7. Kredi Hacmi Artış Oranları (2019-2021)

Kaynak: Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurulu

2019 yılı itibari ile 2 trilyon 654 milyar 376 milyon olan ve bir önceki yıla göre %10,9 oranında artmış bulunan kredi hacmi; 2020 yılı sonunda %34,7 oranında artış göstermiş ve 3 trilyon 574 milyar 624 milyon seviyesine ulaşmıştır. Söz konusu artış %37 oranında devam ederek 2021 yılı kredi hacmi 4 trilyon 897 milyar 808 milyon olarak gerçekleşmiştir. Bu artışın büyüme oranlarını arttırıcı etkisinin bulunmasının yanı sıra enflasyonu tetikleyebileceği, cari açığı arttırabileceği ve izleyen dönemlerde mali kırılganlıklara neden olabileceği söylenebilir.

Büyüme

Türkiye ekonomisinin, salgın sürecine ekonomik daralma konjonktürü ile girdiği açıktır. Bu konjonktürün izleyen dönemin koşullarını da şekillendirdiği söylenebilmektedir. Aşağıda, mevsimsellikten arındırılmış GSYH zincirlenmiş hacim endeksi verileri kullanılarak, 2019 yılından başlayarak, 2021'in üçüncü çeyreği dâhil olmak üzere GSYH'da meydana gelen değişimlerin seyrine yer verilmiştir:



Şekil 8. GSYH Artış Oranı (2019-2021)

Kaynak: Hazine ve Maliye Bakanlığı

GSYH, salgının hemen öncesi dönemde, 2020 yılının ilk çeyreğinde % 4,5 oranında artış göstermiştir. Söz konusu artışta bir önceki yılın ilk çeyreğindeki GSYH'nin %2,6 oranında azalmış olmasından kaynaklı baz etkisinin göz ardı edilmemesi gerekmektedir. 2020 yılının ikinci çeyreğindeki % 9,9 oranındaki daralma ise salgının ekonomideki süregelen istikrarsızlıkların daha da derinleştirdiğinin bir göstergesi olarak düşünülebilir. % 9,9'luk daralmayı ise üçüncü çeyrekte % 6,7; dördüncü çeyrekte ise % 1,8 olarak gerçekleşen büyüme oranları izlemiştir. 2021'in yılının ikinci çeyreğinde ise GSYH %21,7 oranında artmıştır. Söz konusu artış, baz etkisi, karantina önlemlerinin gevşetilmesiyle iç talepte yaşanan canlılık ve kredi hacminde meydana gelen genişleme ile ilişkilendirilebilir.

SONUÇ

Covid-19 Krizi, daha öncesinde tecrübe edilen küresel ve ulusal ekonomilerdeki krizlerden çok daha farklı bir karakteristiğe sahiptir. Yakın geçmişteki ekonomik krizler tek bir kaynaktan tetiklenmiştir. Örneğin; 2001 Krizi bankacılık sistemindeki eksik regülasyon; 2008 Küresel Krizi ise finansal sistemdeki balonlaşma kaynaklıdır. Covid-19 Krizi ise kısıtlama önlemleri sonucunda belirli sektörlerde faaliyetin durması, gelir kayıplarının neden olduğu talep daralması, üretim ve tedarik zincirinde meydana gelen aksamaların ve iş gücü kayıplarının ortaya çıkardığı arz şoku ve finansal piyasalardaki sermaye değerlerinin aşınması ile birlikte eşanlı olarak gerçekleşmiştir. Salgının ortaya çıkardığı küresel çaptaki belirsizlik hâli ise bu krizi daha da derinleştirmiştir (Vovyoda & Yeldan, 2020, s. 3-4).

Pek çok ülke salgının neden olduğu işgücü kayıplarının ve talep daralmasının telafi edilmesi ve salgına yönelik olarak alınan sağlık önlemlerinin yarattığı olumsuz ekonomik koşulların mali olarak sürdürülebilmesi amacıyla iradi politikalara başvurmuştur. Bu noktada, genişletici maliye politikaları ön plana çıkmaktadır. Söz konusu politikalar; vergi indirimleri ve muafiyetleri, doğrudan gelir transferleri, öncelikli sektörler için mali teşvikler, istihdamın ve üretimin desteklenmesi biçiminde şekillenmiştir. Ancak, genişletici maliye politikalarının etkisi ve boyutu ülkeler arasında farklılaşmamaktadır. Ülkelerin gelişmişlik seviyesi, borç stoku, döviz kuru rejimleri, ekonominin yapısal özellikleri ve kırılganlıkları maliye politikalarının etkinliği ve kapsamı üzerinde belirleyici olmaktadır.

Türkiye ekonomisi açısından bakıldığında, kamunun salgın sonrası iradi politikalarının salgın öncesi ekonomik koşullar ile birlikte değerlendirilmesi gerekliliği ortaya çıkmaktadır. 2018 yılı ile artan döviz kuru, enflasyon, işsizlik, belirsizlik ve risk algısı Türkiye'nin salgın sürecine mali açıdan kırılğan bir pozisyonda girmesine neden olmuştur.

Türkiye'de salgın sürecine ilişkin maliye politikası uygulamaları mali teşvik ve vergisel düzenlemeler şeklinde gerçekleştirilmiştir. Söz konusu uygulamalar; düşük gelir gruplarına doğrudan gelir desteği, özel sektöre yönelik kredi kolaylıkları ve ertelemeleri, sosyal güvenlik ve vergisel yükümlülüklerde erteleme ve istisna olarak şekillenmiştir. Bununla birlikte, salgın sonrasında açıklanan istikrar programının büyük bir bölümü bütçe dışından finanse edilmiştir. Açıklanan mali teşvik paketlerinin % 3,3'lük kısmı bütçe içerisinde karşılanmıştır. Söz konusu teşviklerin diğer kaynaklarını; firmalara ve hane halklarına yönelik kredi garantileri (GSYH'nin % 6,4'ü), kamu bankalarının kredi ertelemeleri (GSYH'nin % 2,6'sı), vergi ertelemeleri (GSYH'nin % 1,4'ü), kamu bankalarına öz kaynak ilaveleri (GSYH'nin % 0,4'ü) ve kısa çalışma ödeneği müessesisi

(GSYH'nin % 0,6'sı) oluşturmaktadır. Bu çerçevede, mali teşviklerin GSYH'ye oranı % 12,7 olarak hesaplanmaktadır (IMF, 2021).

KAYNAKLAR

- Alesina, A. & Ardagna, S. (2010). Large changes in fiscal policy: taxes versus spending. *Tax policy and the economy*, 24(1), 35-68. <https://doi.org/10.1086/649828>
- Baker, SR, Bloom, N., Davis, SJ & Terry, SJ (2020). *Covid-induced economic uncertainty* (No. w26983). National Bureau of Economic Research.
- Baldwin, R. & di Mauro, BW (2020). *Economics in the time of COVID-19*. CEPR Press.
- Barua, S. (2020). Understanding Coronanomics: The Economic Implications of the Coronavirus (COVID-19) Pandemic. <https://ssrn.com/abstract=3566477> (Erişim: 05.02.2022).
- Barro, RJ, Ursúa, JF, & Weng, J. (2020). *The coronavirus and the great influenza pandemic: Lessons from the "spanish flu" for the coronavirus's potential effects on mortality and economic activity* (No. w26866). National Bureau of Economic Research.
- Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurulu .(2021). Aylık Bankacılık Sektörü Verileri.
- Benmelech, E. & Tzur-Ilan, N. (2020). *The determinants of fiscal and monetary policies during the COVID-19 crisis* (No. w27461). National Bureau of Economic Research.
- Brinca, P., Duarte, JB, & Faria-e-Castro, M. (2020). *Measuring sectoral supply and demand shocks during COVID-19* (No. 2020-011). Federal Reserve Bank of St. Louis.
- Can, CK & Aktaş, EE (2021). Challenges for Public Financial Management During the Covid- 19 Pandemic: Caveats for Developing Countries. Yenilmez, M. & Bingöl, U.(Eds.), *Shadow impact of COVID-19 on economies: A greater depression?* (s. 23-44). Peter Lang.
- Coşkun, NK (2020). Covid-19 Pandemisi ve Alınan Önlemlerin Vergi Hukuku Açısından Değerlendirilmesi. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 29(3), 400-413. <https://doi.org/10.35379/cusosbil.749541>
- Çalışkan, A. & Erul, R. (2021). Koronavirüs Krizinden Çıkışta Türkiye'de Alınan Ekonomik Önlemler ve Kamu Politikalarının Önemi. *Vergi Raporu*, 256, 35-58.
- Fernandes, N. (2020). *Economic Effects of Coronavirus Outbreak (COVID-19) on the World Economy* (No. WP-1240-E). IESE Business School Working Paper.
- Fırat, M. (2020). Covid-19 Krizi ve IMF Destekli Maliye Politikalarının Gerekliliği. *Ekonomi İşletme ve Maliye Araştırmaları Dergisi*, 2(3), 209-222. <https://doi.org/10.38009/ekimad.776850>
- Fu, Y., Alleyne, A. & Mu, Y. (2021). Does lockdown bring shutdown? Impact of the COVID-19 pandemic on foreign direct investment. *Emerging Markets Finance and Trade*, 57(10), 2792-2811. <https://doi.org/10.1080/1540496X.2020.1865150>
- Gelir İdaresi Başkanlığı. (2021). 125 No'lu Vergi Usul Kanunu Sirküleri. <https://gib.gov.tr/gibmevzuat>. (Erişim 15.12.2021).
- Gelir İdaresi Başkanlığı. (2021). 518 Sıra No'lu Vergi Usul Kanunu Tebliği.

- Hazine ve Maliye Bakanlığı. (2019). Aylık Bütçe Gerçekleşme Raporu- Aralık 2019.
- Hazine ve Maliye Bakanlığı. (2020). Aylık Bütçe Gerçekleşme Raporu- Aralık 2020.
- Hazine ve Maliye Bakanlığı. (2021). Aylık Bütçe Gerçekleşme Raporu- Aralık 2021.
- Hazine ve Maliye Bakanlığı.(2021). Kamu Finansmanı İstatistikleri.
- Hazine ve Maliye Bakanlığı Kamu Mali Yönetim ve Dönüşüm Genel Müdürlüğü .(2021). Aylık Bütçe Bülteni Aralık-2021.
- Ilzetzki, E., Mendoza, EG, & Végh, CA (2013). How big (small?) are fiscal multipliers?. *Journal of monetary economics*, 60(2), 239-254. <https://doi.org/10.1016/j.jmoneco.2012.10.011>
- IMF. (2021). World Economic Outlook: Recovery During a Pandemic Health Concerns, Supply Disruptions, and Price Pressures.
- Karabulut, Ş. (2020). Kısa Çalışma Ödeneği'nde COVID-19 Pandemisi (Koronavirüs) Nedeniyle Yapılan Düzenlemeler. *Çimento İşveren Dergisi*, 34(5), 9-19.
- Ma, C., Rogers, JH & Zhou, S., Modern Pandemics: Recession and Recovery. <https://ssrn.com/abstract=3565646>. (Erişim: 08.02.2022).
- Maital, S. & Barzani, E. (2020). The global economic impact of COVID-19: A summary of research. Samuel Neaman Institute for National Policy Research.
- Merkez Bankası Elektronik Dağıtım Veri Sistemi .(2021). Dış Ticaret İstatistikleri.
- Oflaz, KN (2021). Küresel Sağlık Krizinin Ekonomiye Etkileri ve Mali Önlemler: Türkiye Üzerine Bir İnceleme. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 8(3), 379-408.
- Otomotiv Distribütörleri Derneği. (2020). 2020 Aralık Otomobil ve Hafif Ticari Araç Değerlendirme Raporu. (<https://www.odd.org.tr/folders/2837/categorial1docs/2836/ODD%20Bas%c4%b1n%20Bulteni%206%20Aral%c4%b1k%202021.pdf>). (Erişim: 15.01.2022)
- Shehzad, K., Xiaoxing, L.,& Kazouz, H. (2020). COVID-19's disasters are perilous than Global Financial Crisis: A rumor or fact?. *Finance Research Letters*, 36, 1-8. <https://doi.org/10.1016/j.frl.2020.101669>
- Şahan, Ö. (2021). Pandemi Sürecinde Alınan Vergisel Tedbirlerin Vergi Gelirleri Üzerindeki Etkisi. Münyas, T. (Ed.), *Verilerle Pandemi Sürecinde Türkiye* (s. 359-385), Nobel Yayınevi.
- TÜİK İstatistik Veri Portalı (2021). Enflasyon ve Fiyat Göstergeleri.
- TÜİK İstatistik Veri Portalı. (2021). İstihdam ve İşsizlik, Enflasyon ve Fiyat İstatistikleri.
- TÜİK İstatistik Veri Portalı. (2021). Gelir, Yaşam, Tüketim ve Yoksulluk İstatistikleri.
- TÜİK İstatistik Veri Portalı. (2021). İstihdam ve İşsizlik, Enflasyon ve Fiyat İstatistikleri.
- TÜİK İstatistik Veri Portalı. (2021). Ekonomik Güven İstatistikleri.
- Türkiye Bilimler Akademisi.(2020).TÜBA COVID-19 Küresel Salgını: Hukuki Değişim ve Etkileşimler Raporu. <https://tuba.gov.tr/files/yayinlar/raporlar/TUBA-978-605-2249-47-5.pdf>. (Erişim: 02.01.2022).

UNCTAD. (2021, 24 Ocak). Global FDI Flows Down 42% in 2020. Further weakness expected in 2020, risking sustainable recovery. *Investment Trends Monitor*. https://unctad.org/system/files/official-document/diaeiainf2021d3_en.pdf . (Erişim: 04.02.2022).

Uygun, E. & Kasa, H. (2021). Covid-19 Sürecinin Dünya Ekonomilerine Yansıması, Türkiye’de Uygulanan Vergisel Düzenlemelerin Bütçe Üzerindeki Etkisi. *Vergi Raporu*, 263, 174-188.

Voyvoda, E. & Yeldan, AE (2020). Covid-19 salgının Türkiye ekonomisi üzerine etkileri ve politika alternatiflerinin makroekonomik genel denge analizi. *Tübitak Projesi*, (120K541).

Yurdakul, A. (2021). Covid-19 Pandemisinin Ekonomik ve Sosyal Etkileri ile Mücadeleye Yönelik Mali Güvenlik Önlemleri, *Vergi Raporu*, 265, 120-142.

World Bank. (2020). *Turkey Economic Monitor, August 2020: Adjusting the Sails*. World Bank.

Yazar Katkı Oranı

Makalenin hazırlanmasında her iki yazar da eşit oranda (%50-%50 oranında) katkı sağlamıştır.

ÖZÇEKİM TUTUM ÖLÇEĞİ'NİN ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNDE GEÇERLİK VE GÜVENİRLİK ÇALIŞMASI*

Ersun ÇIPLAK¹, Sabahattin ÇAM²

Makale Bilgisi

Araştırma Makalesi

DOI: 10.35379/cusosbil.1037173

Makale Geçmişi:

Geliş 15.12.2021

Düzeltilme 07.02.2022

Kabul 17.03.2022

Anahtar Kelimeler:

Geçerlik,

Güvenirlilik,

Özçekim Tutum Ölçeği,

Selfitis,

Üniversite Öğrencileri.

ÖZ

Bu araştırmanın amacı Özçekim Tutum Ölçeği'nin (ÖTÖ) üniversite öğrencilerinde geçerlik ve güvenirlik çalışmasını yapmaktır. Çalışmada toplam 210 üniversite öğrencisinden veri toplanmıştır. Verilerin toplanmasında ÖTÖ ve Selfitis Davranış Ölçeği (SDÖ) kullanılmıştır. Veriler, Keiser-Meyer Olkin ve Bartlett küresellik testi, Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA), ilişkisiz örneklem için t-testi ve Pearson korelasyon katsayısı teknikleriyle çözümlenmiştir. DFA sonuçlarına göre ÖTÖ'nün 28 maddesinin faktör yüklerinin .27 ile .88; hata varyanslarının .22 ile .93 arasında değiştiği görülmüştür. ÖTÖ'nün uyum indeksleri şöyledir: $X^2/df= 1.75$, $p= .00$, $RMSEA= .074$, $SRMR= .070$, $NFI= .93$, $NNFI= .97$ ve $CFI= .97$. ÖTÖ toplam ve alt ölçek puanları ile SDÖ toplam ve alt ölçek puanları arasında hesaplanan korelasyon değerlerinin .63 ile .88 arasında değiştiği görülmüştür. Ayrıca, ÖTÖ'nün az özçekim yapanlarla çok özçekim yapanları ayırt ettiği saptanmıştır. Ölçeğin 28 maddesinden alınan toplam puanın Cronbach Alfa iç tutarlılık katsayısı .93'tür. Bu değer ÖTÖ-Özçekime Yönelik Olumlu Yaşantılar (ÖYOY) Alt Ölçeği için .91, ÖTÖ-Engellenmeye Yönelik Olumsuz Yaşantılar (EYOY) Alt Ölçeği için .90 olarak hesaplanmıştır. Test-tekrar test korelasyon katsayıları ise ÖTÖ için .80, ÖTÖ-ÖYOY için .83 ve ÖTÖ-EYOY için .70 bulunmuştur. Araştırma bulguları alanyazına bağlı kalarak tartışılmış ve araştırmacı ve uygulayıcılara öneriler verilmiştir.

THE VALIDITY AND RELIABILITY STUDY OF THE SELFIE ATTITUDE SCALE IN UNIVERSITY STUDENTS

Article Info

Research Article

DOI: 10.35379/cusosbil.1037173

Article History:

Received 15.12.2021

Revised 07.02.2022

Accepted 17.03.2022

Keywords:

Validity,

Reliability,

Selfie Attitude Scale,

Selfitis,

University Students.

ABSTRACT

The aim of this research is to conduct a validity and reliability study of the Selfie Attitude Scale (SAS) in university students. In the study, data were collected from a total of 210 university students. The Selfie Attitude Scale and Selfitis Behavior Scale were used to collect the data. The data were analyzed by Keiser-Meyer Olkin and Bartlett's test of sphericity, Confirmatory Factor Analysis (CFA), independent samples t-test and Pearson's correlation coefficient techniques. According to the CFA, the factor loads of 28 items of the SAS ranged from .27 to .88, and the error variances ranged from .22 to .93. The fit indices of the SAS are as follows: $X^2/df= 1.75$, $p= .00$, $RMSEA= .074$, $SRMR= .070$, $NFI= .93$, $NNFI= .97$, and $CFI= .97$. It was observed that the correlation values calculated between the total and subscale scores of the SAS and the total and subscale scores of the SBS ranged between .63 and .88. It was also found that the scores obtained from the SAS decisively distinguish between those who have taken less selfies and those who have taken a lot of selfies. The Cronbach's Alpha coefficient of the SAS was .93. This value was calculated to be .91 for the SAS-Positive Experiences on Selfie Subscale (PES), .90 for the SAS-Negative Experiences on Prevention (NEP). The test-retest correlation coefficients is .80 for SAS, .83 for SAS-PES, and .70 for SAS-NEP were found. The researchs findings were discussed according to literature and recommendations were given to researchers and practitioners.

* E181869 nolu Etik Kurul kararı ile etik ilkelere uygun bulunmuştur.

¹ Dr., ersunciplak@gmail.com, ORCID: 0000-0003-1478-8903

² Dr. Öğr. Üyesi, Çukurova Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Bölümü, sabahcam@cu.edu.tr, ORCID: 0000-0003-2262-6357

Alıntılanak için/Cite as: Çıplak, E., Çam, S. (2022). Özçekim Tutum Ölçeği'nin Üniversite Öğrencilerinde Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması, Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 31 (1), 121-132.

GİRİŞ

Facebook, Instagram, WhatsApp başta olmak üzere sosyal paylaşım sitelerinin yaygınlaşmasıyla birlikte özçekim yapma davranışı giderek yaygınlık kazanmış ve günlük hayatın parçası haline gelmiştir (Boursier vd., 2020a; Busetta & Coladonato, 2015; Lourantos & Kyriazopoulos, 2015). Bugün artık özçekim kavramının kişinin bir mesaj iletmek üzere kendi fotoğrafını çekerek doğrudan sosyal paylaşım sitelerinde yayınlaması anlamına geldiği konusunda uzlaşmaya varılmıştır (Alblooshi, 2015; Soerjoatmodjo, 2016). Bu uzlaşımın en önemli dayanağı özçekimin, iletişim sürecinde insani duyguları ileten fotoğrafik bir nesne olarak tanımlanmasıdır (Nagalingam vd., 2019; Senft & Baym, 2015). Bazı araştırmacılara göre özçekim dijital kamerayla çekilen bir otoportredir (Saroshe vd., 2016). Tifentale'ye (2015) göre ise, üretim, yayma ve tüketim koşullarından ayıramayacak bir görüngenü olarak özçekim, klasik fotoğrafçılığın tanımladığı otoportreden çok farklıdır. Çünkü özçekimde, otoportrenin aksine, fotoğraf, fotoğrafı çek(ilen) kişinin bir uzantısıdır (Hand, 2017).

Uzmanlara göre, özçekim yapma, örneğin bireylerin sosyalleşmesine, önemsedikleri anları belgelemelerine ve sosyal hayatın farklı olanaklarından yararlanmalarına yardımcı olmaktadır (Boursier vd., 2020b; Nagalingam vd., 2019; Tifentale, 2018). Bununla birlikte, özçekim yapma sıklığının artması ve neredeyse günlük hayatın önemli bir parçası haline gelmesi, konunun sadece olumlu tarafından değil, olumsuz tarafından da ele alınması gerekliliğini gündeme getirmiştir (Alfailakawi, 2018; Gawade, 2019; Marcial, 2015; Nagalingam & Arumugam, 2016; Safna, 2017; Theodora & Andreas, 2016; Vats, 2015). Bu gerekliliğin toplumun geniş kesimleri tarafından kabul görmesinde kuşkusuz günlük gazetelerde, Amerikan Psikiyatri Derneği'nin (APA) fazla özçekim yapmayı, selfitis ya da özçekim bağımlılığı kavramı altında, obsesif kompulsif bozukluk ve narsisizmle ilişkili bir ruh sağlığı bozukluğu olarak değerlendirdiğine yönelik asılsız bir haber yayınlanmasının katkısı olduğu düşünülmektedir (APA: Selfi Çekmek, 2014; Zhang, 2017). Kısa süre içinde APA bu haberin asılsız olduğunu açıklayıp iddiaları reddetse de (APA, ty.) uzmanlar, haberin asılsız olduğunu bilmelerine rağmen iddia edilenlerin bilimsel bir temeli olup olmadığını incelemişlerdir (Balakrishnan & Griffiths, 2017; Nagalingam vd., 2019).

Farklı biliminsanları ise konuyu daha sağlam temelde ele almak için kuramsal, nitel ve betimsel araştırmalar yürütmüşlerdir (Balakrishnan & Griffiths, 2017; Senft & Baym, 2015). Bu araştırmalar sonucunda, bireylerin özçekim yapma davranışının altında şu nedenlerin yattığına yönelik bulgulara ulaşılmıştır: Anı yaşamak ve eğlenmek (Lourantos & Kyriazopoulos, 2015), özçekimin kişinin sadece istediği noktaları göstermesi (Lamp vd., 2019), özçekim yapmanın başkalarından yardım istemeyi gerektirmemesi (Lonergan vd., 2019), çekilen fotoğrafların kontrol edilerek yayınlanması (Alfailakawi, 2018), paylaşılan fotoğrafların daha estetik olması (Caso vd., 2020). Bazı araştırmacılar ise, bireylerin özçekim yapmayı ifade özgürlüğü olarak gördüğü sonucuna ulaşmışlardır (Cedillo & Ocampo, 2016; Nagalingam vd., 2019).

Özçekim davranışını araştırmayı amaçlayan dünya genelindeki çalışmaları farklı kategoriler altında incelemek mümkündür. Örneğin kuramsal çalışmalarda özçekim davranışının; kuralsızlık, empati ve benmerkezcilik ile ilişkisi gündeme getirilmiştir (Milivojević & Ercegovic, 2014). Gözlem, görüşme ve döküman inceleme yöntemiyle yürütülen nitel araştırmalarda özçekim davranışının kişilerarası onay, boş zaman, kendini ifade etme, cilt hasarı, özgüven, intihar, ölüm, ruh sağlığı bozukluğu, kişilerarası ilişki değişkenleriyle ilişkili olduğu saptanmıştır (Safna, 2017; Soerjoatmodjo, 2016). İlişkisel tarama modelindeki araştırmalarda ise, özçekim davranışının, cinsiyet (Som vd., 2017), bedensel nesneleştirme (Boursier vd., 2020a), psikopati ve makyavelizm (Kim & Chock, 2016; Molen vd., 2018), cinsiyetçilik, (Caso vd., 2020), yalnızlık, nevroitik bozukluk (Shah & Singh, 2018) depresyon (Lamp vd., 2019), beden imajı (Grogan vd., 2018), beden algısı, (Boursier vd., 2020b; Tiggemann vd., 2020; Veldhuis & Alleva, 2018), dikkat çekme (Edwards, 2017), benlik saygısı (Alfailakawi, 2018; Mullai vd., 2016), narsisizm (Amurao & Castronuevo, 2016; Biolcati & Passini, 2018; Saroshe vd., 2016) gibi değişkenlerle ilişkisi incelenmiştir. Özçekim davranışının kısa sürede böyle kapsamlı şekilde incelenmesine bu davranışı ölçmeyi amaçlayan farklı ölçme araçlarının geliştirilmesinin katkı sağladığı söylenebilir. Charoensukmongkol (2016), Solanki (2017) ve Balakrishnan ve Griffiths'in (2017) geliştirdiği ölçme araçları bu açıdan önemlidir. Bu ölçme araçlarının geliştirilmesiyle birlikte model test etmeye yönelik çalışmalar da hız kazanmış ve özçekim davranışının özşekfat (Lonergan vd., 2019), kendini sevme (Kırcaburun & Griffiths, 2018) kendini nesneleştirme (Lamp vd., 2019), dikkat çekme ve ben merkezlik (Charoensukmongkol, 2016) ile ilişkisinin araştırıldığı görülmüştür.

Konuyla ilgili alanyazına bakıldığında, Türkiye'de özçekim davranışını araştırmaya yönelik çalışmaların çok az olduğu söylenebilir. Bunda, özçekim davranışını ölçmek üzere ölçek geliştirme ve uyarlama çalışmalarının yeni olmasının payı olabilir. Bu ihtiyaç doğrultusunda bir süre önce Çıplak ve Çam (2019), lise öğrencilerinin

özçekim tutumlarını ölçmek amacıyla Özçekim Tutum Ölçeği'ni (ÖTÖ) geliştirmişlerdir. Ölçek maddelerinin yazılması aşamasında bir tutum ölçeğinde olması gerektiği gibi ÖTÖ'nün, lise öğrencilerinin sadece özçekim yapma davranışını değil, özçekime yönelik duygu ve düşüncelerini de ölçmesi amaçlanmıştır. Geçerlik ve güvenilirlik analizleri sonucunda ÖTÖ'nün "Özçekime Yönelik Olumlu Yaşantılar" (ÖYOY) ve "Engellenmeye Yönelik Olumsuz Yaşantılar" (EYOY) olmak üzere iki faktörlü bir yapıya sahip olduğu ve lise öğrencilerinin özçekim tutumlarını geçerli ve güvenilir bir şekilde ölçtüğü tespit edilmiştir.

Özçekim davranışıyla ilgili ölçek uyarlama çalışmalarına bakıldığında, Balakrishnan ve Griffiths (2017) tarafından geliştirilen Selfitis Behavior Scale'in (SBS) üç farklı çalışmada Türk üniversite öğrencilerine uyarlandığı görülmektedir. Bu çalışmaların ilki Korkmaz'a (2020); ikincisi Kırac ve diğerlerine (2021); üçüncüsü de Çıplak ve Atıcı'ya (2021) aittir. Uyarlama çalışmalarında dikkat çeken nokta, bu çalışmaların herbirinde ölçeğin farklı adlandırılmış olmasıdır. SBS'yi Korkmaz (2020), "Selfitis Ölçeği"; Kırac ve diğerleri (2021) "Selfitis Hastalık Ölçeği"; Çıplak ve Atıcı (2021) ise "Selfitis Davranış Ölçeği" (SDÖ) olarak adlandırmışlardır. Ölçek maddeleri incelendiğinde, Balakrishnan ve Griffiths'in (2017) yalnızca davranışsal boyutu dikkate aldıkları ve SBS'nin kapsamını, buna bağlı olarak da hipotetik faktöriyel yapısını belirlemek üzere yaptıkları odak grup görüşmelerinde ölçüt geçerliği için kullanacakları özçekim bağımlılığına ilişkin sınır (borderline), akut (acute) ve kronik (cronic) kategorilerini belirlerken klinik olmayan örneklem üzerinde çalıştıkları görülmektedir. Balakrishnan ve Griffiths (2017) bu durumu, çalışmalarının sınırlılığı olarak belirttikten sonra asılsız bir haberle yayılan ama kısa sürede APA tarafından yalanlanan selfitis (selfi bağımlılığı) kavramına atıfta bulunarak gelecekte böyle bir hastalığın tanı kategorileri kitabında yer alabileceğini vurgulamışlardır (APA, t.y.; Zhang, 2017). Açıkçası, selfitis kavramı, henüz APA ve Dünya Sağlık Örgütü (WHO) gibi ruh sağlığı alanında otorite konumundaki kurumlar tarafından bir ruh sağlığı bozukluğu olarak kabul edilmemişken SBS'yi Selfitis Hastalık Ölçeği olarak Türkçeye uyarlamanın bilimsel açıdan uygun olmadığı söylenebilir. Benzer şekilde, klinik olmayan örneklemden toplanan verilerle güvenilirliği ve geçerliği sınanmış bir ölçeği, özçekim davranışını yalnızca davranışsal boyutta ölçtüğünü göz ardı ederek Selfitis Ölçeği olarak kültürümüze uyarlamak da bilimsel açıdan uygun değildir.

APA ve WHO, çok özçekim yapmayı bir ruh sağlığı bozukluğu olarak tanımlamamış olsa da özçekim yaparken yaşanan kaza ve ölüm haberlerinin medyada sıklıkla yer alması, ortada ciddi bir sorun olduğunu göstermektedir (Kalede selfi, 2018; Selfi çekmek isteyen, 2020). Dolayısıyla yaşanan bu kaza ve ölümlerin farklı değişkenlerle ilişkilerinin incelenmesinin bu sorunun anlaşılmasına yardımcı olacağı açıktır. Nitekim Petekkaya ve Karadağ (2018), özçekim yaparken yaşanan yaralanma ve ölüm olaylarını incelemişler ve sonuç olarak, gerçekleşen kaza ve ölümlerin sıklıkla yüksekte düşmeden kaynaklandığını bulmuşlardır. Her ne kadar bu araştırma, kaza ve ölümlere ilişkin raporlara dayansa da özçekime bağlı kaza ve ölümler gerçekleşmeden önce alınabilecek önlemlere dair de fikir vermektedir. Bunun için öncelikle üniversite öğrencilerinin özçekim tutumlarının farklı değişkenlerle ilişkisinin incelenmesini sağlayacak bir ölçme aracına ihtiyaç vardır.

Alanyazın incelendiğinde, özçekim yapma sıklığının 13-19 yaş grubundaki gençlerde zirve yaptığı gözlenmektedir (Dokur, vd., 2018). Farklı bir çalışmada ise bu grubun yaş ranjının 15-29 olarak belirlendiği dikkati çekmektedir (Saroshe vd., 2016). ÖTÖ'nün, lise öğrencilerinin özçekim tutumlarını incelemek amacıyla geliştirildiği göz önünde bulundurulduğunda, 13-19 yaş aralığındaki genç bireylerle çalışan araştırmacı ve alan çalışanların işini kolaylaştırdığı ileri sürülebilir. Buna karşılık, 19-29 yaş aralığındaki bireylerle çalışan araştırmacı ve alan çalışanları için aynısını söylemek mümkün değildir.

Bu durumu aşmak için, Türk lise öğrencileri için geliştirilmiş olan özgün ÖTÖ'nün, Türk üniversite öğrencilerinde geçerlik ve güvenilirlik çalışmalarının yapılmasında yarar görülmektedir. Lise öğrencilerinin sadece özçekim davranışlarını değil, düşünce, duygu ve davranış boyutunu kapsayacak şekilde özçekime yönelik tutumlarını ölçen ÖTÖ'nün, üniversite öğrencilerinde geçerlik ve güvenilirlik çalışmalarının yapılması, araştırmacı ve alan çalışanlarının, Türk kültürüne bütünüyle uygun bir ölçme aracıyla 19-29 yaş arası bireylerin özçekim tutumlarını ölçmelerine olanak sağlayacaktır. Buna bağlı olarak, ÖTÖ'nün üniversite öğrencilerinin özçekim tutumlarını geçerli ve güvenilir bir şekilde ölçüp ölçmediğinin incelenmesinin alanyazına katkı sunacağı düşünülmektedir. Bu önem ve gerekçe doğrultusunda bu araştırmanın amacı, Özçekim Tutum Ölçeği'nin üniversite öğrencilerinde geçerlik ve güvenilirlik çalışmasını yapmak olarak belirlenmiştir.

YÖNTEM

Katılımcılar

Bu çalışmada, 2021-2022 öğrenim yılında Türkiye genelindeki üniversitelere devam eden toplam 210 üniversite öğrencisinden oluşan üç farklı çalışma grubu kullanılmıştır. Çokluk ve diğerlerine (2016) göre, test edilen modeldeki madde sayısının 5 ile 10 katı örnekleme ulaşmak, bir veri setinin faktör analizine uygunluğunun göstergesidir. Bu ölçüt, 28 maddelik ÖTÖ'nün geçerlik çalışmasının 140 ile 280 arası üniversite öğrencisinden oluşan bir örneklemede sınanmasının yeterli olacağını göstermektedir. Yine de bu çalışmada yalnızca bu ölçüte bağlı kalınmamış, aynı zamanda örneklemeden toplanan verilere Kaiser-Meyer Olkin (KMO) testi uygulanmış ve örneklem grubunun geçerlik çalışması için yeterli olduğu teyit edilmiştir. Hesaplanan KMO değeri "Bulgular" bölümünde yer almaktadır. Ölçeğin Doğrulayıcı Faktör Analizi çalışması (DFA), 140 üniversite öğrencisinden oluşan ilk çalışma grubu üzerinde yürütülmüştür (114 kadın = %81.4; 26 erkek = %18.6). Ölçüt bağımlı geçerlik çalışmasında 40 üniversite öğrencisinden (25 kadın = %62.5; 15 erkek = %37.5) oluşan farklı bir çalışma grubu kullanılmıştır. Test-tekrar test çalışması ise, 30 üniversite öğrencisinden (23 kadın = %76.7; 7 erkek = %23.3) oluşan son çalışma grubundan toplanan veriler üzerinde gerçekleştirilmiştir. Alanyazına bakıldığında özçekim davranışı sıklığının kadınlarda daha yüksek olduğu görülmektedir (Alfaiyakawi, 2018; Arymami, 2015). Ayrıca, bu çalışmaların örneklemlerinde kadınların oranının erkeklere göre daha yüksek olduğu dikkati çekmektedir (Balakrishnan & Griffiths, 2017; Cedillo & Ocampo, 2016; Molen vd., 2018). Özçekim davranışını incelemek amacıyla yürütülen araştırmalarda Google Formlar aracılığıyla veri toplanırken kadınların bu araştırmaya katılmaya daha istekli oldukları gözlenmektedir (Biolcati & Passini, 2018; Çıplak & Atıcı, 2021). Bu araştırmada kullanılan çalışma gruplarının bu yönden alanyazındaki çalışmaların yürütüldüğü çalışma gruplarıyla cinsiyet açısından benzer özelliklere sahip oldukları söylenebilir. Çalışma gruplarında yer alan üniversite öğrencilerinin cinsiyet ve öğrenim gördükleri sınıf düzeyine göre dağılımları Tablo 1'de yer almaktadır.

Tablo 1. Katılımcıların Demografik Özelliklerinin Dağılımı

	Cinsiyet	N	%	Sınıf düzeyi	n	%
Çalışma grubu 1	Kadın Erkek	114 26	81.4 18.6	Birinci	18	12.9
				İkinci	30	21.4
				Üçüncü	25	17.8
				Dördüncü	67	47.9
Çalışma grubu 2	Kadın Erkek	25 15	62.5 37.5	Birinci	14	35.0
				İkinci	21	52.5
				Üçüncü	5	12.5
				Dördüncü	-	-
Çalışma grubu 3	Kadın Erkek	23 7	76.7 23.3	Birinci	5	16.7
				İkinci	9	30.0
				Üçüncü	8	26.7
				Dördüncü	8	26.7

Veri Toplama Araçları

Özçekim Tutum Ölçeği (ÖTÖ): Çıplak ve Çam (2019) tarafından geliştirilen, beşli likert tipinde toplam 28 maddeden oluşan ÖTÖ, lise öğrencilerinin özçekim tutumlarını ölçmeyi amaçlamaktadır. Ölçek geliştirme sürecinde Açıklayıcı Faktör Analizi (AFA) için 351, Doğrulayıcı Faktör Analizi için 110, ölçüt bağımlı geçerlik çalışması için 148 ve test-tekrar test güvenilirliğini incelemek için de 88 lise öğrencisinden veri toplanmıştır. AFA sonucunda ÖTÖ'nün, toplam varyansın %25'ini açıklayan Özçekime Yönelik Olumlu Yaşantılar (14 madde) alt boyutu ve toplam varyansın %21.09'unu açıklayan Engellenmeye Yönelik Olumsuz Yaşantılar (14 madde) alt boyutundan oluştuğu görülmüştür. İki faktörlü yapısı toplam varyansın %46.09'sını açıklayan ÖTÖ'nün faktör yük değerleri .44 ile .78 arasında değişmektedir. Uygulanan DFA sonucunda ÖTÖ'nün uyum indeksleri şöyledir: $X^2/df = 1.46$; $p = .00$; RMSEA = .065; SRMR = .080; NFI = .92; NNFI = .97; CFI = .98. Ölçüt bağımlı geçerlik çalışmaları sonucunda ÖTÖ toplam ve alt ölçek puanları ile Problemler İnternet Kullanımı Ölçeği-Ergen Formu (Ceyhan & Ceyhan, 2014) toplam ve alt ölçek puanları arasında beklenen yönde istatistiksel olarak anlamlı ilişkiler bulunmuştur. Ayrıca, ÖTÖ'nün düşük ve yüksek düzeyde özçekim yapan lise öğrencilerini ayırt ettiği görülmüştür. ÖTÖ'nün Cronbach Alfa iç tutarlılık katsayısı, toplam puan için .94, ÖTÖ-ÖYÖY için .91 ve ÖTÖ-EYÖY için .93'tür. Test-tekrar test korelasyon katsayısı ise ÖTÖ için .78, ÖTÖ-ÖYÖY için .76 ve ÖTÖ-EYÖY için .72 olarak hesaplanmıştır.

Selfitis Davranış Ölçeği (SDÖ): Balakrishnan ve Griffiths (2017) tarafından geliştirilen SDÖ, beşli likert tipinde toplam 20 maddeden oluşan üniversite öğrencilerinin özçekim bağımlılığını ölçmeyi amaçlayan bir kendini değerlendirme ölçeğidir. SDÖ altı alt boyuttan oluşmaktadır. Bu alt boyutlar için Cronbach Alfa iç tutarlılık katsayıları, SDÖ için .88; Çevre Geliştirme (SDÖ-ÇG) için .84, Sosyal Rekabet (SDÖ-SR) için .83,

Dikkat Çekme (SDÖ-DC) için .81, Duygu Düzenleme (SDÖ-DD) için .82, Öz güven (SDÖ-Ö) için .79 ve Özel Uyum (SDÖ-ÖU) için .70 olarak hesaplanmıştır. Altı faktörlü yapısı toplam varyansın %70.69'unu açıklayan ve faktör yük değerleri .71 ile .86 arasında değişen SDÖ'nün uyum indeksleri şöyledir: $X^2/df = 1.38$; RMSEA = .031; GFI = .95; AGFI = .93; NFI = .94; CFI = .98.

SDÖ, Çıplak ve Atıcı (2021) tarafından Türk kültürüne uyarlanmıştır. Ölçeğin uyarlama çalışmaları üniversite öğrencilerinden oluşan çalışma grupları üzerinde yürütülmüş ve kaynak kültürdeki faktör yapısı doğrulanmıştır. SDÖ'ye uygulanan birinci düzey DFA sonuçları şöyledir: $X^2/df = 1.62$, $p = .000$, RMSEA = .050, SRMR = .049, NFI = .97, NNFI = .98, CFI = .99 ve GFI = .91. SDÖ'nün 20 maddesine ilişkin faktör yük değerleri, .46 ile .88 arasında değişmektedir. SDÖ'ye uygulanan ikinci düzey DFA sonuçları ise $X^2/df = 2.49$, $p = .000$, RMSEA = .078, SRMR = .060, NFI = .95, NNFI = .97, CFI = .97 ve GFI = .86 şeklindedir. Güvenirlik analizi sonucunda Cronbach Alfa iç tutarlılık katsayıları, SDÖ için .92; Çevre Geliştirme (SDÖ-ÇG) için .78, Sosyal Rekabet (SDÖ-SR) için .68, Dikkat Çekme (SDÖ-DC) için .72, Duygu Düzenleme (SDÖ-DD) için .84, Öz güven (SDÖ-Ö) için .82 ve Özel Uyum (SDÖ-ÖU) için .70 olarak hesaplanmıştır. Test-tekrar test korelasyon değerleri ise .60 ile .82 arasında değişmektedir ($p < .05$).

Verilerin Toplanması

Bu araştırmanın DFA ve ölçüt bağımlı geçerlik çalışmasında kullanılan verileri 15-25 Ekim 2021'de toplanmıştır. Test-tekrar test çalışmasının yürütüldüğü çalışma grubuna ise 30 Ekim-30 Kasım 2021 arasında ulaşılmıştır. Çalışmada kullanılan veriler, COVID-19 pandemisi koşulları nedeniyle Google Formlar aracılığıyla çevrimiçi toplanmıştır. Çalışmaya katılmaya gönüllü üniversite öğrencileri veri toplama aracını yanıtlamışlardır.

Verilerin Analizi

Bu araştırma kapsamında ilk olarak ölçme aracıyla toplanan veriler kontrol edilmiş ve katılımcıların ölçme aracını uygun bir şekilde yanıtlayıp yanıtlamadıkları incelenmiştir. Ardından elde edilen veriler SPSS 22.0 ve LISREL 8.70 istatistik paket programlarıyla analiz edilmiştir. Verilerin analizinde Kaiser-Meyer Olkin (KMO) testi, Bartlett Kürsellik testi, Doğrulamalı Faktör Analizi, ilişkisiz örneklem için t-testi, ve Pearson korelasyon katsayısı teknikleri kullanılmıştır. Analiz sonuçlarının yorumlanmasında .05 anlamlılık düzeyi ölçüt alınmıştır.

Etik

Bu çalışmanın etik ilkelere uygunluğu, Çukurova Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Alanında Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu'nun 28.09.2021 tarihli ve 5 nolu kararı ile onaylanmıştır. Bu çalışmada insan katılımcıları içeren tüm işlemler, Çukurova Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Alanında Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu'nun etik standartlarına ve 1975 Helsinki Deklerasyonu'na uygun olarak gerçekleştirilmiştir.

BULGULAR

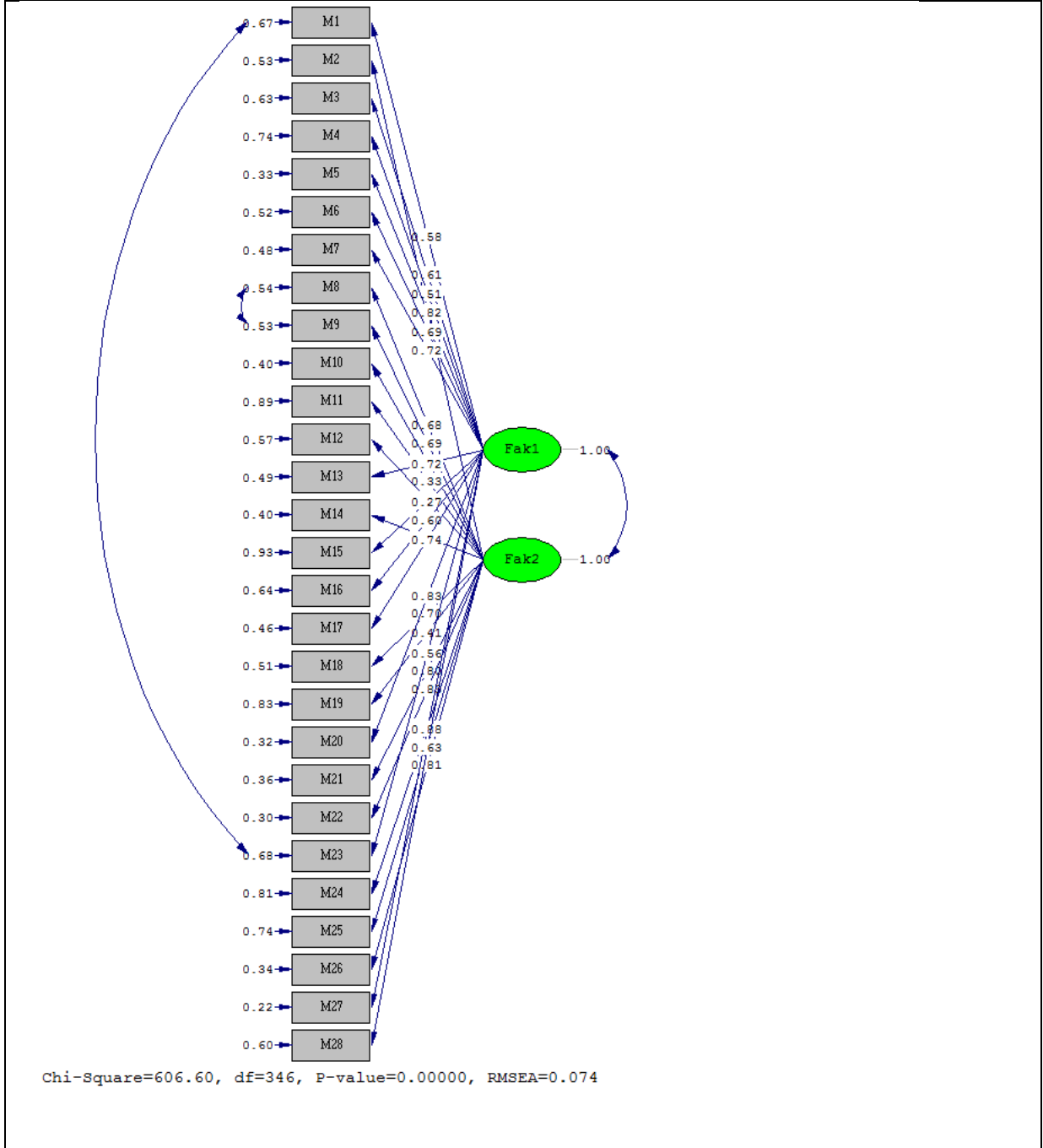
Bu bölümde, bu çalışmada yapılan analizler sonucunda önce Özçekim Tutum Ölçeği'nin (ÖTÖ) yapı geçerliği ile ölçüt geçerliğine ilişkin bulgular verilmiş, ardından, güvenilirlikle ilgili bulgular ve madde analizine ilişkin bulgular sunulmuştur.

Yapı Geçerliği

ÖTÖ'nün lise öğrencileri ile belirlenen basit ve kararlı faktör yapısının üniversite öğrencileri örnekleminde de benzer bir yapı gösterip göstermediği Doğrulamalı Faktör Analizi (DFA) tekniği ile sınanmıştır. DFA'dan önce örneklem hacminin yeterliğine bakılmış ve Kaiser-Meyer Olkin (KMO) değeri .89 olarak hesaplanmıştır. Verilerin faktör analizine uygunluğuna ise Bartlett testi ile bakılmıştır ($X^2 = 2511.32$; $p < .05$). Bu sonuçlar, 140 üniversite öğrencisinden oluşan çalışma grubunun geçerlik çalışması için uygun olduğunu göstermektedir.

DFA sonucunda ÖTÖ'nün faktör yük değerlerinin .27 ile .87 arasında, hata varyanslarının ise .24 ile .93 arasında değiştiği gözlenmiştir. ÖTÖ'nün uyum indekslerine bakıldığında elde edilen değerler şu şekildedir: $X^2/df = 2.29$, $p = .00$, RMSEA = .096, SRMR = .071, NFI = .92, NNFI = .96 ve CFI = .96. Bu sonuçlara göre, ÖTÖ'nün X^2/df , NNFI ve CFI değerlerinin mükemmel, SRMR ve NFI değerlerinin iyi uyum ve RMSEA değerinin de zayıf uyum gösterdiği anlaşılmaktadır. ÖTÖ'nün maddelerine ilişkin t değerleri de 3.18 ile 12.88 arasında değişmektedir ($p < .05$). Bununla birlikte RMSEA değeri kabul edilebilir sınırlar içinde olmadığı için modifikasyon önerileri gözden geçirilmiş ve birinci faktördeki 1. madde ile 23. maddenin ve ikinci faktördeki 8. madde ile 9. maddenin hata varyansları birleştirilmiştir. Modifikasyon işlemi sonrasında ÖTÖ'nün faktör yüklerinin .27 ile .88 arasında; hata varyanslarının da .22 ile .93 arasında değiştiği gözlenmiştir. ÖTÖ'nün uyum indeksleri ise şöyle hesaplanmıştır: $X^2/df = 1.75$, $p = .00$, RMSEA = .074, SRMR = .070, NFI = .93, NNFI = .97

ve CFI = .97. Ölçek maddelerine ilişkin t değerleri 3.15 ile 13.06 arasında değişmektedir ($p < .05$). Bu sonuçlara göre, ÖTÖ'nün X^2/df , NNFI ve CFI değerlerinin mükemmel, RMSEA, SRMR ve NFI değerlerinin de iyi uyum gösterdiği görülmektedir. Tüm değerler birlikte değerlendirildiğinde ÖTÖ'nün iki faktörlü yapısının uyumluluk gösterdiği söylenebilir.



Fak1: Özçekim Tutum Ölçeği-Özçekime Yönelik Olumlu Yaşantılar, **Fak2:** Özçekim Tutum Ölçeği-Engellenmeye Yönelik Olumsuz Yaşantılar

* $p < .05$; ** $p < .01$; *** $p < .001$

Şekil 1. Özçekim Tutum Ölçeği Yol Diyagramı

Ölçüt Bağıntılı Geçerlik

ÖTÖ'nün ilk ölçüt bağıntılı geçerlik çalışması, hem ÖTÖ hem de SDÖ uygulanan 40 üniversite öğrencisinden oluşan çalışma grubu üzerinde gerçekleştirilmiştir (bk.: Tablo 2). ÖTÖ toplam ve SDÖ alt ölçek ve toplam puanları arasında .71 ile .88 arasında değişen pozitif yönlü istatistiksel olarak anlamlı ilişkiler bulunmuştur ($p < .05$). Ayrıca ÖYOY ile SDÖ alt ölçek ve toplam puanları arasında .63 ile .79 arasında değişen pozitif yönlü istatistiksel olarak anlamlı ilişkiler hesaplanmıştır ($p < .05$). Son olarak, EYOY ile SDÖ alt ölçek ve toplam puanları arasında .63 ile .85 arasında değişen pozitif yönlü istatistiksel olarak anlamlı düzeyde ilişkiler olduğu görülmüştür ($p < .05$).

Tablo 2. ÖTÖ ve SDÖ Alt Ölçek ve Toplam Puanlarının Korelasyon Sonuçları

Değişken	SDÖ-ÇG	SDÖ-SR	SDÖ-DÇ	SDÖ-DD	SDÖ-Ö	SDÖ-OU	SDÖ
ÖTÖ-ÖYOY	.77**	.75**	.78**	.77**	.77**	.63**	.85**
ÖTÖ-EYOY	.75**	.66**	.66**	.63**	.78**	.71**	.79**
ÖTÖ	.82**	.76**	.78**	.76**	.83**	.71**	.88**

* $p < .05$, ** $p < .01$

ÖTÖ: Özçekim Tutum Ölçeği, ÖTÖ-ÖYOY: Özçekime Yönelik Olumlu Yaşantılar, ÖTÖ-EYOY: Engellenmeye Yönelik Olumsuz Yaşantılar, SDÖ: Selfitis Davranış Ölçeği, SDÖ-ÇG: Çevre Geliştirme, SDÖ-SR: Sosyal Rekabet, SDÖ-DÇ: Dikkat Çekme, SDÖ-DD: Duygu Düzenleme, SDÖ-Ö: Özgüven, SDÖ-OU: Özel Uyum.

ÖTÖ'nün diğer ölçüt bağıntılı geçerlik çalışması DFA uygulanan örneklem üzerinde yürütülmüştür. Bu çalışmada, üniversite öğrencilerinin özçekim yapma sıklığı ölçüt olarak alınmış ve “iki ya da daha az özçekim yaparım” diyenlerin puan ortalaması, “haftada yedi ve daha fazla özçekim yaparım” diyenlerin puan ortalamasıyla karşılaştırılmıştır (bk.: Tablo 3). Sonuç olarak, “iki ya da daha az özçekim yaparım” diyen üniversite öğrencileriyle “haftada yedi ve daha fazla özçekim yaparım” diyen üniversite öğrencilerinin toplam ve alt ölçek puan ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı düzeyde farklılık bulunmuştur ($p < .05$). Tablo 3 incelendiğinde yüksek düzeyde özçekim yapan üniversite öğrencilerinin ÖTÖ toplam ve alt ölçek puan ortalamalarının, düşük düzeyde özçekim yapan üniversite öğrencilerinin ÖTÖ toplam ve alt ölçek puan ortalamalarından daha yüksek olduğu görülmektedir.

Tablo 3. Az ve Çok Özçekim Yapanların t-Testi Sonuçları

Ölçekler	Grup	N	\bar{X}	Ss	t
ÖTÖ-ÖYOY	Az	54	22.24	8.06	-8.99*
	Çok	31	44.16	12.13	
ÖTÖ-EYOY	Az	54	16.41	4.55	-3.03*
	Çok	31	22.48	10.61	
ÖTÖ	Az	54	38.65	11.59	-6.99
	Çok	31	66.65	20.49	

* $p < .05$

ÖTÖ: Özçekim Tutum Ölçeği, ÖTÖ-ÖYOY: Özçekime Yönelik Olumlu Yaşantılar, ÖTÖ-EYOY: Engellenmeye Yönelik Olumsuz Yaşantılar

Güvenirlilik

ÖTÖ'nün toplam puanı için iç güvenirlik katsayısı .93 olarak hesaplanmıştır ($N = 140$). Bu değer, ÖTÖ-ÖYOY için .91; ÖTÖ-EYOY için de .90 olduğu görülmüştür. Test-tekrar test güvenirliğini incelemek için ÖTÖ, 30 üniversite öğrencisine dört hafta arayla tekrar uygulanmış ve ÖTÖ için .81, ÖTÖ-ÖYOY için .83, ÖTÖ-EYOY için de .70 korelasyon değeri elde edilmiştir ($p < .05$).

Madde Analizi

ÖTÖ'nün madde analizi kapsamında hem madde-toplam puan korelasyonuna bakılmış hem de uç grupların karşılaştırılması yapılmıştır ($N = 140$). Üniversite öğrencilerinin ÖTÖ'nün herbir maddesinden aldıkları puanlar ile düzeltilmiş alt ölçek toplam puanları arasındaki korelasyon hesaplanmış ve elde edilen değerlerin birinci alt ölçek için .17 ile .82; ikinci alt ölçek için .34 ile .76 arasında değiştiği görülmüştür ($p < .05$). Uç grupların karşılaştırılmasında, üniversite öğrencilerinin ölçekten aldıkları puanlar büyükten küçüğe doğru sıralanmış, üst ($n = 38$) ve alt ($n = 38$) %27'lik grupların ölçek maddelerinden aldıkları puanların ortalamaları karşılaştırılmıştır ($N = 76$). Analiz sonucunda, maddeler için hesaplanan t değerlerinin 2.34 ile 17.23 ($p < .05$) arasında değiştiği ve tüm maddelerde yüksek puan alanların puan ortalamasının, düşük puan alanların puan ortalamasından daha yüksek olduğu bulunmuştur.

TARTIŞMA

Bu çalışmada, Özçekim Tutum Ölçeği'nin (ÖTÖ) üniversite öğrencilerinde geçerlik ve güvenirlik çalışmaları yapılmıştır. Araştırmanın ilk aşamasında, lise öğrencileri için geliştirilmiş olan ÖTÖ'nün toplam 28 maddeden oluşan iki faktörlü yapısı, üniversite öğrencilerinden oluşan çalışma grubu üzerinde test edilmiştir. Uygulanan Doğrulamalı Faktör Analizi (DFA) sonucunda, ÖTÖ'nün uyum indeksi değerleri iyi ve mükemmel düzeyde bulunmuştur. Seçer'e (2015) göre DFA sonucunda ölçeğin faktör yük değerlerinin .30 ve üzerinde olmasına dikkat edilmelidir. Çokluk, Şekercioğlu ve Büyüköztürk (2016) ise öncelikle t değerlerinin anlamlı olup olmadığına, ardından faktör yük değerlerinin incelenmesi gerektiğini ifade etmişlerdir. Bu çalışmada 15. Maddenin faktör yük değeri, .27 olarak bulunmasına rağmen, t değerleri istatistiksel olarak anlamlı düzeyde olduğu için ölçekten çıkarılmamasına karar verilmiştir. ÖTÖ'nün lise öğrencilerinden oluşan örnekleme yapı geçerliği DFA ile sınanırken $X^2/df = 1.46$; $p = .00$; RMSEA = .065; SRMR = .080; NFI = .92; NNFI = .97; CFI = .98 değerleri elde edilmiştir. Bu değerler ÖTÖ'nün üniversite öğrencilerinden oluşan örnekleme yapı geçerliği sınanırken elde edilen DFA sonuçlarıyla paralellik göstermektedir. Buna bağlı olarak da tüm değerler birlikte ele alındığında, ÖTÖ'nün toplam 28 maddeden oluşan iki faktörlü yapısının üniversite öğrencileri için de geçerli olduğu söylenebilir (Çelik & Yılmaz, 2013; Çokluk vd., 2016; Karagöz, 2016; Meydan & Şeşen, 2015; Seçer, 2015).

Bu araştırma kapsamında ayrıca ölçüt bağımlı geçerlik çalışmaları da yürütülmüş ve ÖTÖ toplam ve alt ölçek puanlarının, Selfitis Davranış Ölçeği (SDÖ) toplam ve alt ölçek puanları ile ilişkisine bakılmıştır. Elde edilen değerlerin ÖTÖ ve SDÖ puanları arasında orta ve yüksek düzeyde ilişkiye işaret etmesi ve bu ilişkinin beklenen yönde, yani pozitif yönde olması ÖTÖ'nün ölçüt geçerliğine önemli bir kanıt olduğu söylenebilir. Bu sonuçta dikkat çekici nokta, katılımcıların tutum ölçeği olan ÖTÖ'den aldıkları puanların, bir davranış ölçeği olan SDÖ'den aldıkları puanlarla orta ve yüksek düzeyde ilişkili olmasıdır. Alanyazında özçekim davranışı daha çok davranış boyutunda ele alınmaktadır (Alblooshi, 2015; Soerjoatmodjo, 2016; Tifentale, 2015). Sonucun bu yönde çıkmasının, özçekim değişkenini sadece davranış düzeyinde değil, aynı zamanda duygu ve düşünce düzeyinde ele almanın bilimsel açıdan daha uygun bir yaklaşım olduğunu gösterdiği düşünülebilir.

Bir diğer ölçüt bağımlı geçerlik çalışmasında, az özçekim yapan grupla çok özçekim yapan grubun puan ortalamaları karşılaştırılmış ve iki grup arasında istatistiksel olarak anlamlı düzeyde farklılık bulunmuştur. Bu sonuç da ÖTÖ'nün az özçekim yapan üniversite öğrencileriyle çok özçekim yapan üniversite öğrencilerini beklenen yönde ayırt ettiğini göstermektedir. Cedillo ve Ocampo (2016) ve Nagalingam ve diğerlerine (2019) göre özçekim bağımlılığının ilişkili olduğu faktörlerden en önemlileri sosyal medyada geçirilen süre, diğeri de özçekim yapma sıklığıdır.

Güvenirlik çalışmaları kapsamında ÖTÖ toplam ve alt ölçek puanlarının Cronbach Alfa iç tutarlılık katsayısı hesaplanmış elde edilen değerlerin .90'ın üzerinde olduğu görülmüştür. Ayrıca, ÖTÖ toplam ve alt ölçek puanlarının test-tekrar test korelasyonu da incelenmiş ve elde edilen değerlerin tamamı .70 ve üzerinde bulunmuştur. Büyüköztürk (2011) ve Erkuş ve diğerlerine (2017) göre güvenirlik analizleri sonucunda elde edilen .70 ve üzerindeki değerler, ölçek maddelerinin ölçtüğü özelliği güvenilir bir şekilde ölçtüğünü ve zamana karşı değişmezlik gösterdiği anlamına gelmektedir. Tavşancıl (2014) ise, .90 ve üzerindeki iç tutarlık katsayısının ölçeğin yüksek düzeyde güvenilir olduğu anlamına geldiğini ifade etmiştir. Buna bağlı olarak, ÖTÖ'nün üniversite öğrencilerinin özçekim tutumlarını yüksek düzeyde güvenilir bir şekilde ölçtüğü söylenebilir.

Madde analizinde ise yalnızca ÖTÖ'nün 15. maddesinin toplam puanla korelasyonu .20'nin altında bulunmuştur. Her ne kadar Büyüköztürk'e (2011) göre madde-toplam puan korelasyonu .30'un altında olan maddenin ölçekten çıkarılması gerekse de Tavşancıl (2014), madde-toplam korelasyonu .20'den düşük maddelerin iç tutarlık katsayısında önemli bir farklılık yarattığı durumda ölçekten çıkarılması gerektiğini ifade etmiştir. 15. maddenin, madde-toplam puan korelasyonu incelendiğinde, ölçekten çıkarıldığı durumda Cronbach Alfa iç tutarlılık katsayısı önemli oranda değişmediği için ölçeğin güvenirliği açısından herhangi bir sorun oluşturmadığı söylenebilir.

SONUÇ

Bu çalışmanın sonucunda, Özçekim Tutum Ölçeği'nin belli sınırlıklar içinde üniversite öğrencilerinin özçekim tutumlarını geçerli ve güvenilir şekilde ölçen bir ölçme aracı olduğu söylenebilir.

Bu araştırma, çalışma grubunda yer alan üniversite öğrencilerinden Google Formlar aracılığıyla toplanan verilerle sınırlıdır. Sonraki çalışmalarda ÖTÖ'nün geçerlik ve güvenirlik analizi seçkisiz bir şekilde belirlenen üniversite öğrencilerinden oluşan örneklemden yüz yüze toplanan veriler üzerinde tekrarlanabilir. Buna ek olarak, bu çalışmanın daha geniş bir örneklemden toplanan veriler analiz edilerek tekrarlanması, ÖTÖ'nün

geçerlik ve güvenilirliği için daha güçlü kanıtlar sağlayabilir. Ayrıca, elde edilen bulgular birlikte değerlendirildiğinde, Özçekim Tutum Ölçeği'nin (ÖTÖ) üniversite öğrencilerinin özçekim tutumlarını ölçmek için geçerli ve güvenilir bir ölçme aracı olduğunu söylemek mümkünse de 15. madde'nin gerek faktör yük değerinin .30'dan düşük çıkması gerekse madde-toplam puan korelasyon değerinin .20'den düşük hesaplanması nedeniyle bu yapının benzer örneklerde yeniden doğrulanması yararlı olacaktır. Son olarak, ÖTÖ kullanılarak özçekim tutumunun ilgili değişkenlerle ilişkisi araştırılarak ölçeğin ölçüt geçerliğine ilişkin kanıtlar da aranabilir.

KAYNAKLAR

- Alfailakawi, Y. (2018). What do selfies say about young Kuwaitis? *Media Watch*, 9(2), 167-181.
- Amurao, RM, & Castronuevo, E. (2016). Selfie behaviour and narcissism among selected females. *The Bedan Journal of Psychology*, 1, 24-33.
- APA (ty). *Selfitis*. <https://www.psychiatry.org/home/search-results?k=selfie>
- APA: *Selfi Çekmek Ruhsal Bir Bozukluk*. (2014, April 04). En Son Haber. <https://www.ensonhaber.com/dunya/apa-selfie-cekme-k-bir-ruhsal-bozukluk-2014-04-04>
- Arymami, D. (2015, July 9-10). *Pieces of me: Selfie culture trends* [Paper presentation]. The 1st International Conference of Innovative Communication and Sustainable Development in ASEAN, Bangkok, Thailand. <http://www.gscm.nida.ac.th/aseanconference2015/images/download/Proceeding2015/13.pdf>
- Balakrishnan J., & Griffiths MD (2017). An exploratory study of “selfitis” and the development of the Selfitis Behavior Scale. *International Journal of Mental Health Addiction*, 36(1), 3-6. <http://doi.org/10.1007/s11469-017-9844-x>.
- Biolcati, R., & Passini, S. (2018). Narcissism and self-esteem: Different motivations for selfie posting behaviors. *Cogent Psychology*, 5, 1-12. <https://doi.org/10.1080/23311908.2018.1437012>
- Boursier, V., Gioia, F., & Griffiths, MD (2020a). Selfie-engagement on social media: Pathological narcissism, positive expectation, and body objectification – which is more influential?. *Addictive Behavior Reports*, 11. <https://doi.org/10.1016/j.abrep.2020.100263>
- Boursier, V., Gioia, F., & Griffiths, MD (2020b). Do selfie-expectancies and social appearance anxiety predict adolescents' problematic social media use?. *Computer in Human Behavior*, 110. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2020.106395>
- Busetta, L., & Coladonato, V. (2015). Introduction be your selfie: Identity, aesthetics and power in digital self-representation. *Networking Knowledge*, 8(6), 1-3.
- Büyüköztürk, Ş. (2011). *Sosyal bilimler için veri analizi el kitabı*. Pegem Akademi.
- Caso, D., Schettino, G., Fabbricatore, R., & Conner, M. (2020). “Change my selfie”: Relationships between self-objectification and selfie-behavior in young Italian women. *Journal of Applied Social Psychology*, 50, 538-549. <https://doi.org/10.1111/jasp.12693>
- Cedillo MJ, & Ocampo R. (2016). Levels of self-monitoring, self-expression and selfie behavior among selected Filipino youth. *The Bedan Journal of Psychology*, 1, 45-52.
- Ceyhan, AA & Ceyhan E. (2014). The validity and reliability study of Problematic Internet Usage Scale for adolescent. *Journal of Dependence*, 15, 56-64.

- Charoensukmongkol, P. (2016). Exploring personal characteristics associated with selfie-liking. *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research and Cyberspace*, 10. <https://doi.org/10.5817/CP2016-2-7>.
- Çelik, HE, & Yılmaz, V. (2013). *Lisrel 9.1 ile yapısal eşitlik modellemesi: Temel kavramlar, uygulamalar, programlama*. Anı Yayıncılık.
- Çıplak, E., & Atıcı, M. (2021). Selfitis Behavior Scale: An adaptation study. *European Journal of Educational Sciences*, 8(2), 29-41. <https://doi.org/10.19044/ejes.v8no2a29>
- Çıplak, E., & Çam, S. (2019). The development of the Selfie Attitude Scale: A validity and reliability study. *European Journal of Education Studies*, 6(8), 240-255. <https://doi.org/10.5281/zenodo.3555247>
- Çokluk Ö., Şekercioğlu G., & Büyüköztürk Ş. (2016). *Sosyal bilimler için çok değişkenli istatistik: SPSS and Lisrel uygulamaları*. Pegem Akademi.
- Dokur, M., Petekkaya, E., & Karadağ, M. (2018). Media-based clinical research on selfie-related injuries and death. *Ulusal Travma Acil Cerrahi Dergisi*, 24(2), 129-135.
- Edwards F. (2017). An investigation of attention-seeking behavior through social media post framing. *Athens Journal of Mass Media and Communications*, 3(1), 25-44.
- Erkuş, A., Sünbül, Ö., Sünbül, SÖ, Yormaz, S., & Aşiret, S. (2017). *Psikolojide ölçme ve ölçek geliştirme: Ölçme araçlarının psikometrik nitelikleri ve ölçme kuramları-II*. Pegem Akademi.
- Gawade, RV (2019). Prevalence of selfie addiction among junior college students. *Innovational Journal of Nursing and Healthcare*, 5(2), 23-26.
- Grogan, S., Rothery, L., Cole, J., & Hall, M. (2018). Posting selfies and body image in young adult women: The selfie paradox. *The Journal of Social Media in Society*, 7(1), 15-36.
- Hand, M. (2017). Visuality in social media: Researching images, circulations and practices. L Sloan & A. Quan-Haase (Eds.), *The Sage Handbook of Social Media* (1-38). Sage.
- Kalede selfi çekerken düşerek ölen adamın kızı da aynı yerden düştü. (2018, Mart 06). *Sözcü*. https://www.sozcu.com.tr/2018/gundem/kalede-selfie-cekerken-duserek-olen-adamin-kizi-da-ayni-yerden-dustu-2268848/?utm_source=dahafazla_haber&utm_medium=free&utm_campaign=dahafazlahaber
- Karagöz, Y. (2016). *SPSS ve AMOS 23 uygulamalı istatistiksel analizler*. Nobel Akademik Yayıncılık.
- Kıraç, R., Erişen, MA, Çiftçi Kıraç, F., & Uyar, S. (2021). Selfitis Disease Behavior Scale: Turkish validity and reliability study. *The Turkish Journal on Addictions*, 8(1), 81-86. <http://doi.org/10.5152/ADDICTA.2021.21011>
- Kırcaburun, K., & Griffiths, MD (2018). Instagram addiction and the Big Five of personality: The mediating role of self-liking. *Journal of Behavioral Addictions*. <https://doi.org/10.1556/2006.7.2018.15>
- Kim, JW, & Chock, TM (2016). Personality traits and psychological motivations predicting selfie posting behaviors on social networking sites. *Telematics and Informatics*. <http://dx.doi.org/10.1016/j.tele.2016.11.006>

- Korkmaz, S. (2020). Üniversite öğrencilerinde selfitis, narsisizm, dini davranış ve dini ibadet ilişkisi. *Kilis 7 Aralık Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 2(7), 1089-1119. <http://dx.doi.org/10.46353/k7auifd.725660>
- Lamp, SJ, Cugle, A., Silverman, AL, Thomas, MT, Liss, M., & Erchull, MJ (2019). Picture perfect: The relationship between selfie behaviors, self-objectification, and depressive symptoms. *Sex Roles*, 81, 704-712. <https://doi.org/10.1007/s11199-019-01025-z>
- Lonergan, AR, Bussey, K., Mond, J., Brown, O., Griffiths, S., Murray, SB, & Mitchison, D. (2019). Me, my selfie, and I: The relationships between editing and posting selfies and body dissatisfaction in man and women. *Body Image*, 28, 39-43.
- Lourantos, N., & Kyriazopoulos, E. (2015). Projections of an image: Selfies versus self-portrait. *Revista Latina de Sociologia*, 5, 103-113.
- Marcial, DV (2015). What's on your mind? Measuring self-promotional and anti-social behaviors on Facebook among tertiary students. *Information Technologies and Learning Tools*, 48, 199-208.
- Meydan, CH, & Şeşen H. (2015). *Yapısal eşitlik modellemesi AMOS uygulamaları*. Detay Yayıncılık.
- Milivojević, T., & Ercegovac, I. (2014). Selfie or virtual mirror to new narcissus. *Medij Istraž*, 20(2), 5-24.
- Molen, RJV, Kaplan, S., Choi, E., & Montoya, D. (2018). Judgments of the Dark Triad based on Facebook profiles. *Journal of Research in Personality*, 73, 150-163. <https://doi.org/10.1016/j.jrp.2017.11.010>
- Mullai, E., Macaj, O., & Kotherja, O. (2017). Selfie-mania influence on adolescent self-esteem. *Interdisciplinary Journal of Research and Development*, 4, 95-100.
- Nagalingam, S., & Arumugam, B. (2016). Self-impetus to self portraits. *International Journal of Healthcare Sciences*, 3, 223-224.
- Nagalingam, S., Arumugam, B., & Preethy SPT (2019). Selfie addiction: The prodigious self portraits. *International Journal of Research in Medical Sciences*, 7(3), 694-698.
- Safna, HMF (2017). Negative impact of selfies on youth. *International Journal of Computer Science and Information Technology Research*, 5(3), 68-73.
- Saroshe, S., Banseria, R., Dixit, S., & Patidar, A. (2016). Assessment of selfie syndrome among the professional students of a cosmopolitan city of Central India: A cross-sectional study. *International Journal of Preventive and Public Health Sciences*, 2(2), 1-4. <https://doi.org/10.17354/ijpphs/2016/25>
- Seçer, İ. (2015). *Psikolojik test geliştirme ve uyarlama süreci: SPSS ve Lisrel uygulamaları*. Anı Yayıncılık.
- Selfie çekmek isteyen model uçurumdan düşerek hayatını kaybetti. (2020, Ocak 13). *Posta*. <https://www.posta.com.tr/selfie-cekme-isteyen-model-ucurumdan-duserek-hayatini-kaybetti-haber-fotograf-2233375-2>
- Senft, TM, & Baym, NK (2015). What does the selfie say? Investigating a global phenomenon. *International Journal of Communication*, 9, 1588-1606.
- Shah, N., & Singh, S. (2018). Understanding selfie addiction: Role of personality traits and sense of loneliness. *Asian Resonance*, 7(2), 77-82.

- Soerjoatmodjo, GWL (2016). I selfie therefore I exist: A preliminary qualitative research on selfie as part of identity formation in adolescent. *Humaniora*, 7(2), 139-148.
- Solanki, APS (2017). Selfie Addiction Scale. *J Psychiatry*, 20(2), 64. <http://dx.doi.org/10.4172/2378-5756-C1-018>
- Som, N., Manjusha, N., Anju, G., & Ajay, B. (2017). Assessment of selfie addiction among professional medical students of Rama Medical College Hospital and Research Centre, Mandhana, Kanpur. *Indian Journal of Forensic and Medicine*, 4(4), 261-266. <https://doi.org/10.18231/2394-6776.2017.0057>
- Tavşancıl, E. (2014). *Tutumların ölçülmesi ve SPSS ile veri analizi*. Nobel Akademik Yayıncılık.
- Theodora, MA, & Andreas, V. (2016). 'Selfie journalism': Current practices in digital media. *Studies in Media and Communication*, 4(1), 111-118. <https://dx.doi.org/10.11114/smc.v4i1.1637>
- Tifentale, A. (2015). Making sense of the selfie: Digital image-making and image-sharing in social media. *Scriptus Manet*, 1, 47-58.
- Tifentale, A. (2018). The Selfie: More and Less than a Self-Portrait. In M. Neumüller (Ed.), *Routledge Companion to Photography and Visual Culture* (44-58). Routledge.
- Tiggemann, M., Anderberg, I., & Brown, Z. (2020). Uploading your best self: Selfie editing and body dissatisfaction. *Body Image*, 33, 175-182. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2020.03.002>
- Vats, M. (2015). Selfie syndrome: An infectious gift of IT to health care. *Journal of Lung, Pulmonary and Respiratory Rese*, 2, 1-2.
- Veldhuis, J., & Alleva, JM (2020). Me, my selfie, and I: The relations between selfie behaviors, body image, self-objectification, and self-esteem in young women. *Psychology of Popular Media*, 9(3), 3-13. <http://dx.doi.org/10.1037/ppm0000206>
- Zhang, W. (2017, December 27). *Obsessively taking selfies is now a real mental disorder called 'selfitis'*. PetaPixel. <https://petapixel.com/2017/12/27/obsessively-taking-selfies-now-real-mental-disorder-called-selfitis/>

Yazar Katkı Oranı

Araştırmanın amacının belirlenmesi ve uygun yöntemin seçimi başta olmak üzere 2. yazarın araştırmaya katkısı %30'dur. Araştırmanın diğer süreçleri için birinci yazarın katkı oranı %70'tir.

ASSESSMENT OF TICKET PRICE FORECASTING IN TURKEY

Ayşe Tuğba DOSDOĞRU¹, Aslı BORU İPEK²,
Mustafa GÖÇKEN³, Mehmet ÖZÇALICI⁴

Article Info

Research Article

DOI: 10.35379/cusosbil.1030398

Article History:

Received 30.11.2021

Revised 28.03.2022

Accepted 14.04.2022

Keywords:

K-means Algorithm,

Linear Regression,

Support Vector Regression,

Genetic Algorithm Based Artificial

Neural Network,

Ticket Price Forecasting.

ABSTRACT

Fast, reliable, and comfortable transportation of people increase the level of livability in cities. It also influences people's quality of life. Therefore, research is needed to improve transportation services. Various models are developed to analyze the transportation services but each of them has its own advantages and disadvantages. Today, companies collect large amounts of data to improve their service quality. To survive in a competition environment, they must use the collected data to create value for their customers and employees. Many factors affect the transportation services. Therefore, it is difficult to solve the problems in transportation services using classical methods. The main goal of our study is to determine the bus ticket price accurately. In this study, the k-means algorithm, which is popular because of its simplicity and versatility, is firstly used to discover information that is more meaningful. Then the bus ticket price, which is one of the most important elements of passenger transportation, is forecasted using six different forecasting models including linear regression, support vector regression, regression tree, gaussian process regression, genetic algorithm based artificial neural network, and an ensemble model. The results of this study showed that proposed forecasting models can meet expectations in dynamic environmental conditions.

TÜRKİYE'DE BİLET FİYATI TAHMİNİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ

Makale Bilgisi

Araştırma Makalesi

DOI: 10.35379/cusosbil.1030398

Makale Geçmişi:

Geliş 30.11.2021

Düzeltilme 28.03.2022

Kabul 14.04.2022

Anahtar Kelimeler:

K-ortalamalar algoritması,

Doğrusal regresyon,

Destek vektör regresyonu,

Genetik algoritma tabanlı yapay

sinir ağı,

Bilet fiyatı tahmini.

ÖZ

İnsanların hızlı, güvenilir ve konforlu olarak taşınması şehirlerde yaşanabilirlik düzeyini de arttırmaktadır. Ayrıca insanların yaşam kalitesine de etki etmektedir. Bu nedenle ulaşım hizmetlerinin iyileştirilmesi için çalışmaların yapılması gerekmektedir. Ulaşım hizmetlerini analiz etmek için çeşitli modeller geliştirilmiştir ancak her birinin kendine özgü avantajları ve dezavantajları vardır. Günümüzde işletmeler hizmet kalitesini artırmak için yüklü miktarda veri toplamaktadır. Artan rekabet ortamında ayakta durabilmek için topladıkları verileri, müşterilerine ve çalışanlarına değer yaratacak şekilde kullanmak zorundadırlar. Ulaşım hizmetlerini etkileyen birçok faktör vardır. Bu nedenle ulaşım hizmetlerindeki problemleri klasik yöntemlerle çözmek zordur. Çalışmamızın temel amacı otobüs bileti fiyatını doğru belirlemektir. Çalışmamızda ilk olarak basitliği ve çok yönlülüğü nedeniyle popüler olan k-ortalamalar algoritması, daha anlamlı bilgiler keşfetmek için kullanılır. Daha sonra yolcu taşımacılığının en önemli unsurlarından biri olan fiyat, doğrusal regresyon, destek vektör regresyonu, regresyon ağacı, gauss süreç regresyonu, genetik algoritma tabanlı yapay sinir ağı ve topluluk modeli kullanarak tahmin edilmiştir. Bu çalışmanın sonuçları tasarlanan tahmin modellerinin dinamik çevre koşullarındaki beklentileri karşılayabildiğini göstermiştir.

Yazarlar çalışmanın etik kurallara bağlı olarak hazırladığını taahhüt eder.

¹ Doç. Dr., Adana Alparslan Türkeş Bilim ve Teknoloji Üniversitesi, Endüstri Mühendisliği Bölümü, adosdogru@atu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-1548-5237

² Dr. Öğr. Üyesi, Adana Alparslan Türkeş Bilim ve Teknoloji Üniversitesi, Endüstri Mühendisliği Bölümü, aboru@atu.edu.tr, ORCID: 0000-0001-6403-5307

³ Doç. Dr., Adana Alparslan Türkeş Bilim ve Teknoloji Üniversitesi, Endüstri Mühendisliği Bölümü, mgocken@atu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-1256-2305

⁴ Doç. Dr., Kilis 7 Aralık Üniversitesi, Uluslararası Ticaret ve Lojistik bölümü, mozcatici@kilis.edu.tr, ORCID: 0000-0003-0384-6872

Alıntılanak için/Cite as: Dosdoğru, A. T., Boru İpek, A., Göçken, M., Özçalıcı, M. (2022), Assessment Of Ticket Price Forecasting In Turkey, Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 31 (1), 133-144.

INTRODUCTION

With the establishment of the General Directorate of Highways in March 1950, a new era has started for highway history in Turkey. A total of 61,500 kilometers of the road network, including the current state and provincial roads, was formed after this period. However, it is difficult to compare these roads with today's road standards. In the 1970s, the existing network became insufficient, and the network was expanded to improve the standards. By the 1980s, "1983-1993 Transportation Master Plan" was formed to eliminate the drawbacks of the excessive use of roads and to resolve problems related to the increasing number of vehicles. At the beginning of 2000, double way or express way, which is defined as a low cost, has been adopted. Details about the highway history in Turkey can be found in Keçeci (2006). In Turkey, both the passenger and the freight transportation are generally carried out on highway based transportation. For many years, many problems have been encountered due to the highway-weighted transportation policy in Turkey. It is important to use alternative transportation networks in both freight and passenger transportation in terms of proper use of resources in Turkey. In recent years, important projects have been put into practice regarding railways and highways and some of them have been carried out (Çetin, Barış, & Saroğlu, 2011). Details about the transportation system in Turkey can be found in Kapluhan (2014).

Transportation services contribute greatly to the economy. In the process of economic development, transportation activities constitute a driving force. Thus, the decisions, policies and plans to be implemented for transportation directly influence the economic development (Kapluhan, 2014).

The important characteristics of transportation are the starting points, arrival points, the possibility of providing direct transportation, providing flexibility in carrying capacity and route selection. In addition, road transportation is an indispensable element for transportation, because it is a complementary type of railway, seaway and airway transports (Kögmen, 2014). Bus management is of high importance to the economic, social, and cultural impacts of the society because of collective human transportation. The increase in the reliability of the buses due to the developments in today's technology, as well as the shorter transportation time and the increase in the quality of transportation services gave an impetus to the development process of bus management (Kara, 1999). Knowing the competitive behavior and determining the transportation costs are the main functions affecting bus management, but not enough for success. The success of these two variables depends on the implementation. The transport service in bus companies is directly proportional to the size of the geographical area it performs. The organization of the service hours and routes will fundamentally affect the service (Alniaçık & Özbek, 2009). In addition, bus companies provide many alternatives in the routes and there is no obvious difference between the services they provide. Furthermore, the continuous change and demand of passengers enforce bus companies to provide the best service as speed, comfort, etc.

In a highly competitive environment, the main function of the bus companies is to predict and organize the future. In addition, the internet has become one of the most important channels for businesses (Saran, 2005). Especially, online booking and online ticket sales are two of the most important parts of marketing activities on the internet. For example, Gül and Boz (2012) presented the effect of online booking and online ticket sales on the sales of the bus companies. In the study, the general characteristics of the bus companies that carry out intercity long distance passenger transportation are determined. The results of the study demonstrated that the most important aim of the companies is to make advertising and publicity using Internet site. This aim is followed by communicating with customers, providing information to the customers and creating database about customers. These results show that the bus companies participating in the survey generally use their websites as a means of communication. Many bus companies developed websites related to transportation services. Websites can perform many functions such as reducing the distance between companies and customers, delivering the company's products and services more quickly to customers, increasing the recognition of companies and ensuring customer satisfaction. Hence, companies give importance to the design and content of their website and to keep their websites constantly updated (Karakan, Türkmen, Giritlioğlu, & Kılıç, 2016). Karakan et al. (2016) analyzed the content of the intercity bus company website operating in the transportation sector in Turkey. They developed a questionnaire consisting of forty questions in order. The questionnaire considered the four main activities : online transactions, travel information center, corporate information and the services provided.

In recent years, lots of attentions have also been devoted to analyze and forecast the transportation system (e.g. Abdella, Zaki, Shuaib, & Khan, 2021; Stavinova, Chunaev, & Bochenina, 2021; La, & Heiets, 2021; Truong, 2021; Zhao et al., 2022; Chiu, Chen, & Lee, 2022). Wohlfarth et al. (2011) forecasted the travel price. In the study, the k-means clustering algorithm was employed. In addition, classification tree and random forest were applied to the training dataset. Then, price evolution modeling and price decrease event prediction were

applied to the testing dataset. Tsai, Mulley, and Clifton (2013) employed a univariate model (Autoregressive Integrated Moving Average (ARIMA)) and a multivariate direct demand model (partial adjustment model) to forecast public transport demand. Sevuktekin et al. (2014) used the statistical models including ARIMA, single exponential smoothing and linear trend models to analyze the development in transportation sector in Turkey. Li and Li (2018) employed the random forest algorithm, time series-random forest algorithm, and autoregressive moving average-random forest algorithm to forecast ticket prices. The results demonstrated that the combinations of algorithms has some advantages.

Lin et al. (2013) analyzed the potential effect of bus travel time and selected the candidate variables. Based on historical global positioning system data and automatic fare collection system data, the sub-ANN model was created for each data cluster, and then integrated as a hierarchical ANN model. Li and Chen (2014) utilized the k-means clustering to categorize the traffic characteristics. In the study, the back-propagation ANN was employed. In addition, the classification and regression tree were used to provide an effective solution for travel time prediction. Yu et al. (2016) proposed the ANN method based on urban land use and bus accessibility of each zone to forecast the bus passenger trip flow. In the study, the inputs of ANN are each traffic zone land use, bus accessibility, area, and distance to other zones. The output node is the bus passenger flow from one traffic zone to another traffic zone. In the light of previous studies, we determined that various models are implemented to analyze the transportation system but each of which has its own merits and limitations.

In this study, forecasting models which aim at forecasting ticket prices for intercity passenger buses are developed. The main purpose of our study is to determine the intercity bus ticket price by using linear regression, support vector regression, regression tree, gaussian process regression, genetic algorithm based artificial neural network (GA-ANN), and ensemble model. There is no single method available in the literature to forecast the price of a bus ticket. The novelty of this paper is to improve the accuracy of forecasting and to evaluate the impact of using clustering methods on ticket price forecasting of six different forecasting methods. To the best of our knowledge, no systematic paper is devoted to studying of six clustering based methods simultaneously and comparing the performance of these methods in terms of ticket price forecasting.

Bus companies use different strategies to survive in an increasingly competitive environment. In order to compete, companies must first determine the correct transportation strategy. One of the biggest problems encountered in bus management is the determination of the price of bus tickets. Price is an important part of customer satisfaction. While determining the price, customer satisfaction should be ensured and the profit should be maximized. There are many factors affecting the price of bus tickets. Therefore, it is difficult to determine the bus ticket price by classical methods such as moving average method. The disadvantage of the classical method is that it is unable to identify complex nonlinear interactions that are implicit in ticket price forecasting. The main objective of our study is to determine the bus ticket prices accurately. Firstly, the dataset is collected. Then, clusters with homogeneous properties are formed. Here, the k-means algorithm, which is popular because of its simplicity and versatility, is used to divide the general dataset into homogeneous subsets. Each cluster is divided into training and test sets. Finally, six different forecasting models are used to determine the price of bus tickets using the distance (km) between cities as input.

PROPOSED METHODOLOGY

In this study, we firstly collect dataset and present the descriptive features of dataset. Then, clusters with homogeneous features are created and each cluster is divided as training and testing sets. After that, six different forecasting models are applied. Note that ensemble model is the arithmetic average of all five different forecasting results. Finally, the performance of each cluster is evaluated with graphs and statistical performance measurements.

Dataset Description

An intercity distance and bus ticket price dataset are needed to forecast the bus ticket price between two cities. Distance will be used as the input and the ticket price will be used as the output. Intercity distance matrix which is obtained from General Directorate of Highways (www.kgm.gov.tr) includes the distances between each city in Turkey.. On the other hand, bus ticket prices between cities are not accessible from a single source. However, there are various online firms where passengers can buy bus tickets. The basic business logic of these firms can be summarized as follows. Users are asked to determine the two cities they want to travel from and the dates of their journeys. Later, these sites list the buses that are available within the respective dates. In this study, required ticket price dataset was scanned with web scraping technique, which can be defined as extracting data

from websites programmatically. One of the sites operating in this way was randomly selected. The name of the site will not be given due to privacy concerns.

Between June 25, 2018 and June 28, 2018, prices were scanned for buses that would take place one day later. There are 81 provinces (cities) in Turkey. The total number of all possible routes between these cities is calculated as 3240 with the help of the combinations formula $\frac{81!}{(81-2)! \times 2!} = 3240$. Therefore, 3240 web inquiries were made on the site and price information was recorded. However, there exist only 1422 trips out of 3240 possible city pairs. There were no bus services on the remaining 1818 routes between the dates examined.

Collected dataset has 1422 rows and four columns. However, there can be outliers in the dataset. In this study, samples that return error beyond three standard deviations from the least square regression line are defined as outlier and removed from the dataset. Fourteen of the observations are detected as outlier and extracted from the dataset. So there remained 1408 (=1422-14) observations in the dataset.

Table 1. Descriptive Statistics of Distance and Price

	Distance	Number of Trips	Minimum Price (krş)	Maximum Price (krş)	Mode Price (krş)
Minimum	44	1	1300	1300	1300
Maximum	1752	89	19000	20000	19000
Mean	638.29	5.3	8520.7	9222.59	8826.23
Standard Deviation	330.64	8.26	3470.16	3450.74	3438.67
Median	604	2	8500	9000	9000
Kurtosis	2.83	29	2.74	2.59	2.69
Skewness	0.52	4.34	0.23	0.06	0.14

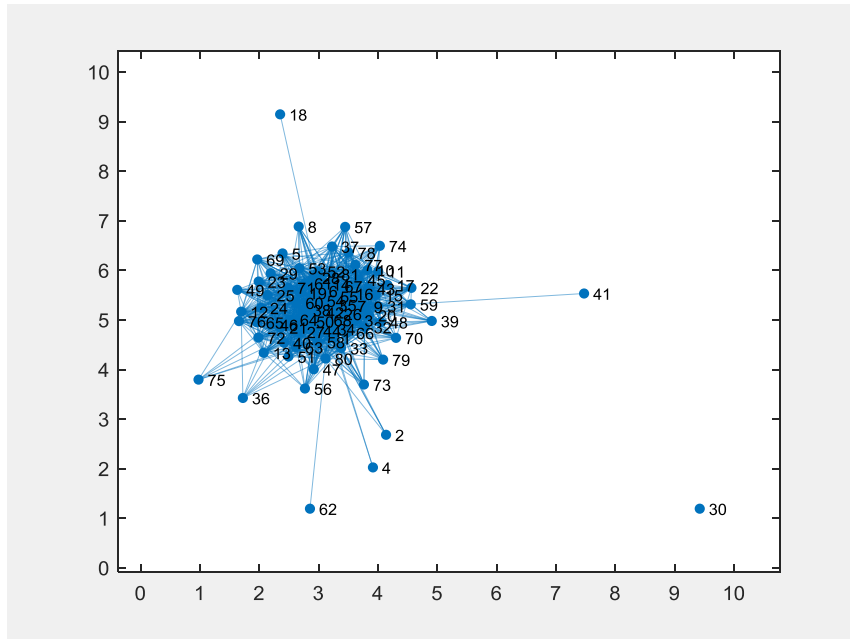


Figure 1. Network Plot of Trips

Minimum and maximum prices may vary for certain reasons. For example, some companies may charge lower prices for certain trips than other companies to gain competitive advantage. Similarly, due to the low demand some trips may be more expensive than they are supposed to be. Descriptive statistics of distance and price are given in Table 1 where distance, number of trips, minimum price, maximum price, and mode price are given. Note that currency unit is Kuruş (krş).

The arrangement of the bus network, which is the connection between the individual cities, is shown in Figure 1. Numbers represents the vehicle registration plates of Turkey. The figure was arranged in such a way

that the cities with more bus trips would be in the center. The cities with fewer bus services are located around the periphery of the figure.

Clustering

Dataset includes bus trips with a wide range of features. Some of the trips are in short distance while others are long distance. Using all of the distance and price information in a single model may not produce successful forecasting results. For this reason, before creating forecasting models, dataset is clustered into homogenous subsets. For each cluster, randomly selected 80 observations are used for out-of-sample performance measurement purposes, while other observations are used for model construction purposes. Because each cluster has a different number of observations, the size of the training and test set varies between clusters.

The aim is to use the distances between the cities as an input variable to predict the maximum bus fare. So there are two variables that will be used in the analysis: (I) distance between cities and (II) maximum price of the bus trip. The distance of the trip and the price (from now on price will be used instead of maximum price) is not homogenous. In other words, behind the pricing strategies lie different dynamics other than the length of the distance between the cities. For this reason, clustering trips in homogenous subsets will help increase the accuracy of the forecasted prices.

K-means clustering algorithm is popular due to its simplicity and versatility (Zhao, Deng, & Ngo, 2018). It is a classification algorithm based on partition. In the first step of the algorithm, a value for k is to be set. Then, n samples are divided into k clustering subsets. The similarity of clustering is evaluated. One of the most commonly used evaluation function is the square sum function of the error. It is calculated using Equation 1:

$$J = \sum_{i=1}^k \sum_{j=1}^{c_i} (x_i^{(j)} - m_i)^2 \quad (1)$$

where $x_i^{(j)}$ represents the jth sample of the ith cluster center. m_i denotes the ith cluster center. J represents the sum of the squares of errors. Briefly, k-means clustering algorithm can be summarized using following steps.

Step 1: k samples are selected from the data set.

Step 2: The Euclidean distance is calculated between each sample and the k centers. The sample is divided into its nearest subset.

Step 3: The mean of each subset was calculated.

Step 4: A new cluster center is generated, return to step 2, otherwise the k-means clustering algorithm ends. Details about the k-means clustering algorithm can be found in (Ye, Huang, Teng, & Li, 2018). In this study, k-means clustering algorithm is applied to divide overall dataset to homogenous subsets. It should be noted that an optimal value for k, which represents the number of clusters, should be determined before executing the algorithm. Thus, Silhouette analysis is performed to determine the optimal number of clusters.

Silhouette values are calculated using the Equation 2 (Kaufman & Rousseeuw, 2005):

$$s(i) = \frac{b(i) - a(i)}{\max(a(i), b(i))} \quad (2)$$

where $a(i)$ represents the average distance of i to all other objects of cluster a and $b(i)$ is the minimum average distance of i to other objects in all other clusters.

Different k numbers (from two to ten) are employed and average silhouette values are recorded. Higher silhouette values indicate the quality of clustering. The highest average silhouette values are reached in $k = 3$. In other words, the optimal number of clusters is determined to be three for this dataset.

After determining the optimal number of clusters, a final k-means algorithm is applied to get clusters. In Figure 2, a grouped scatter diagram is plotted where x-axis represents the distance and y-axis represents the maximum price. Figure 2 indicates that cluster borders are more prominent along y-axis. In other words, price can be used to name the clusters. First group is named as Cluster 1 (low-priced trips), second group is named as Cluster 2 (medium-priced trips) and finally third group is named as Cluster 3 (high-priced trips). In this study, each cluster is considered to be a separate scenario. Thus, a total of three scenarios are used to compare the prediction performance of proposed methods.

To measure the quality of the clusters silhouette analysis is performed and descriptive statistics of silhouette values are presented in Table 2. As can be seen from Table 2, all of the silhouette values are positive which indicates a good clustering performance. To further analyze the quality of the clustering process, one-way ANOVA is also performed. ANOVA results indicate that all of the clusters have statistically different mean values from each other. That means all of the clusters are different from each other. In addition, Tukey-Kramer post-hoc analysis is performed. It is reported that all of the pair comparisons have p value smaller than 0.05.

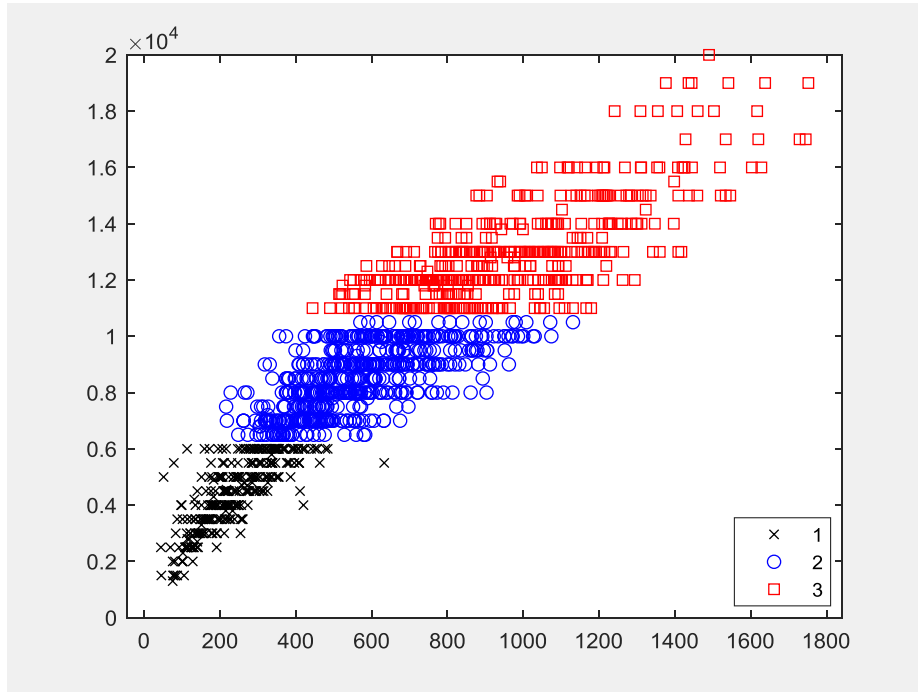


Figure 2. Distance, Price, and Clusters

Table 2. Descriptive Statistics of Silhouette Values

	Cluster 1	Cluster 2	Cluster 3
Minimum	0.4756	0.0384	0.058
Maximum	0.9226	0.9253	0.8738
Mean	0.7959	0.737	0.6683
Standard Deviation	0.1619	0.2176	0.2652
Median	0.8664	0.8382	0.7822
Kurtosis	2.7923	5.6985	3.596
Skewness	-1.2124	-1.6812	-1.4526

Linear Regression

If we represent the response variable by Y and the explanatory variables by X_1, X_2, \dots, X_K then a general model relating these variables is denoted as follows.

$$E[Y|X_1 = x_1, X_2 = x_2, \dots, X_K = x_K] = \Phi(x_1, x_2, \dots, x_K) \tag{3}$$

The linear models are represented as:

$$\Phi(x_1, x_2, \dots, x_K) = \beta_0 + \beta_1 x_1 + \dots + \beta_K x_K \tag{4}$$

which is linear in the parameters β_j . Details about linear regression can be found in (Seber & Lee, 2012).

The results of the linear regression model are shown in Table 3. All three models have significant F-scores. The results of the linear regression show that increasing the distance by one kilometer increases the price by 4.57 krş in cluster 1. Also, increasing the distance by one kilometer increases the price by 5.08 krş in cluster 2 and increasing the distance one kilometer increases the price by 9.70 krş in cluster 3.

Table 3. Results of The Linear Regression Analysis

Cluster -1				
	Estimate	SE	T stat	P value
Intercept	5968.7	134.09	44.511	1.6724e-180
Distance	4.5716	0.22566	20.259	6.9579e-68
Number of observations: 528, Error degrees of freedom : 526 R-Squared: 0.438, Adjusted R-Squared : 0.437 F-statistic vs. constant model : 410, p-value = 6.96e-68				
Cluster - 2				
	Estimate	SE	T Stat	P value

Intercept	8056.7	233.5	34.504	7.4038e-124
Distance	5.0769	0.23462	21.639	5.1493e-70
Number of observations: 416, Error degrees of freedom: 414 R-squared : 0.531, Adjusted R-squared: 0.53 F-statistics vs. constant model: 468, p-value =5.15e-70				
Cluster - 3				
	Estimate	SE	t Statistic	P Value
Intercept	2139	139.37	15.348	2.1578e-36
Distance	9.6966	0.53882	17.996	8.8802e-45
Number of observations: 217, Error degrees of freedom : 215 R-squared: 0.601, adjusted r-squared : 0.599 F-statistic vs. constant model : 324, p – value = 8.88e-45				

Support Vector Regression

In a regression problem, we are given a set of training patterns $(x_1, y_1), \dots, (x_l, y_l)$, where $x_i \in R^n, i = 1, \dots, l$, and $y_i \in R$. Each y_i is the desired target, or output, value for the input vector x_i . A regression model is learned from these patterns and used to predict the target values of unseen input vectors. Support vector regression is a nonlinear kernel-based regression method which tries to locate a regression hyperplane with small risk in high-dimensional feature space (Yeh, Huang, & Lee, 2011). The support vector regression problem formulation can be found in Awad and Khanna (2015).

There are different kernel functions for support vector regression analysis. Different support vector regression models with different kernel functions are applied for forecasting and their performances are measured in this study. These kernel functions are linear, radial basis, Gaussian, second order polynomial and third order polynomial kernel functions. It is observed that the best Mean absolute percent error (MAPE) values are obtained with linear kernel function. Instead of presenting the results with all other kernel functions, only linear kernel function results are presented.

Regression Tree

Regression trees have been used by the researchers in many fields. Its accuracy has been generally competitive with linear regression. It can be much more accurate on nonlinear problems but tends to be somewhat less accurate on problems with good linear structure (Breiman, Friedman, Olshen, & Stone, 1998). Assume that the training dataset is denoted as $\{(x_1, y_1), (x_2, y_2), \dots, (x_n, y_n)\}$. Each y_n represents the n th output and $x_n = (x_{i_1}, x_{i_2}, \dots, x_{i_s})$ denotes the corresponding input of the “s” predictors in. The objective function of regression tree is to determine boxes B_1, B_2, \dots, B_j that minimize the residual sum of squares and calculated using Equation 5:

$$\sum_{j=1}^J \sum_{i \in B_j} (y_i - \hat{y}_{B_j})^2 \tag{5}$$

where \hat{y}_{B_j} is the mean response for the training observations within the j th box. Details about the regression tree can be found in (Ruiz-Abellón, Gabaldón, & Guillamón, 2018).

Parameters of the regression tree is as follow; minimum parent size is ten, select the split predictor that maximizes the split-criterion gain over all possible splits of all predictors, pruning is active and prune criterion is mean squared error, each observation has equal weights.

Gaussian Process Regression

Assume that the function f conforms to a Gaussian process with prior mean μ and kernel k . Suppose that F_x is an observation of $f(x)$ that has been corrupted by zero-mean, i.i.d. Gaussian noise. Hence, $f(x)$ is a hidden variable whose posterior distribution we can infer after observing samples of F_x at various locations in the domain. The resulting inference is called Gaussian process regression. Details can be found in (Lizotte, Wang, Bowling, & Schuurmans, 2007).

For Gaussian process regression model, fitting method is exact, basis function is constant, the dataset is not standardized, computation method is QR factorization based approach, kernel function is squared exponential kernel function, distance method is $(x - y)^2$, prediction method is exact, optimization method is quasi-newton approach.

Genetic Algorithm based Artificial Neural Network

Appropriate design of ANN can allow a larger robustness, flexibility, and opportunities for forecasting. However, there is no exact method to determine the parameters of ANN. The design of the ANN is a difficult

task. Therefore, parameters of the ANN are optimized by genetic algorithm (GA) in this study. Details about the GA-ANN can be found in (Göçken, Özçalıcı, Boru, & Dosdoğru, 2016). Hidden layer size is fixed at two. Using higher number of hidden layer will increase the completion time of the analysis. So it is determined as two. GA also determines the hidden layers' activation functions. Both the number of neurons in the hidden layer and activation function types can affect the performance of the neural network model. So these parameters are decided to be determined by GA.

In other words, GA is used to optimize the following items:

- Number of neurons in the first hidden layer (1)
- Number of neurons in the second hidden layer (2)
- Activation function type of the first hidden layer (3)
- Activation function type of the second hidden layer (4)

Table 4. Optimized GA-ANN Parameters For Each Cluster

	1	2	3	4
Cluster 1	28	20	Normalized Radial Basis	Radial Basis
Cluster 2	26	19	Radial Basis	Radial Basis
Cluster 3	27	20	Triangular Basis	Elliot Sigmoid

Optimized GA-ANN parameters for each cluster are given in Table 4. Activation function is selected from the following list: hyperbolic tangent sigmoid, hard limit, triangular basis, radial basis, normalized radial basis, Elliot symmetric sigmoid, log-sigmoid, pure linear, soft max, inverse, saturating linear, positive linear, and symmetric saturating linear. The training algorithm of ANN is Levenberg-Marquardt backpropagation algorithm. By considering the computation power, upper bounds for the first and second hidden layers are determined to be 30 and 20, respectively. Parameters of the GA are as follow; population size is 50, elite count is three, crossover fraction is 0.8, migration fraction is 0.2, and generations are 400.

Ensemble Model

Ensemble methods train multiple learners to solve the same problem. In contrast to ordinary learning approaches, which try to construct one learner from training data, ensemble methods try to construct a set of learners and combine them (Zhou, 2012). A model average ensemble of different forecasting models can be used to overcome the sensitivity of a specific training data and a biased forecast. In this study, ensemble model which is the arithmetic average of the forecasts produced by the considered models is used for not only increasing forecasting accuracy but also getting unbiased forecasts (ensemble).

RESULTS AND DISCUSSION

Descriptive statistics of the results are presented in Table 5 in which distance and price are given for each cluster. Cluster 1 (low-priced trips) are 21.20 % of all trips. Cluster 2 (median-priced trips) are 43.40 % of all trips and Cluster 3 (high-priced trips) are 35.40 % of all trips. Cluster 1 is priced in average 20.39 krş per km. Also, Cluster 2 and Cluster 3 are priced in average 15.98 krş/km and 14.00 krş/km, respectively. For Cluster 1, the unit price which is calculated by dividing price to distance, is much higher (20.39 krş/km) than that of Cluster 3 (14.00 krş/km).

Table 5. Descriptive statistics of clusters

	Cluster 1		Cluster 2		Cluster 3	
	Distance	Price	Distance	Price	Distance	Price
Minimum	44	216	444	1300	6500	11000
Maximum	633	1131	1752	6000	10500	20000
Mean	238.54	567.44	964.51	4420.37	8537.99	12937.3
Standard deviation	98.13	166.47	246.55	1231.56	1154.96	1705.38
Median	233	549	924.5	4500	8500	12500
Kurtosis	3.04	3.05	2.99	2.28	1.82	4.94
Skewness	0.43	0.58	0.56	-0.42	-0.12	1.33

There is no performance measure that is valid in all conditions and different performance measures treat different aspects of accuracy (Cameron & Windmeijer, 1997). In Table 6-8 we used various performance metrics

to evaluate the prediction performance for linear regression, support vector regression, regression tree, gaussian process regression, GA-ANN, and ensemble model. In Table 6-8, the computation time (unit is seconds) is also given. According to the computation time, ensemble model gives the best results for all clusters.

The MAPE is a relative measure, which expresses errors as a percentage of the actual data (Göçken & Boru, 2016). The MAPE is calculated using Equation 6:

$$MAPE = \frac{100}{n} \sum_{i=1}^n \left| \frac{e_i}{a_i} \right| \tag{6}$$

where, $e_i = p_i - a_i$, p_i is the predicted lead time, a_i is the actual lead time.

When MAPE values are considered, gaussian process regression is the best model for Cluster 1 and Cluster 2. On the other hand, regression tree gives the best MAPE value in Cluster 3.

Mean absolute relative error (MARE) can be defined as average absolute value of relative differences between actual value and predicted value. MARE is calculated using Equation 7:

$$MARE = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n \left| \frac{e_i}{a_i} \right| \tag{7}$$

According to the results of MARE in Cluster 1 and Cluster 2, gaussian process regression is the best method. However, regression tree gives the best MARE value in Cluster 3.

Mean squared relative error (MSRE) is Mean square relative error (MSRE) is another measure of performance for assessing the performance of the forecasting model. MSRE can be defined as the square of the mean absolute value of the relative differences between the actual and predicted values and calculated using Equation 8.:

$$MSRE = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n \left| \frac{e_i}{a_i} \right|^2 \tag{8}$$

When MSRE values are taken into account, support vector regression is the best method for Cluster 1. On the other hand, gaussian process regression gives the best MSRE value in Cluster 2 and regression tree has the best MSRE value in Cluster 3.

Root mean squared relative error (RMSRE) is defined as square root of MSRE and calculated using Equation 9:

$$RMSRE = \sqrt{\frac{1}{n} \sum_{i=1}^n \left| \frac{e_i}{a_i} \right|^2} \tag{9}$$

When RMSRE values are considered, support vector regression is the best method for Cluster 1. However, gaussian process regression gives the best RMSRE value in Cluster 2 and regression tree has the best RMSRE value in Cluster 3.

Table 6. Performance Results of Cluster 1

	MAPE	MARE	MSRE	RMSRE	Computation time
Linear Regression	9.4228	0.0942	0.0133	0.1154	0.2200
Support Vector Regression	9.2574	0.0926	0.0129	0.1135	0.3179
Regression Tree	9.3105	0.0931	0.0136	0.1165	20.019
Gaussian Process Regression	9.1529	0.0915	0.0132	0.1150	0.3651
GA-ANN	9.3921	0.0939	0.0141	0.1186	1090.8
Ensemble Model	9.1705	0.0917	0.0131	0.1143	0.0821

Table 7 Performance results of Cluster 2

	MAPE	MARE	MSRE	RMSRE	Computation time
Linear Regression	5.8953	0.0590	0.0054	0.0737	0.1523
Support Vector Regression	5.6142	0.0561	0.0052	0.0721	0.2013
Regression Tree	5.9267	0.0593	0.0056	0.0751	20.096
Gaussian Process Regression	5.5845	0.0558	0.0050	0.0709	0.2916
GA-ANN	7.6229	0.0762	0.0106	0.1028	768.12
Ensemble Model	5.8461	0.0585	0.0055	0.0745	0.0654

Table 8. Performance results of Cluster 3

	MAPE	MARE	MSRE	RMSRE	Computation time
Linear Regression	16.5533	0.1655	0.0543	0.2329	0.0959
Support Vector Regression	15.6594	0.1566	0.0459	0.2142	0.0966
Regression Tree	15.3939	0.1539	0.0445	0.2109	16.993
Gaussian Process Regression	15.7823	0.1578	0.0494	0.2222	0.1034

GA-ANN	21.1338	0.2113	0.0894	0.2989	2688.6
Ensemble Model	16.3296	0.1633	0.0513	0.2265	0.0713

CONCLUSION

In Turkey, a continuous increase has been observed in road transportation. This increase is observed in both freight transportation and passenger transportation. In addition, it is seen that the most investment is made to the highway considering the transportation infrastructure investments. One of the reasons why the highway is significant is that the characteristics of transportation services can positively affect the livability of cities.

It is determined that Turkey's road passenger transportation market consists of three different clusters. These clusters are named as Cluster 1 (low-priced trips), Cluster 2 (medium-priced trips) and Cluster 3 (high-priced trips). These three clusters have different characteristics that affect the pricing strategies of firms. It is determined that, ticket price is the dominant variable in this segmentation. One of the prominent finding is that forecasting models show better performance in Cluster 1. This observation may occur due to the pricing strategies for short distance trips that are adopted by the firms. Two important facts may drive these changes. These facts are demand and competition. They can distort the quality of forecasting on short trips. One of the most significant findings that is reached at the end of the study is that the price per km is much higher for Cluster 1 (low-priced trips) while it is smaller for Cluster 3 (high-priced trips). Companies can use the findings of this study to determine the optimal prices for their customers in the Turkish road passenger transport market. Although each proposed forecasting model provides satisfactory results, it is possible to choose ensemble model among the other methods. According to the results of this paper, it can be said that the performance measurement values are cluster dependent over testing period. In addition, the results can be used to price new trips. If the firms are about to launch a new bus service in a new destination, they can use this model to determine the introductory price. In other words, the proposed price forecasting model can be used as a decision support model to price new services.

REFERENCES

- Abdella, JA, Zaki, NM, Shuaib, K., & Khan, F. (2021). Airline ticket price and demand prediction: A survey. *Journal of King Saud University-Computer and Information Sciences*, 33(4), 375-391. <https://doi.org/10.1016/j.jksuci.2019.02.001>
- Almıaçık, Ü., & Özbek, V. (2009). Otobüs işletmelerinde hizmet kalitesinin ölçümü-Kandıra Gürkan turizm örneği. *International Journal of Economic and Administrative Studies*, 1(3), 125-138.
- Awad M., & Khanna R. (2015). *Support Vector Regression*. In Efficient Learning Machines. Apress.
- Breiman, L., Friedman, JH, Olshen, RA, & Stone, CJ (1998). *Classification and regression trees*. Chapman & Hall/CRC.
- Cameron, AC, & Windmeijer, FAG (1997). An R-squared measure of goodness of fit for some common nonlinear regression models. *Journal of Econometrics*, 77(2), 329-342. [https://doi.org/10.1016/S0304-4076\(96\)01818-0](https://doi.org/10.1016/S0304-4076(96)01818-0)
- Çetin, B., Barış, S., & Saroğlu, S. (2011). Türkiye'de karayollarının gelişimine tarihsel bir bakış. *Çankırı Karatekin Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 1(1), 123-150.
- Chiu, SM, Chen, YC, & Lee, C. (2022). Estate price prediction system based on temporal and spatial features and lightweight deep learning model. *Applied Intelligence*, 52(1), 808-834. <https://doi.org/10.1007/s10489-021-02472-6>
- Göçken, M., & Boru, A. (2016). Integrating metaheuristics and ANFIS for daily mean temperature forecasting. *International Journal of Global Warming*, 9(1), 110-128. <https://doi.org/10.1504/IJGW.2016.074326>

- Göçken, M., Özçalıcı, M., Boru, A., & Dosdoğru, AT (2016). Integrating metaheuristics and artificial neural networks for improved stock price prediction. *Expert Systems with Applications*, 44, 320–331. <https://doi.org/10.1016/j.eswa.2015.09.029>
- Gül, H., & Boz, M. (2012). İnternet ortamında pazarlama, online rezervasyon; şehirlerarası otobüs firmaları üzerine bir araştırma. *İnternet Uygulamaları ve Yönetimi Dergisi*, 3(1), 5–30.
- Kapluhan, E. (2014). Historical progress and current state of highway transportation in Turkey with respect to transportation geography. *The Journal of International Social Research*, 7(33), 426–439.
- Kara, H. (1999). Otobüs işletmelerinde gelir arttırıcı yönetsel stratejiler. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 2, 195–205.
- Karakan, Hİ, Türkmen, S., Giritlioğlu, İ., & Kılıç, M. (2016). İstanbul Esenler Otogarı'nda faaliyet gösteren otobüs işletmelerinin web site içeriklerinin analizine yönelik bir çalışma. *Journal of Suleyman Demirel University Institute of Social Sciences*, 23(1), 291–310.
- Kaufman, L., & Rousseeuw, PJ (2005). *Finding groups in data: an introduction to cluster analysis*. Wiley-Interscience (Vol. 33). Wiley-Interscience. <https://doi.org/10.1002/9780470316801>
- Keçeci, A. (2006). Türkiye'de karayolu taşımacılığı, *Dışişleri Bakanlığı Yayınları Uluslararası Ekonomik Sorunlar Dergisi*, 20, Retrieved from: http://www.mfa.gov.tr/turkiye_de-karayolu-tasimaciligi-.tr.mfa#
- Kögmen, Z. (2014). *Karayolu taşımacılığının diğer taşımacılık modlarıyla karşılaştırılması ve sağladığı avantajlar*. Ulaştırma ve Haberleşme Uzmanlığı Tezi, Ulaştırma, Denizcilik ve Haberleşme Bakanlığı, 2014.
- La, J., & Heiets, I. (2021). The impact of digitalization and intelligentization on air transportation system. *Aviation*, 25(3), 159-170. <https://doi.org/10.3846/aviation.2021.15336>
- Li, CS & Chen, MC (2014). A data mining based approach for travel time prediction in freeway with non-recurrent congestion. *Neurocomputing*, 133, 74–83. <https://doi.org/10.1016/j.neucom.2013.11.029>
- Li, Y., & Li, Z. (2018). Design and implementation of ticket price forecasting system. In *AIP Conference Proceedings*, 1967, 040009, <https://doi.org/10.1063/1.5039083>.
- Lin, Y., Yang, X., Zou, N., & Jia, L. (2013). Real-time bus arrival time prediction: Case study for Jinan, China. *Journal of Transportation Engineering*, 139 (11), 1133–1140. [https://doi.org/10.1061/\(ASCE\)TE.1943-5436.0000589](https://doi.org/10.1061/(ASCE)TE.1943-5436.0000589)
- Lizotte, D., Wang, T., Bowling, M., & Schuurmans, D. (2007). Automatic gait optimization with gaussian process regression. In *IJCAI*, 7, 944–949.
- Ruiz-Abellón, MC, Gabaldón, A., & Guillamón, A. (2018). Load forecasting for a campus university using ensemble methods based on regression trees. *Energies*, 11(8), 2038, 1–22. <https://doi.org/10.3390/en11082038>
- Saran, M. (2005). İnternet ve halkla ilişkiler. *Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Yeni Düşünceler Hakemli E-Dergisi*, (1), 61-75.
- Seber, GAF & Lee, AJ (2012). *Linear regression analysis*. John Wiley & Sons.

- Sevuktekin, M., Keser, HY, Ay, S., & Cetin, I. (2014). Transportation sector in Turkey: future expectations about railway transportation of Turkey. *Kafkas Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 5(8), 99–116.
- Stavinova, E., Chunaev, P., & Bochenina, K. (2021). Forecasting railway ticket dynamic price with Google Trends open data. *Procedia Computer Science*, 193, 333-342. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2021.10.034>
- Truong, TMT (2021). A proposal for electronic ticketing based on travel behavior, towards the integrated public transport for smart city in Hanoi, Vietnam. In *AIP Conference Proceedings*, 2428(1), p. 040005. AIP Publishing LLC. <https://doi.org/10.1063/5.0070722>
- Tsai, CH, Mulley, C., & Clifton, G. (2013). Forecasting public transport demand for the Sydney Greater Metropolitan Area: A comparison of univariate and multivariate methods. In *Australasian Transport Research Forum 2013 Proceedings*, Brisbane, Australia.
- Wohlfarth, T., Cléménçon, S., Roueff, F., & Casellato, X. (2011). A data-mining approach to travel price forecasting. In *10th International Conference on Machine Learning and Applications and Workshops (ICMLA)*, Honolulu, United States. <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-00665041>
- www.kgm.gov.tr. (2018, September 5). Retrieved from: <http://www.kgm.gov.tr/Sayfalar/KGM/SiteEng/Root/MainPageEnglish.aspx>.
- Ye, S., Huang, X., Teng, Y., & Li, Y. (2018). K-means clustering algorithm based on improved Cuckoo search algorithm and its application. In *IEEE 3rd International Conference on Big Data Analysis*, 422–426. <https://doi.org/10.1109/ICBDA.2018.8367720>
- Yeh, CY, Huang, CW, & Lee, SJ (2011). A multiple-kernel support vector regression approach for stock market price forecasting. *Expert Systems with Applications*, 38(3), 2177–2186. <https://doi.org/10.1016/j.eswa.2010.08.004>
- Yu, S., Shang, C., Yu, Y., Zhang, S., & Yu, W. (2016). Prediction of bus passenger trip flow based on artificial neural network. *Advances in Mechanical Engineering*, 8(10), 1–7. <https://doi.org/10.1177/1687814016675999>
- Zhao, WL, Deng, CH, & Ngo, CW (2018). K-means: A revisit. *Neurocomputing*, 291, 195–206. <https://doi.org/10.1016/j.neucom.2018.02.072>
- Zhao, Z., You, J., Gan, G., Li, X., & Ding, J. (2022). Civil airline fare prediction with a multi-attribute dual-stage attention mechanism. *Applied Intelligence*, 52(5), 5047-5062. <https://doi.org/10.1007/s10489-021-02602-0>
- Zhou, ZH (2012). *Ensemble methods: foundations and algorithms*. Chapman and Hall/CRC.

Author Contributions

All authors contributed equally.

Acknowledgement

This work was supported by Scientific Research Projects Commission of Adana Alparslan Türkeş Science and Technology University. Project Number: 18103024.

DİJİTAL DÖNÜŞÜM REFAKATİNDE ALTERNATİF BİR İLETİŞİM POLİTİKASINI YENİDEN DÜŞÜNMEK

Serhat KAYMAS¹

Makale Bilgisi

DOI: 10.35379/cusosbil.1040186

Kavramsal Makale

Makale Geçmişi:

Geliş 22.12.2021

Düzeltilme 27.02.2022

Kabul 15.04.2022

Anahtar Kelimeler:

İletişim ve Kültür Politikası,

İnternet,

Yakınsama,

Küresel Kültürel Akış,

*Talebe Bağlı Video İzleme
Platformları.*

ÖZ

Bu çalışma, ulusal medya ekosistemleri üzerinde yükselen platform yayıncılığı dönemine dair alternatif bir iletişim ve kültür siyasası modelinin nasıl gelişebileceğini tartışmayı amaçlamaktadır. Karşılaştırmalı bir iletişim ve kültür siyasası analizi ile ekonomi politigin eleştirisi yöntemlerini kullanan çalışma, Türkiye örneğinde platform yönetişimine dair bir dizi alternatif öneri getirmektedir. Platformların medya ekosistemi içerisindeki yükselişi refakatinde, ulusal düzeyde iletişim ve kültür politikalarında bir dizi güçlü yapısal değişimin gerçekleştirildiği görülmektedir. Bu doğrultuda, Türkiye’de de özellikle küresel pandemi sürecinin gölgesinde Türk izleyicisinin yoğun bir ilgi gösterdiği söz konusu küresel platformlara dair bir model önerisi geliştirmenin anlamlı olduğu bu çalışma içerisinde öne sürülmektedir. Küresel kültürel akış dikkate alındığında, medya ekosisteminin yeni oyun kurucusu olan platformların yerel kültür üreticileri için bir dizi olumlu katkısının olduğunu çözümleyen çalışma içerisinde, küresel ve yerel diyalektiği kültürel akış üzerinden değerlendirilmektedir. Bu doğrultuda çalışma boyunca, çoğulcu ve çok sesli bir iletişim ve kültür politikasının alternatif bir yönetişim eliyle nasıl düzenlenebileceğine dair somut öneriler geliştirilmiştir.

RECONSIDERING AN ALTERNATIVE COMMUNICATION POLICIES IN ACCOMPANIED BY DIGITAL TRANSFORMATION

Article Info

DOI: 10.35379/cusosbil.1040186

Conceptual Research

Article History:

Received 22.12.2021

Revised 27.02.2022

Accepted 15.04.2022

Keywords:

Culture and Communication

Policies,

İnternet,

Convergence,

Global Cultural Flows,

Video on Demand Platforms.

ABSTRACT

This study has aimed to open a discussion on the possibilities and restrictions of alternative communication and cultural policies under the hegemony of platform broadcasting era which is rising on the national media ecosystems. In this sense, the present study employed a comparative communication and cultural policy analysis and criticism of political economy. After the comprehensive analysis of the opportunities of alternative communication and cultural policy options, the present study offers a number of alternative proposals for platform governance, specifically, in the case of Turkey. Considering the global cultural flow, the present study analyses that the platforms, which are the new playmakers of the media ecosystem, have a number of positive contributions to local cultural producers, and the global and local dialectic is evaluated through the cultural flow. In this direction, concrete suggestions have been developed throughout the study on how a pluralistic and polyphonic communication and cultural policy can be regulated by an alternative governance.

Yazarlar çalışmanın etik kurallara bağlı olarak hazırladığını taahhüt eder.

¹Doç. Dr. Hacettepe Üniversitesi İletişim Bilimleri Bölümü, ahmetserhat.kaymas@hacettepe.edu.tr, ORCID: 0000-0003-4096-1546.

Alıntılar için/ Cite as: Kaymas, S. (2022), Dijital Dönüşüm Refakatinde Alternatif Bir İletişim Politikasını Yeniden Düşünmek, Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 31 (1), 145-161.

GİRİŞ

Hiçbir şeyin olduğu gibi kalmaması için her şey değişmeli
(Horvat, 2021, s.161)

Bu çalışma, olabildiği ölçüde geniş bir perspektif içerisinde bakarak, platform yayıncılığı döneminde ulusal iletişim ve kültür politikalarına dair alternatif bir perspektif içerisinde bakan bir dizi öneri geliştirmeyi amaçlamıştır. Kültürel içeriğin, internet eliyle toplumun geniş kesimlerine iletilmesi yalnızca ve sınırlı olarak yayın standartlarındaki bir değişimi değil aksine bütüncül bir dönüşümü belirgin kıldığı bu bağlamda da iletişim ve kültür siyasasına dair bir dizi değişime yol açtığı henüz tartışmanın derinleştirilmesinin öncesinde belirtilmelidir. Çalışma boyunca, tam da böylesi bir kesit içerisinde bakarak, bilgi toplumu dönüşümü ve kapitalizmin değişen koşullarının kesitlerinde küresel medya ekosisteminin önemli bir bileşeni olarak yükselen platform yayıncılığını demokratik bir iletişim düzeni adına okumak, hiç değilse kendi içerisinde tutarlı bir dizi yanıt bekleyen kesitlerde alternatif bir okumayı gerekli kılmaktadır. Çoğulcu, çok sesli ve demokratik bir iletişim düzeni adına endişe verecek denli genişleyen yeni soru ve sorun alanları içerisinde bakarak tartışmayı amaçlamıştır. Çalışmanın odağında yer alan platformların¹, kültürel içeriklerin üretim, dağıtım ve tüketim örüntülerini dönüştüren medya ekosisteminin yeni “aktörleri” olmasının yanı sıra, iletişim ve kültür politikaları gündemine de tutarlı yanıtlar bekleyen bir dizi soruyu kamu yönetişimine eklemlenmesi, bu çalışma içerisinde amaçlanan alternatif bir yönetim modelinin geliştirilebilmesi adına bir çağrı olarak değerlendirilmiştir. Bu doğrultuda çalışma; iletişim ve kültür politikalarının temel soru ve sorun alanlarına dair yeniden bir değer biçmek hem de söz konusu platformlar eliyle nasıl da yeni değerler dizisinin yer edindiğini görünür kılmak adına aşağıdaki sorulara kendi içerisinde tutarlı yanıtları aramaktadır. (a) dijital dönüşüm süreci içerisinde çoğulcu ve çok sesli bir medya düzeninin nasıl ve hangi koşullarda ele alınabileceği böylesi bir kesitin ilk sorusunu oluşturmaktadır. (b) kapitalizmin geç döneminde internet ve bileşen yeni enformasyon ve iletişim teknolojilerinin kullanımındaki erişim öncelikli olmak üzere toplumun geniş bileşenleri arasında eşitliğin nasıl sağlanabileceği? (c) platformlarının genelinde olduğu gibi yayıncılık ile kurduğu bileşeninin yalnızca ve sınırlı olarak, yeni bir iş modeli üzerine yükselen bir kültürel akış süreci olarak değerlendirilebilmesi olası mıdır? Aksine, böylesi bir dönüşümün Stuart Davis’in (2021, s. 9) de işaret ettiği üzere yerelleşme ve yerel içeriklerin küresel kültürel akışa eklemlenmesi gibi bir dizi strateji üzerinden yeni bir medya emperyalizmi dönemini mi başlattığı yönündeki bir tartışmanın, hiç değilse, alan yazın için tartışılmaya değer bir katkı olarak değerlendirilmelidir.

Çalışma boyunca tartışılacak söz konusu soruların aslında kamu yönetişimi içerisinde önemli bir gündemi oluşturduğu belirtilmelidir. Avrupa Birliği Görsel İşitsel Gözlemevi’nin (2019, s. 7) yakın dönemli araştırmasında yer alan bir değerlendirmesi bu doğrultuda bir örnek olarak verilebilir. Raporda yer aldığı üzere (2019, s. 7), platformlar içerisinde Avrupa Birliği üyesi olduğu ülkelerde üretilen filmlerin %62’si gibi görece olarak yüksek bir oranına erişim sağlanmasına rağmen, filmlerin ortalama olarak 4.7 gibi sınırlı ülkede gerçekleştirilmiş olması bir eşitsizlik olarak değerlendirilmektedir. Yukarıda da belirtildiği üzere, kapitalizmin geç döneminde platformlar aracılığı ile gerçekleştirilen küresel kültürel akışın henüz çoğulcu ve çok sesli bir medya ekosistemine dair bir umudu canlandırmadığı söylenebilir. Öte yandan, yaratıcı endüstriler ekosistemine dair siyasanın yükselişine koşut olarak tek başına gelişmiş ülkelerden gelişmekte olan ülkelere doğru tek boyutlu bir kültürel akış sürecinden söz edilebilmesi olanaklı değilse de, platformlar aracılığı ile gerçekleşen kültürel akışlar döneminin koşulları içerisinde, kamu yönetişiminin yeniden ziyaret edilmesi bir diğer tartışma uzamını oluşturmaktadır. Böylesi bir kesit içerisinde bakıldığında, Türkiye’de yeni enformasyon ve iletişim teknolojileri eliyle kurulan, popüler kültürün söylem repertuarından ödünç alındığında, medya sektörünün yeni “aktörleri” döneminin yukarıdaki tartışmaların gerçekleştirilebilmesi adına özel bir uğrağı oluşturduğu söylenmelidir. Gerçekten de, Türkiye’nin yeni medya ekosistemi içerisinde bir bakıma oldukça karmaşık bir bilmeceyi

¹ Birleşmiş Milletler Ticaret ve Kalkınma Kongresi’nin (2021, s. 3) yakın dönemli dijital ekonomi raporunda yer aldığı üzere Amerika Birleşik Devletleri ile Çin Halk Cumhuriyeti’nin ev sahipliğini yaptığı küresel ölçekteki “en büyük” platformların yanı sıra bu çalışmada yayın platformu olarak isimlendirilen yeni bir bileşimin medya ekosistemindeki yükselişi söylenmelidir. Bu doğrultuda, çalışma içerisinde tercih edilen “yayın platformu” teriminin temsil edildiği platformların birbirinden farklılaşan niteliklerine göre sınıflandırılabilmesi mümkündür. Bu doğrultuda, söz konusu platformların özellikle finansman modeli (SVOD; abonelik esasına dayanan talebe bağlı video izleme platformları ve AVOD; reklamcılar ve sponsorlar tarafından desteklenen izleme platformları, TVOD; talebe bağlı ancak uzun süreli abonelik yerine izleme karşılığında ödeme yapılan platformları olmak üzere) çerçevesinde ayırt edilebilir farklılıkları taşıdıkları belirtilmelidir (Ersin, Güray & Necipoğlu, 2021, s. 8).

oluşturduğu söylenmelidir. O denli ki, küresel ölçekte dikkat çeken film ve dizi ihracatçı ülkesi olmasının yanı sıra, Avrupa'nın büyük medya sektörü pazarları arasında yer almasına, bilgi toplumu dönüşüm süreci adına "uzun ince" bir yolda ilerlemesine rağmen henüz platform yayıncılığına dair bütüncül bir siyasasının olmaması işaret edilen bilmeden satır aralarını oluşturmaktadır. Bu doğrultuda çalışma, yeni yayıncılık ekosistemine dair bir dizi soruyu Türkiye özelinde okumayı amaçlamaktadır.

YÖNTEM

İletişim ve kültür politikalarının, tam da platform yayıncılığı ve bileşen bir dizi köklü değişime dair bir sorgulama çabasının, bu çalışmayı iki önemli kesit içerisinde bir tartışma kurmasına yol açtığı belirtilmelidir. Küresel platformların tam da içine doğduğu dönemin bilişsel kapitalizmin art alanını ve bağlamını kurduğu yeni bir güç ve eşitsizlik diyalektiğine tanıklık ettiği dikkate alındığında siyasal iktisadın eleştirisi tartışmanın ilk bileşenini oluşturmaktadır. Diğer yandan, iletişim ve kültür politikalarının çelişkili bir süreklilik olarak da bir dizi değişimin tam da eşliğinde yer aldığı dikkate alındığında çalışmanın ikinci bileşeni karşılaştırmalı siyasa analizi üzerinden gelişen bir sorgulama ile belirlenmiştir. Gerçekten de, geç dönem kapitalizminin bağlamını oluşturduğu gerek sermaye birikiminin yeni koşulları ve gerekse söz konusu koşulların refakatinde yükselen "yeni" ekonomiler ve platformların içine doğduğu bilgi toplumu dönüşümleri sözü edilen kesitlerin, hiç değilse kendi içerisinde bütünlük oluşturan, önemli uğraklarını oluşturmaktadır. Bununla birlikte, henüz giriş kısmında yer aldığı üzere talebe bağlı video izleme platformlarının kapitalizmin geç döneminde bir güç ve egemenlik ilişkisi ekseninde sorgulanabilmesi için bir dizi anlamlı nedenin olduğu söylenmelidir. O denli ki, yukarıda sözü edildiği üzere Avrupa Birliği Görsel İşitsel Gözlemevi'nin (2019, s. 7) küresel ölçekte gerçekleştirdiği film pazarı eğilimleri araştırması bu doğrultuda dikkat çekmektedir. Avrupa Birliği üye ülkelerinde üretilen filmlerin görece olarak yüksek bir oranının talebe bağlı video izleme platformlarında erişime açık olmasına rağmen, video izleme platformlarının ancak 5 ülkede söz konusu filmlere kataloglarında yer vermesi küresel kültür akışı döneminde "platform emperyalizmini" düşünmek adına önemli bir davetiye gönderdiği açıktır. Küresel salgın döneminin, uzun süreli karantina dönemlerine tanıklık ettiği ve kapanan film salonları ile birlikte küresel ölçekte izleyicilerin talebe bağlı izleme platformlarına doğru izlediği "göç" dikkate alındığında söz konusu emperyalizmin değişen yüzlerine dair karşılaştırmalı siyasa analizleri üzerinde yükselen yeni sorgulamalara ihtiyaç duyulduğu söylenmelidir. Ne var ki, küresel salgın dönemi öncesinde dahi küresel kültür akışı ve böylesi bir akış sürecinin oluşturduğu eşitsizlikler ile birlikte iletişim ve kültür politikalarının değişen sınırlarına dair, bu çalışmada gerçekleştirilmesi amaçlandığı üzere karşılaştırmalı siyasa analizleri üzerine yükselen, yeni tartışmaların gerçekleştirilmesine ihtiyaç duyulduğu söylenmelidir. O denli ki talebe bağlı video izleme platformları ile birlikte düşünüldüğünde; iletişim ve kültür politikalarının hem bir süreklilik hem de bir değişim diyalektiği ile birlikte ele alınması gerekir. Sayısal eşitsizlik, yakınsama politikaları, üretilen algoritmaların nasıl ve hangi koşullarda kullanılabileceği, veri güvenirliliğinin nasıl sağlanabileceği, medya ekosistemleri içerisindeki sahiplik ve kontrol yapısı ile platformların katalogları eliyle medya pazarları içerisindeki müdahale gücü gibi iletişim ve kültür politikalarının kadim sorunlarının yeniden değerlendirilmesi gereken bileşenlerinin varlığından söz edilmesi gerekir. Bunun gibi aslında böylesi bir değişimin gittikçe iletişim ve kültür siyasasının değişen sınırlarına dair yeni bir gündemi de harekete geçirdiği söylenmelidir. İlerleyen kısımlar içerisinde, tekil ülke deneyimlerinden hareketle tartışılacağı üzere, platformlar eliyle gerçekleştirilen "yerelleştirme", "ulus üstü bir akış sürecinin kurulması" ile "medya ekosistemine giriş engellerinin kurulması" gibi (Davis, 2021, s. 12) tam da sözü edilen politikaların değişen sınırlarına dair bir sorgulama çerçevesinin oluşturulmasını kaçınılmaz kılmaktadır.

Çalışma içerisinde amaçlandığı üzere, medya ekosistemlerinin yeni oyun kurucularını kamu yönetişiminin yeni değerler dizisi ile yenilik ekonomilerinin süre giden diyalektiği içerisinde okumak anlamlı olmaktadır. Çalışmanın ilerleyen kısımlarında tam da bu nedenle, yenilik ekonomileri ve bileşen platform kapitalizminin medya ekosistemi içerisinde yer edindir ve edindiği yeri gittikçe genişletirken kamu yönetişiminin yeni değerler dizgesi içerisinde oluşturduğu yansımalar üzerinden ele alınacağı belirtilmelidir. Bununla birlikte, süre giden böylesi bir değişimi sorgulanabilir kılma adına, çalışma boyunca, tekil ülke deneyimleri üzerinden bir tartışma bağlamının kurulması amaçlanmıştır. Bu doğrultuda, çalışma içerisinde hem Avrupa Birliği'nin yeni düzenlemelerinin yanı sıra alternatif bir medya yönetim modelini geliştirebilmek adına platform yayıncılığına dair, İngiltere, İtalya ve Fransa gibi, tekil ülke örneklerinin de tartışılacağı ve kapitalizmin yeni birikim düzeni içerisinde düzenlemelerin söylem ve pratiklerinin nasıl da doğal karşılanan ölçüde değişebildiği sorgulanacaktır. Örneğin, ilerleyen kısımlar içerisinde ayrıntılı olarak tartışılacağı üzere talep ekonomilerinin yükselişine koşut olarak değişen devlete karşı hak ve sorumlulukları tanımlayan yurttaş söyleminin gittikçe nasıl da yerini tüketici

söylemine terk ettiği bir hegemonya sürecinin nasıl da doğallaştırıldığı eleştirel söylem analizi içerisinde bakan bir analiz üzerinden değerlendirilecektir. Öte yandan yalnızca neo liberalizmin hegemonyası altında devletin yurttaşı ile kurduğu diyalektiğin nerede ise, tek boyutlu ve oldukça sınırlı olarak pazar ekonomisinin talepleri doğrultusunda medya ekosistemini biçimlendiren egemen liberal demokrasi örneklerinin tartışılmasının oldukça sınırlı bir tartışma olanağı tanıdığı belirtilmelidir. Çalışma, bu doğrultuda, yukarıda sözü edildiği üzere tam da internet üzerinden dağıtılan medya içerikleri söz konusu olduğunda egemen liberal demokrasilerin düzenlemeleri ile birlikte 1990 sonrasında liberal demokrasilerde yükselen yeni rejimlerin medya ekosistemine dair politikalarının da tartışılmasının anlamlı olduğu söylenmelidir. John Keane'nin (2021, s. 30-34) tartıştığı gibi bir yandan liberalizm ve temsili demokrasinin başat biçimleriyle "iyi geçinen" ancak baskıcı karakterini çoğu kez gizleyemeyen yeni despotik rejimlerin platform yayıncılığı siyasasının tartışılması internete dair önemli bir uzlaşma oluşturan öngörülerin değerlendirilmesi adına önemli bir kesit sunmaktadır². Kapitalizmin geç döneminin yeni enformasyon ve iletişim teknolojileri ile birlikte kurduğu diyalektiğin ürünü olarak gelişen talebe bağlı video izleme platformlarının medya ekosistemindeki "dönüştürücü" etkisinin aslında iletişim ve kültür siyasası bağlamında da değerlendirilmesinin önemli olduğu düşünülmektedir. Gerçekten de, çoğulcu ve çok sesli bir medya ekosisteminin nasıl ve hangi koşullarda oluşturabileceğine dair bir perspektif içerisinde tartışılmasının yalnızca değişimi anlama adına değil, bununla birlikte, yeni bir model geliştirilmesine dair bir çabanın gösterilmesinin kaçınılmaz olduğu hiç değilse bu çalışmanın yazarı tarafından öne sürülmektedir.

ARAŞTIRMA BULGULARI

Medya ekosistemi içerisinde platformların yükselişini kendi içerisinde tutarlı bir iletişim ve kültür politikası odağında ele alabilmek ve Türkiye için alternatif bir siyasa geliştirebilmek için araştırma bulguları izleyen bölümler içerisinde bir yandan platform yayıncılığı ve ülkelerin bilgi toplumuna dönüşüm modelleri içerisinde ele alınmaktadır. Bu doğrultuda, bir iletişim ve kültür politikası tasarımı adına izlenen ülke politikalarının değerlendirilmesi araştırma için önemli bir art alan oluşturacaktır. Bu bölümden itibaren araştırma öncelikle kapitalizmin yeni sahnesine taşındığı 1990'lı yılların ardından medya ekosistemindeki değişimi ele alırken, diğer yandan, araştırma bulguları yukarıda da sözü edildiği üzere ülke deneyimlerinin tartışılmasına doğru genişleyecektir.

1. Kapitalizm Yeni Sahnesine Taşınırken: Platform Yayıncılığı ve Bilgi Toplumu Dönüşümüne Yeniden Değer Biçmek

Türkiye'de toplumun geniş kesimlerinin talebe bağlı video izleme ve küresel kültür akışı tam da gündelik yaşam pratiklerinde deneyimlemesinin oldukça yakın bir tarihi olsa da³, olabildiğince geniş bir perspektif içerisinde bakarak değerlendirildiğinde, kapitalizmin yeni birikim koşullarının gerçekte platformlar eliyle yeniden oluşturulmasının saygın bir tarihçesinin olduğu söylenmelidir. Gerçekten de, kapitalizmin bütün bir üretim ilişkileri, üretici güçler ve üretim kapasitesi diyalektiğinin, üstelik bütün bir tarihi içerisinde bakıldığında, hem taşıyıcı kolonlarının hem de inşasının tam da platformlar üzerinden kurulduğu belirtilmelidir. Hatta daha da önemlisi kapitalizmin Fordist birikim ilişkilerinden, gittikçe, yalnızca yeni birikim koşullarını değil bununla birlikte toplumsal, siyasal ve kültürel boyutlarının da bir bakıma yeniden inşa edildiği bilişsel

² Keane (2021, s. 133-134) söz konusu yeni despotik rejimleri aşağıdaki gibi tanımlamaktadır: "yukarıdan aşağıya doğru inen iktidar tarzının, öncüllerinden miras aldıkları farklı özellikleri onlarda görülmeyen yeni birleşimler haline getirip kullanabilme vasıfları belirginleşmiş yeni bir türü". Keane, yeni despotların bir dizi ortak niteliğini ise şöyle sıralamaktadır: " kapitalist ilişkilerin devletin düzenlemelerine tabii olduğu, uçurumun iki kıyısında duran zenginler ile yoksulları tavandan tabana himayecilik ilişkileriyle, orta sınıfın sadakatiyle, seçim mizansenleriyle ve resmi söylemde bol bol siyasal düzenin hakiki kaynağı olarak halkın gösterilmesiyle kurulan köprülerin birleştirdiği sistemlerdir".

³ İlerleyen kısımlar içerisinde ayrıntılı olarak tartışılacağı üzere, Türkiye'de toplumun geniş kesimlerinin talebe bağlı video izleme platformları ile etkileşiminin birbiri ile oldukça yakın tarihlerdeki, nerede ise üst üste binen iki gelişme ile yakından ilgili olduğu belirtilmelidir. Gerçekten de, her ne kadar söz konusu platformların örneğin 1997 yılında bir DVD kiralama şirketi olarak kurulan Netflix'in 2016 yılında küresel büyümesine koşut olarak 130 ülkeye yayılmasına koşut olarak Türkiye'de de medya ekosisteminin önemli bir bileşenine dönüştüğü görülmüştür (Vikipedi, 2021). Ancak, yukarıda sözü edildiği üzere Türkiye'de toplumun geniş kesimlerinin talebe bağlı video izleme deneyimlerinin bir yandan 2019 yılı başında, popüler söylemden ödünç alındığında "patlamış mısır ve kola savaşlarının" (Kaymas, 2020, s. 5) önemli bir etkisinin olduğu söylenmelidir. Ancak daha da önemlisi, üstelik film dağıtım krizi ile nerede ise üst üste binen bir diğer gelişmenin vurgulanması gerekir. Gerçekten de, 11 Mart 2020'de küresel korona virüs salgınının Türkiye'de de Sağlık Bakanlığı tarafından tanınmasının ardından (Sağlık Bakanlığı, 2021) deneyimlenen "büyük kapatılma" dönemleri ile birlikte talebe bağlı video izleme platformlarının Türkiye'de toplumun geniş kesimleri tarafından medya ekosistemi içerisinde yer edinmesinin ötesine geçen anlamlara sahip olmuştur. O denli ki, geleneksel televizyon kanallarından, talebe bağlı izleme platformlarına doğru önemli bir geçişin yaşandığı belirtilmelidir. Çalışmanın ilerleyen kısımlarında özellikle film dağıtım krizinin ardından sinema alanında yasal bir değişimin gerçekleştirilmesi bağlamında söz konusu döneme yeniden dönülecektir.

kapitalizm ya da sanayi sonrası, post Fordist, döneme geçişin yukarıda sözü edildiği üzere platformların üzerinden kurulduğunu öngörebilmek olasıdır. Marc Steinberg'in (2021, s. 20) belirlediği üzere, yirminci yüzyıl boyunca otomobil platformlarının gittikçe algoritmalara dayanan, yeni enformasyon ve iletişim teknolojileri eliyle yönetilen platformlarla yer değiştirirken aslında kapitalizmin bir aşamasından diğerine geçiş sürecinde "oyun kurucu" bir işlev üstlenmiş olsa da bizatihi platform kavrayışının ve üzerine yükselen yeni birikim koşullarının bir kırılma ya da kopuş olmaktan daha çok kendi içerisinde, çelişkili olmakla birlikte, bir süreklilik olarak da değerlendirilmesi gereken boyutlarının olduğu söylenmelidir. Gerçekten de, talebe bağlı video izleme platformlarının aslında makro koşulları içerisinde daha geniş kapsamlı bir dönüşümün ortak paydasını oluşturduğunu belirtmek gerekir. Jean K. Chalaby ve Steve Plunkett'in (2020, s. 3) da değerlendirdiği üzere, medya ekosisteminde talebe bağlı video izleme platformlarının hem televizyon içeriğini, öncelik teknolojiyi oluşturan, analog dağıtımdan dijital dağıtım süreçlerine bırakması yalnızca sözü edilen değişime sınırlı bir açıklama getirmektedir.

Dağıtım teknolojisindeki değişimin ötesinde, medya ekosistemi özelinde değerlendirildiğinde, televizyon yayıncılığının platformlar öncesi döneme değin uzlaşa sağlamış olan yapı, içerik ve anlamı üzerinde köklü bir dönüşümün⁴ platformlar eliyle yeniden kurulduğunu söylemek gerekir. Ancak; böylesi bir değişimi anlaşılır kılabilmek aslında bu çalışmada öne sürüldüğü üzere, daha geniş bir bağlamın refakatinde bütüncül bir dönüşüm sürecinin yeniden ziyaret edilmesini gerekli kılmaktadır. Medya ekosisteminin kurucu unsuru olarak talebe bağlı video izleme platformların bilgi toplumu dönüşümünün refakatinde aslında daha geniş bir bağlam oluşturduğu üzere ekonomik, sosyal, kültürel ve hatta siyasal bağlamlarındaki değişimin tartışılması televizyon yayıncılığındaki değişimin anlaşılması için önemli bir bağlam kurmaktadır. Gerçekten de, erken dönemli bilgi toplumu tartışmaları içerisinde dahi ayırt edilebileceği üzere, bilgi toplumu dönüşüm süreçleri ile birlikte ön eki "yeni" sıfatı ile tanımlanan bir dizi köklü değişimin medya ekosistemi içerisinde de önemli bir karşılığının olduğu söylenmelidir. Bununla birlikte, talebe bağlı izleme platformları ile medya ekosistemleri içerisinde oluşan yeni koşulları değerlendirmenin öncesinde, bilgi toplumu dönüşümleri içerisinde oldukça yakın tarihli bir istatistiğin sunulması doğru olacaktır. Birleşmiş Milletler Ticaret ve Kalkınma Kongresi'nin (2021, s. 14), özellikle küresel salgın dönemi ile platformların yaratıcı ekonomiler içerisindeki ağırlığının yanı sıra önemli bir siyasa gündemi olarak "veri güvenirliliği" politikalarına dair ihtiyacın arttığını vurgulamaktadır. Birleşmiş Milletler Ticaret ve Kalkınma Kongresi'nin söz konusu yakın dönemli raporunda önemli bir diğer vurgunun ise platformların gündelik yaşam pratikleri içerisindeki payının oldukça yüksek olmasına dair geliştirildiği söylenmelidir. Ülkelerin içinde yer aldığı bölge ve gelişmişlik düzeyine göre sınıflandırıldığı söz konusu rapor içerisinde gelişmiş ülkelerde internet kullanıcılarının gündelik yaşam pratiklerinde talebe bağlı video izleme platformlarına %41'in üzerinde bir pay ayırdığı belirlenmiştir. Ancak, oldukça sınırlı sayıdaki gelişmiş ülkenin yanı sıra içerisinde Asya (%33.1), Afrika (%30.2), Latin Amerika ve Karayipler içerisindeki internet kullanıcılarının (%18.1) olmak üzere önemli bir oranı talebe bağlı video izleme platformları için kullandığı görülmektedir. Kapitalizmin geniş bir bileşenler ağı içerisinde yer alan diğer platformlar bir yana bırakılsa dahi, talebe bağlı video izleme platformlarının küresel bir etki sahasına sahip olması bir yana kültür ekonomilerinin de önemli bileşenlerine dönüştüğü söz konusu rapor içerisinden bakarak değerlendirilebilmektedir.

Platform ekonomilerinin yükselişinin, olabildiğince geniş bir perspektif içerisinden bakarak değerlendirildiğinde, içerisinde yer alan toplumsal dönüşümün hem nedeni hem de sonucu olarak değerlendirilmesi bu çalışmanın yazarı tarafından öngörülmektedir. Gerçekten de, üzerinde önemli ölçüde uzlaşa sağlamış olduğu üzere kapitalizmin yeni enformasyon ve iletişim teknolojilerinin yükselişinin refakatinde

⁴ Televizyon yayıncılığının, platformların yükselişi öncesinde önemli bir uzlaşa oluşturan temel uğraklarının köklü bir değişime uğrağını burada genel bir açıdan değerlendirmek olasıdır. Chalaby ve Plunkett'in öngörüsünden hareketle dijital dağıtıma geçiş süreci ile birlikte izleyicinin aracın kurallarına tabi olmak zorunda kaldığı zamansal düzenlemesi ya da televizyonun doğrusal akışının yerine önemli bir değişimin gerçekleştiği belirtilmelidir. Video izleme platformlarının önemli bir "sözü" olarak 7 gün 24 saat ya da "istediğin zaman, istediğin yerde" olmak üzere değer zincirindeki önemli değişim bu doğrultudaki ilk örneği oluşturmaktadır. Öte yandan Dario Azellini, Ian Greer ve Charles Umney'in (2021, s. 1) platform ekonomisini, kültürel metaların kapitalizmin birikim koşulları içerisinde bir değer üretmek üzere kullandığı süreç içerisinde, Azellini ve arkadaşları "platformlaştırma" söylemini tam da bu bağlam içerisinde kullanmaktadır, platformlar temelinde yeni bir organizasyon modelinin kurulduğunu belirtmektedir. İlerleyen kısımlarda ayrıntılı olarak tartışılacağı üzere kapitalizmin yeni birikimi doğrultusunda böylesi bir geçiş sürecinin dikey bir hiyerarşi temelinde örgütlenen iş modellerinin bu kez yatay olarak örgütlenmiş ve bürokrasi sonrası olarak değerlendirilebilecek olan yeni bir modele bıraktığı bu çalışmanın yazarı tarafından öne sürülmektedir. Bununla birlikte platformlar ve üzerine yükselen yeni bir ekonomi modelinin, platform ekonomilerinin, gittikçe ekonomilerin başat unsurları olarak yer edindiği dönemin koşulları içerisinde Chalaby ve Plunkett'in (2020, s. 5) belirlediği üzere izleyicinin yapısal koşullarının değişimi ve parçalanmış bir izler kitlenin oluşmasıdır.

taşıdığı yeni bir uzamın medya ekosistemini de önemli ölçüde dönüştürdüğünü belirtmek şaşırtıcı olmamalıdır. Nicholas Garnham'ın (2000, s. 142) farklı bir perspektif içerisinden bakarak değerlendirdiği üzere; kapitalizmin sermaye birikim döngüsü içerisinde bilginin birikimin yeni koşulları içerisinde araçsallaşması ve toplumun geniş kesimlerinin yeni enformasyon ve iletişim teknolojileriyle kurduğu etkileşim artarken “yeni bir toplum” biçiminin doğuşuna dair önemli bir uzlaşma oluşturulmasıydı⁵. Gerçekten de, önceki dipnot içerisinde değerlendirildiği üzere, sanayi sonrası toplumlarda medya ekosisteminin yeniden yapılanmasının önemli bir aktörü olarak talebe bağlı video izleme platformlarının doğuşu bir yandan kapitalizmin yeni birikim koşulları ancak diğer yandan bilgi toplumu ile birlikte deneyimlenen değişim süreci arasındaki diyalektiğin izlerini taşıdığı öne sürülebilir. Böylesi bir tartışma için anahtar sözcük olarak “sanayi sonrası toplum” söylemi tercih edildiğinde, aslında talebe bağlı video izleme platformlarının doğuşuna doğru genişleyebilen, bir dizi değişimin kendi içerisinde bir süreklilik gösterdiği belirtilebilir. Bununla birlikte; “platformlaştırma” (Nieborg & Poell, 2018, s. 4276)⁶, kısımları altında ayrıntılı olarak değerlendirileceği üzere bilgi toplumu dönüşümlerinin talebe bağlı video izleme platformları için önemli bir art alan oluşturduğu belirtilmelidir. Bu doğrultuda yukarıda sözü edildiği üzere bilgi toplumu dönüşümlerinin keskin bir dönüşüm olmaktan daha çok, çelişkili olsa da bir süreklilik olarak değerlendirilmesi doğru olacaktır. Frank Webster'in (2002, s. 25), bilgi toplumuna dönüşümün kendi içerisinde bütünlük oluşturan beş öncelikli ilkesinin bu doğrultuda tartışılması anlamlı olacaktır. Webster bilgi toplumuna dönüşümden söz edilebilmesinin; teknolojik yenilik, mesleki değişim, ekonomik değer ve bu değerlerin oluşumundaki yenilikçilik, bilgi akışının sürekliliği ile son kertesinde simge ve işaretlerin genişlemesi olmak üzere beş önemli ilkenin varlığını işaret etmektedir. Aslında böylesi bir kesitin, şaşırtıcı olmayacak denli, medya ekosisteminin de yeniden yapılanabilmesini anlaşılır kılmaya yönelik, hiç değilse tartışılabilir kılan, bir bağlam kurduğu söylenmelidir. Bununla birlikte, kapitalizmin geç ya da bilişsel döneminde bizatihi ekonominin yapısal koşullarının değişimi refakatinde platformların yükselişinin birbiri ile oldukça yakından ilişkili bir dizi değişimin sonuçlarını yansıttığı söylenebilir.

Bilgi toplumuna dönüşüm süreçlerinin son kertesinde makro yapısal dinamikleri ekseninde teknoloji ve kapitalizm arasındaki diyalektiğin açıklaması biçiminde okunması yerine, söz konusu dönüşümün geniş bileşenler ağı içerisinde kültürel üretim süreç ve pratiklerinin değişimine refakat eden bir okuma süreci içerisinde değerlendirilmesi doğru olacaktır. O denli ki, toplumun geniş kesimlerinin tam da bilgi toplumuna dönüşümün eşliğinde yeni enformasyon ve iletişim teknolojileri ile etkileşiminin arttığını söylemek ancak malumun ilanı olacaktır ki, böylesi geniş uzama yayılan dönüşümün güçlü bileşenlerinin tartışma olanağı sunamayacağı belirtilmelidir⁷. Bu doğrultuda bilgi toplumu dönüşümünün art alanında platformların nasıl da medya ekosisteminin yeni bileşenleri olarak yükseldiğini açıklayabilmek adına, hiç değilse olabildiğince geniş bir açıdan, bir dizi ilişkili nedenin ele alınması doğru olacaktır.

Bilgi toplumu dönüşüm sürecinin, kapitalizmin yeni bir uğrağına doğru izlediği yolculuğun 1970'li yılların sonunda gerçekleşmesi, yukarıda da belirtildiği üzere, ekonomik, siyasal, kültürel ve toplumsal eksenlerde yaşanan bir dizi dönüşümün izdüşümü ekseninde düşünülmelidir. Bu doğrultuda, neo liberal karakterli küreselleşmenin yükselişi ile birlikte mal ve hizmetlerin sınırlar arasındaki akışkanlığı diğer meta ve hizmetlerde olduğu gibi, kültürel metaların ve televizyon içeriklerinin de “akışkanlığı” için önemli bir bağlam kurmaktadır. Öte yandan, Frank Webster ve Kevin Robins'in (2002, s. 33) belirttiği gibi Fordist birikim ilişkilerinden, Post Fordizme geçiş sürecinin esnek üretim ilişkilerini olduğu kadar, talebe bağlı ekonomilerin yükselişi için önemli bir dönüşümü harekete geçirmiştir. Toplumun yeni enformasyon ve iletişim teknolojileri ile etkileşiminin

⁵ Nicholas Garnham, sanayi sonrası toplumsal yapılar içerisinde emeğin dönüşümünü tartışırken aslında bilgi toplumu dönüşümü ile birlikte kapitalizmin yeni döneminin nasıl da doğal karşılanan bir uzlaşma oluşturduğunu belirtmektedir. Garnham tam da bu doğrultuda enformasyon toplumu söyleminin egemen siyasalın ekonomik ve toplumsal meşruiyeti için bir ideoloji olarak değerlendirilmesi gerektiğini belirtir.

⁶ Dijital dönüşüm süreci ile birlikte medya ekosistemi içerisinde de genişleyen bir yer edinen platform ve platform ekonomilerinin ilerleyen kısımlar içerisinde değişim sürecini önceleyerek ayrıntılı olarak ele alınacak olmasına rağmen, bu kısım altında hiç değilse platformlaştırma kavrayışına dair genel bir tanımın yapılması doğru olacaktır. Alan yazının erken dönemli tartışmaları arasında yer alan David B. Nieborg ve Thomas Poell'in (2018, s. 4276) tanımından hareketle platformlaştırmanın, kültürel içerik üretimini doğrudan etkileyen bir dizi unsurun bileşkesinden oluştuğunu söylemek mümkündür. Bu açıdan platformlaştırma; kültürel içerik üretiminin ekonomik, yönetim ve teknolojik alt yapısal koşullarının dijital ortama, uygulama marketlerine ve internet dolaylı iletişim çevrelerine aktarılması ve kültürel içerik üretiminin artan dijitalleşme sürecinden yoğun olarak etkilenmesi olarak, genel bir çerçevede içerisinde, tanımlanabilmektedir.

⁷ Bilgi toplumu tartışmalarının hiç değilse erken döneminde gelişen ve ardından da gerçekleştirilen tartışmaların nerede ise bilgi toplumu dönüşümleri içerisinde erken dönemli çalışmaların temel öngörülerinin yeniden üretildiği alan yazına dair önemli bir eleştiri olarak getirilmelidir. Frank Webster ve Kevin Robins (1998, s. 30), bilgi toplumu süreci içerisinde gelişen alan yazına dair eleştirilerini bir “demir kafes” benzetmesi üzerinden gerçekleştirirken aslında alan yazının çoğu kez toplumsal dönüşüm sürecini ikincil kıldığını belirtirler. Bu alt kısım içerisinde yukarıda sürdürülecek olan tartışma içerisinde de değerlendirileceği üzere medya ekosistemi içerisinde yükselen platformların teknolojinin ötesinde ekonomik, siyasal ve kültürel eksenlerinin değerlendirileceği bu doğrultuda söylenmelidir.

genişlemesinin ise medya ekosistemi içerisinde platformların yükselişi için önemli bir uzamı sunduğu görülür. Platformların bilgi toplumu dönüşümünün kesitlerinde ve ara kesitlerinde yükselişini toplumsal değişim süreci ile birlikte anlamlı kılan bir diğer değişim sürecinin yine bilgi toplumu dönüşüm süreci içerisinde kurulduğunu söylemek gerekir. 1970'li yılların sonu ile 1980'li yılların başından itibaren gelişen süreci, Andy Bennett'in (2018, s. 134) değerlendirdiği gibi, kapitalist kültürel üretim ve söz konusu üretimin dağıtım koşullarını yapısal olarak değiştiren "kendin yap"⁸ sürecinin ekseninde olduğu söylenebilir. Watch Garrison (2001, s. 175) ise, internet teknolojisindeki yapısal değişimleri ile birlikte medya ekosistemi içerisinde genişleyen bir yer edinen talebe bağlı video izleme platformlarının "yalınlık", "esneklik" ve "etkileşim" olmak üzere üç temel bileşeni üzerinden içerik üretim ve dağıtım süreçleri içerisinde önemli bir yer edindiğini vurgular. Bilgi toplumu dönüşümü ile birlikte değerlendirildiğinde platformlar eliyle, izleme deneyimi üzerinde bir kontrol mekanizması olarak algoritmaların kullanılması ve izleyicisi ile sürekli bağlantı halinde olmasının diğer önemli unsurlar olarak değerlendirilebileceği belirtilmelidir. Aralarındaki nicel ve nitel farklılıklarına rağmen, platformların, kapitalizm ve bilgi toplumunun kesitlerinde ve ara kesitlerinde medya ekosistemi içerisindeki yükselişinin, bu doğrultuda, gerçekte her ikisinin de siyasa pratiğinin biçimlendirilmesinde etkili olduğunun söylenmesi gereken iki önemli kesit doğrultusunda değerlendirilmesi olanaklıdır. Bu doğrultuda ilk kesitin, platformların kültürel içeriklerin üretilmesi sürecinde sahip olduğu olanaklar eliyle medya ekosistemi içerisinde gerçekleştirdiği müdahale(ler) doğrultusunda biçimlendiği söylenebilir. Bu doğrultuda, ilerleyen kısımlar içerisinde ayrıntılı olarak tartışılacağı üzere, talebe bağlı video izleme platformlarının medya ekosistemi içerisindeki çoğulcu ve çok sesli bir iletişim düzeninin oluşturulmasındaki etkisi ya da müdahalesi siyasa sürecinin önemli bir tartışma gündemini oluşturmaktadır. Küresel kültür akışının, ulusal yapımcılar eliyle gerçekleştirilen kültürel içerik üretimi üzerindeki etkisinin, ulusal içerik üretiminin platformlar eliyle nasıl sınırlandırıldığı ya da geliştirildiği olarak da okunabilir, böylesi bir kesitin bir diğer önemli tartışma gündemini oluşturduğu belirtilmelidir. Yukarıda sözü edilen ikinci kesitin ise Daniel Herbert, Amanda Lotz ve Lee Marshall'ın (2019, s. 356) değerlendirdiği gibi medya ekosistemi içerisinde geliştirdiği iş modelleri, kültürel içerik döngüsü ve izleyicisi ile kurduğu ilişki üzerinden sorgulanmaya açık olduğu belirtilebilir. Bununla birlikte, yukarıda sözü edilen her iki kesitin de kapitalizmin geç döneminde yükselen küresel kültür akışının, iletişim ve kültür politikaları ile kurduğu diyalektik içerisinden bakan bir sorgulama eliyle değerlendirilmesi anlamlı olacaktır.

2. Platform Yayıncılığı Döneminde, İletişim ve Kültür Politikalarının Yeni Gündemini Okumak

Çalışmanın henüz giriş kısmında söz edildiği üzere, kapitalizmin geç döneminde iletişim ve kültür politikalarının değişimini değerlendirebilme adına, olabildiğince geniş bir perspektif içerisinden bakarak söylendiğinde, içerisinde hem bir dizi değişimin ancak hemen öte yanında çelişkili olsa da bir sürekliliğin varlığından söz edilmesi doğru olacaktır. Değişim, küresel kültürel akış ve kültürel içeriklerin bu kez bilgi toplumu ve geç kapitalizmin kesitlerinde ve ara kesitlerinde yeni bir birikim modelini harekete geçirecek denli dönüşümü üzerinden kendisini gerçekleştirirken, süreklilik kapitalizmin toplumsal bir sistem olarak bizzat kendisine dair çelişkilerini, iktidar ve güç ilişkilerini değişen bağlamlarında yeniden üretmesidir. Ancak, böylesi bir kesit içerisinden bakarak söz konusu eşitsizliğin iletişim ve kültür politikalarına nasıl yansıdığını tartışmak gerekir. Bununla birlikte, özellikle ilerleyen kısımlar içerisinde Türkiye özelinde bir tartışmaya olanak tanınması adına; çalışmanın bu alt kısmı içerisinde gerçekleştirilecek tartışma olabildiğince genel bir açıdan sunulması doğru olacaktır. Bu doğrultuda çalışmanın bu alt kısmı içerisinde platformlar ile birlikte iletişim ve kültür politikalarının nasıl da bir kırılma ve yeniden inşa sürecine doğru yönlendirildiği sorgulanacaktır. Ardından çalışma, küresel medya ekosistemindeki Avrupa Birliği ve Birleşmiş Milletler siyasaları öncelikli olmak üzere, yöntem kısmında da belirtildiği üzere, tekil ülke deneyimlerine doğru ilerleyecektir. Bununla birlikte, henüz derinlemesine bir tartışmanın öncesinde, platform yayıncılığının doğuşu ile birlikte tam da bu alt kısmın isminde de yer aldığı üzere iletişim ve kültür politikalarının, platform yayıncılığının medya ekosistemi içerisindeki yükselişine koşut olarak, bir dizi güçlü değişimi de içerisine alan değişimini ve yeni gündemini değerlendirmek doğru olacaktır.

⁸ "Do it Yourself" sürecinin aslında medya ekosistemi içerisinde gittikçe genişleyen bir yer edindiği görülmektedir. Medya ekosistemindeki dijital dönüşüm sürecinin, internet kullanıcıları ya da özelinde You Tube gibi platform içeriklerinin hazırlanmasında kullanıcı tarafından üretilen içeriklerin yükselişi yukarıda sözü edildiği üzere kültürel üretimin hem üretim hem de içeriklerin tüketimindeki yapısal koşulları önemli ölçüde dönüştürdüğü oldukça anlaşılabilir. Bu doğrultuda, örneğin Netflix'in olduğu kadar diğer platformlar içerisinde de yaygın olarak kullanılan "ne istersen, ne zaman istersen" söyleminin tam da kendin yap kültürünün önemli bir açılımı olarak değerlendirilebileceği belirtilebilir. Talebe bağlı video izleme platformları için bu doğrultudaki bir diğer örneği ise geleneksel televizyonun doğrusal akış sürecinin yerine platformların sahip olduğu içerik kütüphanelerinden televizyon izleyicisinin kendi izleme programını kendisinin belirlemesi verilebilir.

Medya ekosistemi içerisinde platformların gittikçe genişleyen bir yer edinmesi ile birlikte, ilerleyen kısımlar içerisinde de ayrıntılı olarak tartışılacağı üzere, iletişim ve kültür politikalarının yeniden ele alınmasına dair bir dizi güçlü gerekçenin oluştuğu belirtilmelidir. Olabildiğince geniş bir perspektif içerisinde bakıldığında, platformların medya ekosistemi içerisindeki etkisini aşağıdaki gibi bir dizi kesit içerisinde bakarak değerlendirmek olasıdır. Bu doğrultuda platformların yükselişi ile birlikte, aslında iletişim ve kültür politikaları alanındaki değişimi zorunlu kılan ya da en azından yeni bir gündemin oluşmasına yol açan, yayıncılık alanındaki değişimin aşağıdaki Tablo 1 içerisinde okunabilmesi olasıdır.

Tablo 1. Platformların Yükselişi ile Birlikte, Medya Ekosistemindeki Yapısal Değişim

Medya Ekosistemi İçerisindeki Değişimin Bileşenleri	İlgili Bileşene Dair Açıklama	İletişim ve Kültür Siyaseti İçerisinde Yol Açtığı Yeni Gündem
Kültürel İçeriğinin Üretim Koşullarının Değişimine Dair Bileşen	Platform ekonomilerinin kültürel meta ve metalaştırma örüntüsü çerçevesinde, kültürel içeriklerin platformların mülkiyetinde yatay ve dikey akslar ekseninde bütünleşmesi bu doğrultuda önem taşımaktadır. Öte yandan, bu tablo içerisinde bir diğer eksen olarak tanımlanacağı üzere, küresel ve yerel arasındaki diyalektiğin yeniden düşünülmesini gerekli kılan kültürel içerikler eliyle ulus ötesi yeni medya pazarlarına doğru genişleme	Medya ekosistemi içerisinde tekelleşme, çoğulculuk ve çok seslilik ile kültürel ifadelerin korunması
Medya Ekosistemi İçerisinde Teknolojik Dönüşüme Dair Bileşen	Çalışmanın henüz giriş kısmında ifade edildiği üzere, platformların medya ekosistemi içerisinde genişleyen bir yer edinmesi aslında kullanıcı verilerinin meta üretim döngüsüne eklenirken önemli bir veri güvenliği sorununun ortaya çıkmasıdır ⁹ .	Yakınsama politikaları, kişisel verilerin korunması ve veri güvenliği siyasasının gündemi içerisinde ele alınmalıdır.
Medya Ekosistemi İçerisinde Rekabet Koşullarına Dair Bileşen	Medya ekosistemi içerisinde platformların önemli bir bileşeni ise önceki alt kısım içerisinde belirtildiği üzere medya sektöründe yeni bir iş modeli oluşturması üzerinden ele alınabilmektedir. Bu doğrultuda, kültürel içeriklerin tek bir platform içerisinde yoğunlaşması medya ekosistemi içerisinde yeni bir tekelleşme pratiğinin gelişmesine yol açmaktadır.	Medya ekosistemi içerisinde çoğulcu ve çok sesli bir iletişim düzeninin yerine, sınırlı sayıda izleme platformunun genişleyen bir sahiplik ve kontrol yapısını kurduğu öne sürülebilir. Medya ekosistemi içerisinde, Stuart Davis'in (2021, s. 9-10) değerlendirdiği üzere, platformların ekosistem içerisinde kontrol ve sahiplik yapısı genişlerken, bağımsız yapımcıların söz konusu pazarlara erişimi önünde güçlü engeller oluşturulmaktadır. Ancak burada iletişim ve kültür politikalarının örneğin ticaret kanunları gibi diğer siyasalar ile de bir yakınsama sürecine girmesi gerektiği belirtilebilir.
Platformların, Kültürel İçeriklerin Tüketim Örüntülerine Dair Bileşen	Medya ekosistemi içerisinde platformların bir diğer etkisi ise sahip oldukları geniş arşivleri ve daha da önemlisi katalog sistemi aracılığı ile medya ekosistemi içerisinde genişleyen bir yer edinmesidir. Platformların kültürel içeriklerin dağıtım koşullarını yeni bir iş modeli ekseninde bu kez her ülke için farklı olarak belirlediği kataloglar eliyle (Lobato, 2019, s. 135; Lotz, 2017, s. 120) belirleyen önemli bir güç olması bu doğrultuda söylenmelidir ¹⁰ .	Kültürel içeriklerin, küresel ölçekte eşitsiz dağılımını içeren söz konusu bileşenin iletişim ve kültür politikalarının değişen gündemi içerisinde özel bir uğrağı oluşturduğu söylenmelidir. Gerçekten de, platformların içinde yer aldığı medya ekosistemi içerisinde kültürel içeriğin eşitsiz bir dağıtımına farklı söylendiğinde her ülkeye göre farklı bir politika izlemesi, iletişim ve kültür siyasasının en azından iki düzeyde ele alınması gereken bir gündemle

⁹ Video izleme platformlarının izleyici verilerini yalnızca kendi ekosistemleri içerisinde tuttuğu ve en azından diğer platformlarda olduğu üzere üçüncü taraflarla paylaşmadığı (Davis, 2021, s. 11) kabul edilebilir. Ancak, Fatima Gaw'ın (2021, s. 17) değerlendirdiği üzere, geniş ölçekte diğer izleme platformlarının da dâhil edilebileceği üzere, üretilen algoritmaların kültürel mantığı içerisinde izleyicinin kültürel tercihinin bunun sonucunda da süre giden veriler üzerinden medya ekosistemi içerisinde çoğulculuk ve çok sesliliğin yeniden düşünülmesi gereken önemli bir kesitin açılmış olduğu belirtilmelidir.

¹⁰ Roman Lobato'nun değerlendirdiği üzere katalog sistemi yeni bir kültür emperyalizm biçimi olarak öne çıkmaktadır. Gerçekten de, Netflix örneğinde görüldüğü üzere katalogların her ülke izleyicisine göre farklı olmasının yanı sıra, medya ekosistemi içerisinde bütün bir arşivin kullanıma sunulmaması platformların medya ekosistemi içerisinde nasıl da bir denetleyici olarak konumlandığını görünür kılmaktadır.

	Bunun yanı sıra, kültürel içeriklerin karmaşık bir dağıtım ağı içerisinde belirlenmesi izleyicinin sözü edilen içerikler ile etkileşimini farklı söylediğinde kullanım örüntülerini önemli ölçüde dönüştürmüştür. Örneğin zincir izleme ("binge watching") olarak yaygın olarak isimlendirilen zincirleme izleyicilik bu doğrultuda anlamlı bir örnek olarak öne çıkmaktadır.	karşı karşıya kaldığını görünür kılmaktadır. Gerçekten de, çoğulcu ve çok sesli bir medya düzeni ile ülkelerinde yer alan içeriklerin küresel ölçekteki dağıtım pratiklerine dair yeni bir değerler dizgesini belirlemesi bu doğrultuda önem taşımaktadır.
Diğer Bileşenler	Platformların yükselişi ile birlikte önemli bir siyasa gündeminin medya sektöründe egemen gücün kullanımı ve platformların vergi düzenlemeleri öncelikli olmak üzere ulusal düzenleyici örgütlerin kurallarından kaçınması bu doğrultuda söylenebilir.	Kapitalizmin geç döneminde platformların medya ekosistemi içerisinde genişleyen bir yer edinmesi iletişim ve kültür politikalarının, rekabet ve vergi politikaları öncelikli olmak üzere diğer politikalar ile bir yakınsama sürecine girmesini zorunlu kılmaktadır.

Kaynak: Araştırmacı Tarafından Derlenmiştir.

Yukarıdaki Tablo 1 içerisinde de yer aldığı üzere; küresel talebe bağlı izleme platformlarının, ulusal medya ekosistemleri içerisinde genişleyen bir yer edinmesinin iletişim ve kültür politikalarının da yeni bir değerler dizisine doğru yönelmesi adına önemli bir uğraşı oluşturmaktadır. Bununla birlikte, ulusal iletişim ve kültür politikalarının küresel talebe bağlı platformlar karşısındaki tutumunun, düzenleme eğilimleri ile birlikte, tartışılması tam da bu doğrultuda önem taşımaktadır.

3. Medya Ekosisteminde Yükselen Platformlar Karşısında Çelişkili Bir Süreklilik Olarak Medya Düzenlemeleri

Küresel platformların, ulusal medya ekosistemleri içerisinde gittikçe genişleyen bir yer edinmesinin, hiç değilse olabildiğince geniş bir perspektif içerisinde değerlendirildiğinde, iletişim ve kültür politikaları içerisinde önemli bir tartışma uzamının kurulduğu önceki kısımlar içerisinde belirtilmişti. Bu alt kısım içerisinde ise, böylesi bir uzamın ülkelerin medya politikaları ve söz konusu süre giden politikaları içerisinde nasıl ele alındığına dair bir tartışma içerisinde bakarak sürdürülecektir. İlerleyen tartışmada yer aldığı üzere, ülkelerin yayıncılık platformlarına dair düzenlemelerinin gerçekte siyasaların gerçekleştirildiği ülkeler adına bir bakıma siyasa önceliklerinin ve kültürel ihtiyaçlarının temelinde (D'Arma, Raats & Steemers, 2021, s. 686) belirlenmiş olmasının yanı sıra, hiç değilse, demokratik ve çoğulcu bir iletişim düzenini sağlayabilmek adına bir referansa dönüştüğünün belirtilmesi gerekir. Ancak böylesi bir referansın değerlendirilebilmesi adına özel bir vurgunun geliştirilmesi gereklidir. Terry Flew, Martin Fiona ve Suzor Nicholas (2019, s. 44); ulus devletler ve ulusal siyasalar, medya ekosisteminin yeni oyun kurucuları olan platformların etkisi altına girdikçe geleneksel yaklaşımlarının ötesine uzanan bir yaklaşım geliştirmenin zorunlu olduğunu belirtir. Ancak, ilerleyen kısımlar içerisinde tartışılacağı üzere, çelişkili bir sürekliliği yeniden üreten aktörlere dönüşmüş oldukları söylenmelidir. İletişim ve kültür politikalarına böylesi bir kesit içerisinde bakıldığında gerek tekil ülke deneyimleri ve gerekse Avrupa Birliği siyasalarındaki değişimin, ortak paydasını kültür ve hatta sınırların korunmasına koşut olarak, birbiri ardına anlamlı örnekleri görünür kıldığı belirtilebilir. Örneğin Avrupa Birliği'nin 2018 yılı Kasım ayından, üye devletlere platformlara dair düzenlemelerini uygulamaları için 21 aylık bir süre tanıdığı, yeni düzenlemesinin tam da söz konusu kültürel sınırların korunması adına okunabilecek bir kesit açtığı belirtilmelidir (European Parliament, 2018, s. 1). Birliğin üç önemli alanda değişimi öngörerek gerçekleştirdiği, yeni düzenlemesine göre (a) azınlıkların, şiddet, terörizm, zararlı içerik ve reklamcılığın olumsuz etkilerinden korunmasının geliştirilmesini, (b) reklam sınırlarının yeniden belirlenmesini¹¹ ve platformlara karşı önemli bir diğer düzenleme olarak (c) talebe bağlı video izleme platformlarının kataloglarının %30'unun Avrupa eserlerinden oluşmasını amaçladığı görülmektedir. Avrupa Parlamentosu'nda onaylandığı 2018 Kasım ayında 452 kabul oyuna karşılık, 132 ret ve 65 çekimser oyun yer aldığı düzenlemenin ardından, Avrupa Birliği üye ülkelerinin bir dizi önemli düzenlemenin harekete geçirildiği görülür. Bununla birlikte, Avrupa Birliği içerisinde önemli bir siyasa gündeminin, talebe bağlı platformların birçoğunun Amerika Birleşik Devletleri kökenli şirketlerin elinde yoğunlaşmasının sonucunda, yeni bir kültür emperyalizminin yükselişine dair bir endişe

¹¹ Avrupa Birliği'nin platformlara dair söz konusu düzenlemesi, reklam kuşaklarının yayıncıların kendi inisiyatifleri ile düzenlenmesini karara bağlamak ile birlikte gerek 18:00-00:00 arasındaki prime time ve gerekse onun öncesindeki 06:00 ila 18:00 arasındaki kuşağın ancak %20'si kadar reklam alınabilmesini içermektedir.

üzerinden temellendiği söylenebilir. Ancak, neo liberal politikalar sarmalında Birlik üyesi ülkelerin söz konusu düzenleme çerçevesindeki tepkilerinin, ağırlıklı olarak, kültüre dair bir korumacılığın uygulanmasının yerine gittikçe platformlara karşı, örneğin vergi ve yukarıda sözü edildiği üzere platformların elindeki kataloglar içerisinde üye ülke içerisinde üretilen eserlere kota konulması gibi, uygulamaların ağırlık kazandığı görülmektedir. Karen Donders ve çalışma arkadaşları (2018, s. 16), Birlik üyesi ülkelerin sözü edilen uygulamalarını aşağıda yer alan Tablo 2’de dört ana grup altında sınıflandırmıştır.

Tablo 2. AB’nin Platform Politikaları Refakatinde Üye Ülkelerin Uygulamaları

Üye Ülkenin Uyguladığı Model	Uygulayan Üye Ülkenin İsmi
Somut Bir Yatırım Olmaksızın Platformlara Karşı Avrupa Eseri Kotası Uygulanması	İngiltere’nin Birlikten ayrılmasının ardından Birlik içerisinde kalan tüm üye ülkelerin ortak uygulaması
Platformların Kataloglarında, Avrupa Eseri Kotasını Özel Düzenleme Getiren Model	Hırvatistan, Güney Kıbrıs, Çek Cumhuriyeti, Fransa, Macaristan, İtalya, Litvanya, Malta, Polonya, Slovakya, Slovenya, İspanya
Platformlara Karşı Somut Bir Mali Yükümlülük veya Vergi Getiren Model	Belçika, Hırvatistan, Çek Cumhuriyeti, Fransa, Almanya, İtalya, Litvanya, Lüksemburg, Portekiz, Slovenya, İspanya
Yatırımlarını Platformların yanı sıra Servis Sağlayıcıları için de Uygulanmasını Getiren Model	Almanya, İtalya, Belçika, Danimarka, Fransa

Kaynak: Karen Donders, Tim Raats, Marian Komorowski, Ivana Kostovska, Stephanie Tintel, Catalina Iordache (2018, s. 16).

Yukarıdaki Tablo 2 içerisinde de yer aldığı üzere, Avrupa Birliği üye ülkelerinin söz konusu talebe bağlı video izleme platformlarına dair siyasasının ağırlıklı olarak platformlara Avrupa eseri kotasının konulması ile mali yükümlülük ve vergi uygulamasının getirilmesine dair modeller üzerine yoğunlaştığı görülmektedir. Bununla birlikte, Avrupa Birliği’nin söz konusu düzenlemesine dair önemli bir eleştirinin getirilmesi gereklidir. O denli ki, Birliğin hiç değilse 2009 tarihindeki kurucu antlaşması olarak değerlendirilen Lizbon süreci dikkate alındığında dahi görülebileceği üzere, ortak bir Avrupa kimliğinin tamamlayıcısı olarak iletişim ve kültür vurgusunun yeni düzenleme ekseninde getirilmemiş olması söz konusu eleştirinin ilk unsurunu oluşturmaktadır. Bunun gibi, Birliği “tek Pazar” siyasası doğrultusunda ekonomik ekseninde bütünleştirmeyi amaçlayan siyasa sürecinin yerine bu kez platformlar karşısında çok sınırlı bir düzenlemeyi gerçekleştirdiği belirtilmelidir.

Avrupa Birliği’nin çerçeve düzenlemesindeki söz konusu eksikliğin, bu doğrultuda, üye devletlerin siyasa sürecini de etkilemiş olduğu aslında Tablo 2 içerisinde bakıldığında da görülebilir. Birlik üyesi ülkelerin söz konusu Tablonun ilk sütununda yer aldığı üzere platformlara karşı somut bir yatırım getirmemesi ancak Avrupa eseri kontenjanını izlemesi aslında küresel kültürel akış süreci içerisinde bakıldığında belirsiz bir düzenleme olarak değerlendirilebilir. Platformların düzenlemeyi gerçekleştiren ülkenin kataloglarında Avrupa eserlerine kontenjan ayırıp, küresel ölçekteki kataloglarında yer vermemesi yaygın bir uygulama olarak dikkat çekmektedir. Öte yandan, Birlik üyelerinin, sıklıkla, tercih ettiği ikinci yöntemi platformların kataloglarına dair özel düzenlemenin yapılması oluşturmaktadır. Örneğin İtalya, Portekiz ve İspanya’nın platformlara ülke sinemalarını geliştirme adına, elde edilen gelirin %10’u düzeyindeki doğrudan yatırım şartı getirmesi¹² ve platformlardan elde edilen getiri ile birlikte oluşturulan fonlar eliyle desteklenmesi bu doğrultuda özel bir örneği oluşturmaktadır. Birlik üyesi ülkeler içerisinde yer alan Fransa’nın ise neredeyse yukarıda sözü edilen bütün modelleri uygulamasının yanı sıra kültür vergisi düzenlemesine gitmesi Birlik üyesi ülkeler içerisinde ilk kez gerçekleştirilen bir düzenlemeyi oluşturmaktadır (Donders vd, 2018, s. 66). Avrupa Birliği üye ülkeleri içerisinde platformlara dair bir diğer düzenleme yöntemini ise, dördüncü satırda yer aldığı üzere, ülke düzenlemelerinin yalnızca platformlara değil bununla birlikte servis sağlayıcılarına da yönelmiş olmasıdır. Almanya, İtalya, Belçika, Danimarka ve Fransa’nın bu kategori altında toplanmış olduğu dikkat alındığında sınırlı sayıda ülke tarafından tercih edilmiş olmakla birlikte platformların düzenlenmesine dair bir diğer yöntemi oluşturmaktadır. Bununla birlikte, Birlik üyelerinin söz konusu yöntemi ağırlıklı olarak finansman modelinin bir devamı olarak izlediği söylenmelidir. Ancak Birlik üyesi ülkelerin platformları bir finansman kaynağı olarak değil ancak oluşturulan fonlar eliyle ülke sinemalarının gelişebilmesi adına kullandığı dikkate alındığında süre giden düzenlemelerin art alanındaki yaklaşımlarının nedeninin oldukça anlaşılabilir olduğu söylenmelidir.

¹² Platformlara karşı uygulanan doğrudan mali yatırım şartının bir dizi bileşenin olduğu bu doğrultuda söylenmelidir. Örneğin platformun net satış hasılası, yıl içerisinde elde ettiği ciro, abone sayısı, abonelerden talep edilen üyelik ücretleri yukarıda sözü edilen fonların diğer mali kaynaklarını oluşturmaktadır. Ancak böylesi bir fonlandırma yönteminin ülkelerin değişen talepleri doğrultusunda biçimlendiği belirtilmelidir.

Küresel platformların medya ekosistemi içerisinde yükselişi dikkate alındığında, Avrupa Birliği dışındaki ülkelerin de bu kez medya düzenlemesi eliyle değilse de, medya ekosistemi içerisindeki “dengelerin” değişimi üzerinden platformlara dair önemli bir siyasa ilgisinin oluşmaya başladığı görülmektedir. Böylesi bir tartışma için, Asya Pasifik ülkelerinin özel bir kesit açtığı belirtilmelidir. Küresel korona virüs salgınının tanık olduğu “büyük karantina” döneminin, sinema salonlarının kapatılmasını da içerisine alan, yol açtığı belirsizlik döneminde ülke düzenlemeleri dışında bu kez medya ekosistemi içerisinde yeni oluşumların gerçekleşmiş olduğu belirtilmelidir. Wang Chonsong, Lucyann Kerry ve Rustona Farady Marta'nın (2021, s. 9) belirlediği üzere medya ekosistemi ve bileşenlerinin bu kez bölgesel düzeydeki önemli talebe bağlı video izleme platformlarını oluşturduğu görülür. Singapur, Filipinler ve Malezya'da oluşturulan söz konusu platformların bu kez Asya Pasifik özelinde bölgesel düzeyde kültürel içeriklerin internet aracılığı ile dağıtıldığı farklı bir kültürel akış modeline yer vermesi adına dikkat çekmektedir. Platformların yükselişi ile birlikte, özellikle Avrupa Birliği ülkelerinde görüldüğü üzere, medya ekosistemi ve bileşenleri içerisindeki kamusal yayıncıların oluşturdukları yeni platformlar eliyle izleyicileri için doğrudan talebe bağlı video izleme olanağı sunabilen kamu platformlarını oluşturmasıdır. D'Arma ve çalışma arkadaşlarının (2021, s. 688) değerlendirdiği üzere; İngiltere, İtalya ve Hollanda kamu yayıncılığı kuruluşlarının, BBC, RAI VE VTR, Avrupa'da kamu yayıncıları eliyle yeni platformlarının ilk örnekleri olarak yer edindiği görülür. Ancak, kamu yayın kuruluşlarının tam da söz konusu platformları üzerinden yaygın bir eleştirinin odağında yer edindiği belirtilmelidir. Kamu yayıncılarının bütçe sorunlarının platformların devam edebilmesi için gereken mali fonları karşılayamamış olmaları ilk eleştiri eksenini oluşturmaktadır. Diğer yandan, ilgili ülkelerin medya ekosisteminde yer alan diğer yayın kuruluşları tarafından da rekabet önündeki engeli oluşturdukları, bağımsız yapımcıların eserlerinin mali kullanımlarını uzun süreli ellerinde bulundurmaları yönüyle bir dizi eleştirinin odağında yer edinmiş olduğu belirtilmelidir (D'Arma vd, 2021, s. 6909). Avrupa Birliği kamu yayıncıları için, Fransa ve Almanya kamu yayıncıları olarak France Televisions ile ARD'nin özellikle Netflix öncelikli olmak üzere dizi ve film üretiminde Amerika Birleşik Devletleri merkezli küresel talebe bağlı video izleme platformları ile ortaklaşa olarak kültürel içerik üretimine yönelmesi yakın dönemli bir diğer düzenleme pratiğini oluşturmaktadır. Sven Scolfub'un (2021, s. 134), Almanya kamu yayıncısı olan ARD özelinde değerlendirdiği üzere kamu yayıncısının söz konusu platformlarla işbirliği bir dizi açıdan kamu yayıncısına artı bir değer sunmaktadır. Medya ekosistemindeki artan rekabet ve dijitalleşme sonucunda kaybettiği genç izleyicisinin ilgisini yeniden çekmenin yanı sıra ARD platformlarla işbirliğini derinleştirerek Almanya'nın küresel kültür akışı içerisinde kültürel içerikleri için küresel olarak genişleyen bir yer edindiğini belirtmektedir.

Küresel platformların medya ekosistemi içerisinde genişleyen bir yer edinmesinin, yalnızca Avrupa Birliği üyeleri için değil eş zamanlı olarak otoriter ülke deneyimleri içerisinde de önemli bir karşılığının olduğu belirtilmelidir. Bu doğrultuda Rusya Federasyonu ve Çin Halk Cumhuriyeti'nin yakın dönemli düzenleme eğilimlerinin küresel kültürel akış döneminde otoriter devlet politikaları adına dikkat çekmektedir. Avrupa Birliği Görsel İşitsel Gözlemevi'nin (2020, s. 52) yakın dönemli Raporunda değerlendirdiği üzere, Rusya Federasyonu Meclisi'nde (DUMA) Mayıs 2017'de kabul edilen, ancak Raporda böylesi bir düzenlemenin etkili olmadığı da belirtilen, yeni yayıncılık yasasına göre platformlarda yabancı pay sahiplerinin hisse oranının %20 ile sınırlandırılması dikkat çekmektedir. Rusya Federasyonu'na dair yukarıda yer alan verinin, Rusya'nın orantısız güç uyguladığı Ukrayna Savaşı öncesindeki verileri yansıttığı ve bu çalışma devam ederken geniş bir yaptırımlar dizisi ile karşı karşıya kalan yeni otoriter Rus yönetiminin politikalarını nasıl bir değişim içerisinde geçirebileceği tartışmalı bir hal almıştır.

Medya ekosisteminde dijitalleşme süreci ile birlikte yükselen platformların, önceki kısımlar içerisinde de belirtildiği üzere, küresel ve yerel arasındaki sınırların gittikçe belirginliğini kaybetmesinin yanı sıra kültürel içeriğin bu kez internet üzerinden dağıtıldığı koşullarda mülkiyet düzenlemelerinin ne denli etkili bir siyasa aracı olarak kabul edilebileceği ayrı bir tartışma gündemini oluşturmaktadır. Bununla birlikte, Rusya Federasyonu'nun mülkiyet sınırlandırması üzerinden tercih ettiği siyasa sürecinin otoriter bir iletişim düzeninin egemenliğinde Çin Halk Cumhuriyeti tarafından da yakın bir biçimde izlenmesi dikkat çekmektedir. Ling Zang'ın (2021, s. 1) belirlediği üzere 2021 yılındaki Film Yasası'nı (PCR) 2019 yılında yeni bir düzenlemeye tabii tutarak bu kez internet üzerinden kültürel içeriklerin dağıtımını ve söz konusu dağıtımın gerçekleştirildiği internet temelli içerik ve servis sağlayıcılarına doğru genişlettiği dikkat çekmektedir. Çin Halk Cumhuriyeti'nin bu doğrultuda, otoriter bir rejimin müdahalesi olarak değerlendirilen uygulamalarının üç önemli madde içerisinde sınıflandırılabilceği görülmektedir. Buna göre (a) internet üzerinden kültürel içeriği üreten ve dağıtan kültür üreticilerinin söz konusu içerikleri yayın öncesinde düzenleyici ulusal otorite olan Radyo Televizyon ve Sinema Kurulu'nun (SARFT) incelemesine sunma zorunluluğunun getirilmesi. Böylesi bir maddenin bir sansür uygulaması olarak

değerlendirilmesi mümkündür. (b) internet aracılığı ile görsel işitsel yayınları gerçekleştiren kültürel üreticilerin “self-disiplin” uygulamasının zorunlu kılınması. Bu madde ile açık bir biçimde sansür ifadesi kullanılmaması olmakla birlikte, kendi kendini denetim üzerinden üstelik sınırları belirgin olmayan bir sansür uygulamasının açıldığı görülmektedir. Son madde ise, (c) hükümet otoritesinin internet üzerinden yayın yapan gerçek kişi ve şirketler için medya ekosistemine giriş ve çalışma koşullarının değiştirilebilmesi yetkisinin tanınmış olmasıdır. Çin Halk Cumhuriyeti’nin yeni düzenlemesi ile birlikte film gösteriminin de bir “kamuoynuna sergilenme izni” alınmasını önemli bir koşul olarak belirlediği bu doğrultuda süre giden sansür uygulamasının aslında baskıcı bir karakter aldığını görünür kılmaktadır.

Talebe bağlı video izleme platformlarının, medya ekosistemi içerisinde gittikçe genişleyen bir yer edinmesi karşısında, medya düzenlemelerinin de yeniden ancak bu kez farklı bir perspektif içerisinde ele alınması gerekli iken ülkelerin, önceki kısımlar içerisinde de tartışıldığı üzere, siyasa uygulamalarını aslında çelişkili bir süreklilik olarak yeniden ürettiği görülmektedir. Avrupa Birliği içerisinde Avrupa eserlerine dair uygulanan kota uygulamalarının, Birlik üyesi ülkeler içerisinde ise küresel platformlardan elde edilen gelirler üzerinden ülke sinemalarını destekleyen uygulamaları bu doğrultuda ilk örneği oluşturmaktadır. Öte yandan, Asya Pasifik ülkelerinde ülke politikaları yerine medya ekosisteminin bileşenlerinin bu kez platformları oluşturması ve diğer yanında Rusya Federasyonu ile Çin Halk Cumhuriyeti’nin otoriter bir siyasa eliyle platformlara dair oluşturdukları baskı yöntemleri düşünüldüğünde alternatif bir kamu yönetişiminin, hiç değilse, tartışılabilir olmasının anlamlı bir katkı oluşturacağı belirtilmelidir.

4. Platform Yönetişimi ve Alternatif Yönetişim Önerilerini Türkiye Uğrağında Tartışmak

Çalışmanın önceki kısımlarında da belirttiği üzere medya ekosisteminde yükselen platformlara dair yeni bir değerler dizisi ile birlikte kamu yönetişimini tartışabilmek için Türkiye’nin özel bir örneği oluşturduğu belirtilmelidir. İzleyici ve kanal sayısı itibarı ile Avrupa’nın “en büyük” medya ekosistemi oluşturan Türkiye’de talebe bağlı video izleme platformlarının bu doğrultuda medya ekosistemi içerisinde önemli bir yer edindiği söylenmelidir. Platformların, 2021’de Avrupa izleyicilerinin %44 düzeyinde (Euro Audiovisual Observatory, 2020, s. 14) bir erişime sahip olması karşısında, Türkiye’de %36.7 düzeyindeki erişiminin dikkat çektiği söylenmelidir. Yanı sıra, izleyici başına ortalama olarak 17.2 dolar ile toplamda 531 milyon dolar değerinde bir gelir elde etmiş olması Türkiye’de platformların elde ettiği yeri görünür kılmaktadır (Statista, 2021, s. 1). Öte yandan, Türkiye’de platformların gerek izleyici sayısı ve gerekse oluşturacağı mali büyüklüğün, örneğin 2026 yılı için 1 milyar 69 milyon dolar düzeyindeki öngörülebilir mali değere rağmen, Türkiye’de talebe bağlı platformların medya ekosistemi içerisinde genişleyen bir yer edinmesinin iki önemli gelişme ile ilişkili olduğu söylenmelidir. Gerçekten de, birbiri ile nerede ise art arda deneyimlenen ilk unsuru, sinema film dağıtımında yaşanan kriz ile ikincisini küresel salgın, COVID 19 ve yansımaları içerisinden bakarak değerlendirmek mümkündür. Film dağıtımını üzerine tekel oluşturan Güney Kore merkezli Mars Sinema Grubu’nun, 2019 yılı Aralık ayında film biletlerini “patlamış mısır ve bir içecek” içeren paketler üzerinden satışa sunmasına rağmen, film yapımcılarına yeni gelir üzerinden pay vermemesi küresel platformların Türkiye’de genişleyen bir yer edinmesinin ilk nedenini oluşturmaktadır. İkinci süreç ise, art alanında yine 2019 yılı Aralık ayında Çin Halk Cumhuriyeti’nin Vuhan Eyaleti’nde yaşanan ancak kısa bir süre içerisinde küresel salgına dönüşen COVID 19 ile birlikte başlamıştır. 11 Mart 2020’de Türkiye’de Sağlık Bakanlığı’nın resmî duyurusu ile birlikte toplumun geniş kesimlerinin yanı sıra, kültür üreticilerinin de, salgının art alanındaki “karantina” dönemi ile birlikte küresel talebe bağlı video izleme platformlarının oluşturduğu yeni medya ekosistemine doğru kayda değer bir göç sürecine tanık olunmuştur. Örneğin, küresel salgın döneminde, Türkiye’de toplumun geniş kesimlerinin talebe bağlı video izleme platformları ile etkileşiminin, kullanıcı erişimi bağlamında, %18.1 düzeyine ulaştığı görülmektedir. Yukarıda belirtildiği üzere, Türkiye’de toplumun geniş kesimlerinin, örneğin Avrupa Birliği üye ülkelerindeki izleyicinin %44 erişim oranı dikkate alındığında, sınırlı olduğu düşünülebilir ise de ülke nüfusları karşılaştırıldığında Türkiye’nin talebe bağlı video izleme erişiminde Avrupa bölgesindeki birinci ülke olduğu görülmektedir (Statista, 2021, s. 1). Bununla birlikte Türkiye için bir diğer ayırt edici unsurun vurgulanması doğru olacaktır. Türkiye’de toplumun geniş kesimleri, medya ekosistemi içerisinde yükselen platformlara rağmen, %55 düzeyindeki bir kullanım payı dikkate alındığında Blu TV öncelikli olmak üzere yerel platformlara dair yükselen bir ilgi göstermektedir.

Türkiye’de medya ekosistemi içerisinde yükselen dijital dönüşüm ve toplumun geniş kesimlerinin yanı sıra kültürel üreticilerin platformlar karşısında gösterdiği yeni ilginin ise iletişim ve kültür politikaları içerisinde, oldukça sınırlı bir dizi siyasa belgesinin ötesinde geçen doygun bir ilgisinin olduğunu söylemek ise oldukça güçtür. Gerçekten de, yukarıda da sözü edildiği üzere Türkiye’de film dağıtım krizinin ardından deneyimlenen,

ancak köklü bir değişim olmaktan daha çok, bir dizi değişikliğin uygulanması ile sınırlı bir yasal değişim ile ifadesini bulan bir değişim ile ifade edildiği söylenmelidir. Türkiye'nin Avrupa Birliği uyum süreci doğrultusunda 2004 yılındaki "5224 Sayılı Sinema Filmlerinin Değerlendirilmesi ve Sınıflandırılması ile Desteklenmesi Hakkında Kanun" (Resmi Gazete, 2004, s. 1) 18 Ocak 2019 tarihinde "7163 Sayılı Sinema Filmlerinin Değerlendirilmesi ve Sınıflandırılması ile Desteklenmesi Hakkında Kanunda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun" ile değiştirilmiştir (Resmi Gazete, 2019). Buna rağmen, gerçekleştirilen düzenlemenin bütüncül bir dönüşüm olmaktan daha çok, yukarıda sözü edilen film dağıtım krizine dair bir tepkinin sonucunu yansıttığı söylenebilir. Gerçekten de, 5124 Sayılı Sinema Filmlerinin Değerlendirilmesi ve Sınıflandırılması ile Desteklenmesi Hakkında Kanun'un tüm maddelerinde değişiklik getirilmesine rağmen¹³, Türkiye'de toplumun geniş kesimlerinin yanı sıra medya ekosistemi bileşenlerinin de ekosistemin yeni bileşeni olarak platformlar ve dizi ya da film üretimine dair herhangi bir düzenlemenin getirilmediği görülmektedir. Bu doğrultuda kültürel içeriğin internet eliyle dağıtıldığı yeni bir ekosistem dikkate alındığında geleneksel medya ile yeni medya ortamı arasında bir yakınsamanın varlığının bu doğrultuda da bütüncül ve kendi içerisinde bir düzenlemenin odağında yer almadığı belirtilmelidir. Öte yandan, önceki kısımlar içerisinde tartışıldığı üzere bir dizi eleştirinin daha getirilmesinin olanaklı olduğu söylenmelidir. Örneğin, Avrupa Birliği üye ülkelerinin izlediği politika eğilimi dikkate alındığında, film üretimine dair desteklemenin yalnızca Kültür ve Turizm Bakanlığı eliyle düzenlenen bir Destekleme Kurulu'nun yanı sıra bu kez platformların da kapsanması üzerinden, medya ekosisteminin bileşenlerinin içerisinde yer aldığı yerli film endüstrisinin desteklenmesine dair bir fon oluşturma eğiliminin izlenmediği belirtilmelidir.

Türkiye'nin dizi ve film üretiminin yanı sıra halen 140 ülkeye gerçekleştirdiği ihracatı dikkate alındığında, Amerika Birleşik Devletleri'nin ardından küresel ölçekte ikinci ülkenin Türkiye olduğu değerlendirildiğinde (Tanrikulu, 2021, s. 1; Behlil, 2021, s. 14), yerli kültürel üreticileri destekleyen geniş katımlı bir fon oluşturulmasının önemli olduğu öne sürülebilir. Öte yandan, yukarıda sözü edildiği üzere platform yayıncılığının hem geleneksel televizyon yayıncılığı ile internet arasındaki yakınsamanın sonucunu yansıttığı düşünüldüğünde Türkiye'nin bu bağlamda Radyo ve Televizyon Üst Kurulu eliyle medya ekosisteminin bir bileşeni olarak yer alması gerekmektedir. Türkiye'de böylesi bir kesit içerisinden bakıldığında, platformlar ve yayın hizmeti iletimi gerçekleştiren alt yapı işletmecilerine ilişkin sınırlı bir düzenlemenin gerçekleştirildiği belirtilmelidir. 6112 Sayılı "Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayın Hizmetleri Hakkında Kanun" içerisinde, platform işletmecileri ve yayın hizmeti iletimi yapan altyapı işletmecilerine ilişkin esasları düzenleyen, 29. Maddesi ile 2018 yılında eklenen 29/A, yayın hizmetlerinin internet ortamında sunumunun, ötesine geçen bütüncül bir siyasanın izlenmediği görülmektedir (RTÜK, 2021, s. 5). 29. Madde'nin ilgili bentleri bu doğrultuda incelendiğinde ilk bendi içerisinde yalnızca Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu tarafından yetkilendirilen platformlar ve yayın hizmeti iletimi yapan alt yapı işletmecilerinin yayın hizmetleri yönünden 6112 Sayılı Kanun'un hükümlerine tabii oldukları belirtilmiştir. Bununla birlikte, Radyo Televizyon Üst Kurulu ile Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu arasında sınırları belirgin bir işbirliğinin kurulmadığı belirtilmelidir. Öte yandan, söz konusu platformlar ile yayın hizmeti iletimi yapan alt yapı işletmecilerinin yayın ilkeleri, mali yükümlülükleri ile hizmet bedellerinin Radyo Televizyon Üst Kurulu tarafından belirleneceği düzenlenmiştir. 29. Madde'nin ikinci bendi ilgili kuruluş ve alt yapı işletmecilerinin iletimini gerçekleştirecekleri yayın hizmetlerini Üst Kurul'un bilgisine sunma yönünde görevlendirildikleri görülmektedir. Bu doğrultuda, Kanun'un 29/A Maddesinin son fıkrasında öngörülen RTÜK ile Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu arasında düzenlenmesi öngörülen müşterek yönetmeliğin ise bu çalışmanın yazımı döneminde dahi yayınlanmadığı belirtilmelidir. Kanun'un 29/A Maddesinde yer alan 5 bendin ise ağırlıklı olarak, platformların çalışma esas ve usullerine dair genel bir düzenlemeyi içerdiği belirtilmelidir. Bu doğrultuda ilgili Madde'nin birinci bendinde platformların Üst Kurul'dan yayın iletim yetkisini almasını içerdiği görülmektedir. Madde'nin ikinci bendinde yayın iletim yetkisi bulunmayan ya da iptal edilen platformların sürdürdüğü içerik hizmeti ile ilgilidir. Bu açıdan, ilgili platformlara dair Üst Kurul tarafından Sulh Hukuk Mahkemesi'ne yapılacak başvuru ve sulh ceza

¹³ 7163 Sayılı Kanun'un 8. maddesindeki değişikliğin sözü edildiği üzere film dağıtım krizine karşı bir önlem olarak getirildiği görülmektedir. Madde'nin getirdiği değişikliğin özellikle sinema salonlarında film öncesi reklamların, kamu spotları ve sosyal sorumluluk projeleri için gösterimler hariç tutulması şartı ile 15 dakika ile sınırlandırılması yanı sıra film bileti satışlarında abonelik, toplu satış, kampanya düzenlenmemesi getirilmiştir. Film dağıtım krizi ile ilgili bir diğer düzenlemenin ise film biletleri ile herhangi bir ürünün satışının aynı anda yapılamayacağı hükmüne bağlanmıştır. Bu doğrultuda bir diğer kayda değer dönüşümün diğer örneği ise 9. maddede yer alan değişiklik ile gerçekleştirildiği görülmektedir. İlgili düzenlemede yer aldığı üzere Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın, ihtiyaç duyulan illerde özellikle kamuya ait alanlardaki çekim güvenliği ile çekim ücret tarifesinin belirlenmesi adına "film koordinasyon kurulunun" oluşturulmasıdır.

hâkiminin vereceği kararın ardından en geç yirmi dört saat içerisinde ilgili içeriğin yayından çıkartılacağı ancak Ceza Muhakemesi Kanun'u çerçevesinde itiraz yolunun açık olduğu bağlatılmıştır. Madde'nin üçüncü bendi ise yayın içeriğinin merkezi yurtdışında ya da Türkiye'ye yönelik medya içerik sağlayıcıları ile yayın iletimi gerçekleştiren işletmecileri ilgilendirmektedir. Bu durumda, içerik veya yer sağlayıcısının yurt dışında bulunmasına, başka bir ülkenin yargı yetkisi altında bulunmasına ya da yayın içeriği Türkçe olarak Türkiye'ye yönelik yapan ya da içerik Türkçe olmamakla birlikte Türkiye'ye yönelik ticari iletim gerçekleştiren medya içerik sağlayıcılarına dair düzenlemeyi içermektedir. Bununla birlikte, ilgili koşullardaki medya hizmet sağlayıcıları ile platformların ikinci fıkranın hükümlerine tabii oldukları belirtilmektedir. Bununla birlikte Madde'nin dördüncü bendinde bireysel iletişimin Kanun'un kapsamında yer almadığı belirtilmektedir.

Türkiye'de platform yayıncılığına dair bu denli sınırlı bir düzenleme getirilmesi, üstelik ilgili düzenlemelerin çoğu kez platform yayıncılığı ve medya ekosistemi içerisindeki etkilerini değerlendirmeksizin hazırlanmış olduğu dikkate alındığında, bir dizi alternatif yönetim önerisinin tartışılması adına önemli bir uzaman kurulmuş olduğu söylenmelidir.

SONUÇ

Medya ekosistemi içerisindeki yeni bileşenleri oluşturan, farklı bir perspektif içerisinden bakıldığında ise medya endüstrisi içerisinde yeni bir değerler dizisini meydana getiren olarak da okunabilir, platformların tam da bu doğrultuda iletişim ve kültür politikalarına taşıdıkları söz konusu yeni değerleri üzerinden hareket ederek bir yönetim önerisinin geliştirilmesi doğru olacaktır. Çalışmanın sonuç bölümünde sözü edilen önerilerin Türkiye'de iletişim ve kültür politikalarını, çoğulcu ve demokratik bir iletişim düzenini belirginleştirebilmeyi öne çıkartarak okunması amaçlanmıştır. Türkiye'de, sınırlı olmakla birlikte, gerçekleştirilen düzenlemelerin ise platformlar ile toplumun geniş kesimleri arasındaki etkileşimi değil ancak çoğu kez yayın işletmecisinin merkezinin belirlenmesi ya da Radyo ve Televizyon Üst Kurulu'ndan alınacak olan yayın iletim yetki belgesi ile sınırlandırılmasının platformların medya ekosistemi içerisindeki "oyun kurucu" rolünü değerlendirmede görünür kılmaktadır. O denli ki, platformların ulusal düzenleyici otoritelerin etki alanından uzak durabilmelerini sağlayacak bir dizi araca sahip olduğu dikkate alındığında, Türkiye'nin geleneksel yayıncılık ile internet üzerinden yapılan kültürel içerik dağıtımının sosyal, kültürel ve siyasal yansımalarını dikkate alan bir yakınsama politikası gündemini harekete geçirmesi gerektiği açıktır. Küresel platformların, aralarındaki nicel ve nitel farklılıklarına rağmen, oluşturduğu ekosistemin hiç değilse oldukça temel bir düzeyde iletişim politikalarının kadim sorularını yeniden gündeme getirdiği bu doğrultuda belirtilebilir.

Tekelleşme ve sınırlı sayıdaki platformun medya endüstrisi içerisinde oluşturabileceği yeni sahiplik ve kontrol ilişkileri dikkate alınarak kendi içerisinde bütüncül ve tutarlı bir yakınsama politikasının demokratik bir iletişim düzeni adına üstlenmesi gereken önemli işlevlerinin olduğu belirtilmelidir. Bu doğrultuda, henüz bu çalışmanın yazım aşaması devam ederken, Kültür Bakanlığı ve Radyo Televizyon Meslek Birliği (RATEM) eliyle oluşturulan "Türkiye Medya İçerik Platformu" bu doğrultuda önem taşımaktadır (Kültür Bakanlığı, 2021, s. 5). Bununla birlikte, bu çalışmanın önerilerinden birisini oluşturan söz konusu platformun kamu yönetişimi içerisinde kamu ve özel sektör arasındaki etkileşimi güçlendirecek yönde örneğin üniversiteler, medya endüstrisinde yer alan sivil toplum kuruluşları ile Radyo ve Televizyon Üst Kurulu öncelikli olmak üzere geniş bir bileşenler ağını kurması bu doğrultuda önem taşımaktadır. Öte yandan, Türkiye'de platformların medya ekosistemi içerisindeki yükselişine koşut olarak bu çalışmanın önceki bölümlerinde, özellikle Tablo 1 içerisinde, yer verildiği üzere ilgili siyasa sürecinde de bir yakınsama sürecinin ya da hiç değilse belirgin bir işbirliğinin kurulmasının önemli olduğu bu doğrultuda belirtilmelidir. Bir önceki bölümde tartışıldığı üzere örneğin Avrupa Birliği üye ülkelerinin ülke sinemalarını ve medya ekosistemi bileşenlerini desteklemesi adına ortak bir fon oluşturulması gerektiği bu çerçevede içerisinde belirtilmelidir.

Türkiye'de çoğulcu bir medya ve iletişim düzeninin oluşturulması adına, özellikle toplumun geniş kesimlerinin platformlar ile yoğun bir etkileşime girdiği dikkate alındığında, bu kez yaygın bir eğitim modelinin kurulması gerektiği belirtilmelidir. Örgün eğitim kuruluşlarının yanı sıra toplumun geniş kesimlerinin de içerisinde yer alabileceği eleştirel bir medya okuryazarlığı sürecinin yaygınlaştırılması ile yayın içeriklerinin toplumun geniş bileşenleri içerisindeki olumsuz olabileceği öngörülen yansımalarının hiç değilse kontrol altına alınabilmesini sağlayacak bir olanak tanyacaktır. Platformların, yaratıcı endüstriler ve oluşturduğu yenilik ekonomileri dikkate alındığında ise küresel kültür akışı ve kültürel içeriğin yalnızca ülke içerisinde değil bununla birlikte küresel düzeydeki içerik tüketimi olanaklarının dikkate alınması doğru olacaktır. Bu doğrultuda ise, Türkiye'nin yeni bir iletişim ve kültür politikası içerisinde platformlara karşı değil ancak platformlarla birlikte bir kamu diplomasisi aracı olarak kültür politikalarını yeniden gözden geçirmesi anlamlı bir alternatif yönetim

modeli olarak dikkat çekmektedir. Gerçekten de, medya ekosisteminin bileşenlerinin yanı sıra Türkiye Radyo ve Televizyon Kurumu ile birlikte Radyo Televizyon Üst Kurulu, Bilgi ve İletişim Teknolojileri, Üniversiteler, Kültür Bakanlığı'nın platformlar ile birlikte ilerleyebileceği Türkiye Kültür Modelinin ve Kültür Politikaları Merkezlerinin oluşturulmasının bu doğrultuda önemli bir olanak sağlayabileceği öngörülmektedir.

Türkiye'nin, Amerika Birleşik Devletleri'nin ardından küresel ölçekteki ikinci kültür ihracatı gerçekleştiren ülke olmasının yanı sıra Avrupa'nın "en büyük" medya ekosistemine de ev sahipliği yapmasından daha çok bu sürecin devam edebilmesi ancak platform yayıncılığı döneminde bütüncül ve tutarlı bir kültür politikası inşasının sonucunda gerçekleşebilecektir.

KAYNAKLAR

- Azzelini, DGI & Umney, C. (2021). Why isn't there an Uber for music? The digitalisation of intermediaries and the limits of the platform economy. *New Media, Work and Employment* <https://doi.org/10.1111/ntwe.12213>. 1-23.
- Behlil, M. (2021). Turkish remakes of Korean dramas. *Creative Industries Journal*. <https://doi.org/10.1080/17510694.20211978690>. 1-20
- Bennett, A. (2018). Youth, music and DIY careers. *Cultural Sociology*. Vol: 12(2). 133-139.
- Chalaby, KJ & Plunkett, S. (2020). Standing on the shoulders of tech giants: Media delivery, streaming television and the rise of global suppliers. *New Media & Society*. <https://doi.org/10.1177/1461444820946681>. 1-23.
- Chonsong, W, Kerry, L & Marta, FR (2021). Film distribution by video streaming platforms across southeast Asia during COVID-19. *Media, Culture & Society*. <https://doi.org/10.1177/01634437211045350>. 1-11.
- D'Arma, A, Raats, T., & Steemers, J. (2021). Public service media in the age of SVODs: A comparative Study of PSM Strategic Responses in Flanders, Italy and the UK. *Media, Culture and Society*. Vol: 43(4). 682-700.
- Davis, S. (2021). What is Netflix imperialism? Interrogating the monopoly aspirations of the world's largest television network. *Information, Communication and Society*. <https://doi.org/10.1080/136118X.20211.1993955>. 1-16.
- Dondeers, K, Raats, T, Komorowski, M, Kostovska, I, Tintel S. & Catalina I. (2018). Obligations on demand audiovisual media services providers to financially contribute to the production of European works. Flanders State of the Art Culture, Youth and Media Department Publications.
- Ersin, Tuzcu B, Güray, B., & Necipoğlu, C. (2021). *OTT uygulamaları ve Türk hukukunda düzenlenmesi. Moroğlu*. Arseven Hukuk Bürosu Yayınları.
- European Audiovisual Observatory. (2019). Focus: World film market trends (Tendencies Du Marche Mondial Du Film). European Audiovisual Observatory Publications.
- European Audiovisual Observatory. (2020). The Russian legal on-demand video services market. <http://www.rm.coe.int.ru>. Erişim Tarihi: 13.12.2021.
- European Parliament. (2018). New rules for audiovisual media services approved by parliament. <http://www.europarl.europa.eu>. Erişim Tarihi: 8.12.2021.
- Flew, T, Fiona, M. & Nicolas, S. (2019). Internet regulation as media policy: Rethinking the question of digital communication platform governance. *Journal of Digital Media and Policy*. Vol: 10(1), 33-50.

- Fuchs, C. (2015). *Kapitalizm mi? Enformasyon toplumu mu? Christian Fuchs (Der) dijital emek ve Karl Marx* [Çev: Tahir Emre Kalaycı ve Senem Oğuz (s. 203-229)]. Nota Bene Yayınları
- Garnham, N. (2000). Information society as theory or ideology: A critical perspective in technology, education and employment in the information age. *Information, Communication & Society. Vol: 3(2)*. 139-152.
- Garrison, W. (2001). Video streaming into the mainstream. *Journal of Audiovisual Media in Medicine*, 24(4), 174-178.
- Gaw, F. (2021). Algorithmic logics and the construction of cultural taste of the Netflix recommender system. *Media, Culture and Society*. <https://doi.org/10.1177/01634437211053767>. 1-20.
- Herbert, D, Lotz DA & Marshall, L. (2019). Approaching media industries comparatively: A case study of streaming. *International Journal of Cultural Studies*, 22(3), 349-366.
- Horvat, S. (2021). Giriş: Hiçbir Şeyin Olduğu Gibi Kalmaması İçin Her Şey Değişmeli. [haz.: Renata Avila, Srecko Horvat]. *Her Şey Değişmeli: COVID-19'un Ardından* (s. 11-16) [Çev: Kemal Güleç]. Metis Yayınları.
- Jameson, F. (1994). *Postmodernizm ya da geç kapitalizmin kültürel mantığı* [Çev: Nuri Plümer]. Yapı Kredi Yayınları.
- Kaymas, S. (2020). From state-controlled media to video on demand platforms: Rethinking global cultural flows and television viewers' changing habits in the case of Turkey. *Journal of Digital Media and Policy*. 1-19.
- Keane, J. (2021). *Yeni Despotizm* [Çev: İsmail Ferhat Çekem]. İletişim Yayınları.
- Kültür Bakanlığı (2021). Türkiye medya içerik platformu. *Kültür Endüstrileri Bülteni*. Aralık 2021.
- Lobato, R. (2019). *Netflix nations: The geography of digital distribution*. New York University Press.
- Nieborg, BD & Poell, T. (2018). The platformization of cultural production: Theorizing the contingent cultural commodity. *New Media & Society*. Vol: 20(11). 4275-4292.
- Resmi Gazete (2004). 5224 Sayılı sinema filmlerinin değerlendirilmesi ve sınıflandırılması ile desteklenmesi hakkında kanun. <http://www.resmigazete.gov.tr>. Erişim Tarihi: 20.12.2021.
- Resmi Gazete (2019). 7163 sayılı sinema filmlerinin değerlendirilmesi ve sınıflandırılması ile desteklenmesi hakkında kanunda değişiklik yapılmasına dair kanun. <http://www.resmigazete.gov.tr>. Erişim Tarihi: 20.12.2021.
- RTUK. (2021). Radyo ve televizyonların kuruluş ve yayın hizmetleri hakkında kanun. <http://www.rtuk.gov.tr/kms.kaysis.gov.tr>. Erişim Tarihi: 22.12.2021.
- Sağlık Bakanlığı (2020). Pandemi. <https://covid19.saglik.gov.tr>. Erişim Tarihi: 18.10.2021.
- Statista (2021). Video on demand: Turkey. <http://www.statista.com>. Erişim Tarihi: 13.12.2021.
- Statista (2021). Video streaming Turkey. <http://www.statista.com>. Erişim Tarihi: 13.12.2021.
- Steinberg, M. (2021). From automobile capitalism to platform capitalism: Toyotism as a prehistory of digital platforms. *Organization Studies*. <https://doi.org/10.1177/01708406211030681>. 1-22.

- Stollfub, S. (2021). The platformisation of public service broadcasting in Germany: The network funk and the case of druck/skam Germany. *Critical Studies in Television: The International Journal of Television Studies*, 16(2), 126-144.
- Tanrıkulu, F. (2021). ABD'den sonra en fazla dizi ihraç eden ülke Türkiye. <http://www.kasam.org>. Erişim Tarihi: 22.12.2021.
- Tr Dizin. (2021). Detaylı anahtar sözcük taraması. <http://www.app.trdizin.gov.tr>. Erişim Tarihi: 13.10.2021.
- UNCTAD. (2021a). *Digital economy report: Cross-Border data flows and development for whom the data flow*. UNCTAD Publications.
- UNCTAD. (2021b). Digital economy report 2021: Cross Border data flows and development: For whom the data flow. <http://www.unctad.org>. Erişim Tarihi: 6.11.2021.
- Vikipedi (2021). Netflix: Çok uluslu Amerikan eğlence şirketi. <http://www.tr.m.wikipedia.org>. Erişim Tarihi: 18.10.2021.
- Webster, F. (2002). The information society revisited. Sonia Livingstone & Leah lievrouw (Ed) *Handbook of New Media* (s. 22-33). Sage Publications.
- Webster, F., & Robins, K. (1998). The iron cage of the information society. *Information, Communication & Society*, 1(1), 23-45.
- Zang, L. (2021). New era for video on demand websites in China. <http://www.jdsupra.com>. Erişim Tarihi: 13.12.2021.

SUSKUNLUK SARMALI KURAMI BAĞLAMINDA İNSAN DOĞASINA YAKLAŞIM

Birgül YEŞİLOĞLU GÜLER¹

Makale Bilgisi

Kavramsal Makale

DOI: 10.35379/cusosbil.1080294

Makale Geçmişi:

Geliş 28.02.2022

Düzeltilme 18.04.2022

Kabul 19.04.2022

Anahtar Kelimeler:

Suskunluk Sarmalı,

İletişim,

Kamuoyu,

İnsan Doğası,

Toplum.

ÖZ

İnsanoğlu yerleşik hayata geçtikten bu yana varlığını sürdürebilmek için pek çok zorlu sınavdan geçmiştir. Doğaya karşı verdiği mücadeleyle birlikte toplu yaşama mecburiyetinin yarattığı zorluklarla da mücadele etmek zorunda kalmıştır. Söz konusu bu zorlukların başında kendisi dışında başkalarının ne düşündüğüne dair yoğun bir iç denetim yapması gelmektedir. Toplumun genel kanaatlerinden farklı düşünen bireyi bekleyen olası tehlikelerin başında dışlanma tehdidi gelmektedir. Bunun sonucu olarak korkan birey çoğu zaman susar, fikrini söylemekten çekinir, kamuoyunun genel kanaatlerine uygun davranarak suskunluk sarmalının içine girer. Toplumun en küçük yapı taşı olan bireyin susması mikro düzeyde; düşüncenin susması, makro düzeyde ise; halkların susmasıdır. İletişim biliminin önemli kuramlarından biri olan suskunluk sarmalının temelinde bireyin içinde bulunduğu gruptan dışlanmamak için baskın kamuoyu kanaatlerine uyum sağlamak zorunda kalması yatmaktadır. Psikolojik ve psikolojik bakış açısına göre üstbeninde kendini çevresinin gözüyle gören ve toplumsal değerleri ezberlemiş ruhsal bir bekleşi yaratan bireyin tutum ve davranışlarını korku duygusu ve çevreye uyum sağlama isteğiyle biçimlendirdiği görüşü hâkimdir. Neumann'ın kamuoyu teorisi olarak geliştirdiği suskunluk sarmalı kuramı, insanın psikolojik yapısından dolayı kamuoyunun yarattığı dışlanma korkusunun bireyin doğasını etkilediğini dikkat çekmektedir. Kabul gördüğü üzere toplumsal normlar ile insan doğası birbirleriyle iç içe geçmiş ve birbirlerinden bağımsız değildir. Bu nedenle söz konusu bu çalışmada; kamuoyu, toplum ile birey ilişkisi, birey ile iktidar ilişkisi, kamuoyu gücü, insanın toplumsal doğası ile korkma ve susma davranışı üzerinde durulmuş ve inceleme konusu yapılmıştır.

APPROACH TO HUMAN NATURE IN THE CONTEXT OF THE SPIRAL OF SILENCE THEORY

Article Info

Conceptual Article

DOI: 10.35379/cusosbil.1080294

Article History:

Received 28.02.2022

Revised 18.04.2022

Accepted 19.04.2022

Keywords:

Spiral of Silence,

Communication,

Public Opinion,

Human Nature,

Society.

ABSTRACT

Mankind has gone through many difficult tests in order to survive since it came to settled life. Along with his struggle against nature, he had to struggle with the difficulties created by the obligation of collective living. Chief among these difficulties is his intense internal control over what others think. The threat of exclusion comes at the beginning of the possible dangers that await the individual who thinks differently from the general opinions of the society. As a result, the frightened individual often remains silent, refrains from expressing his opinion, and falls into the spiral of silence by acting in accordance with the general opinion of the public. The silence of the individual, the smallest building block of society, is the silence of thought at the micro level, and the silence of the people at the macro level. The reason for the spiral of silence, which is one of the important theories of communication science, lies in the fact that the individual has to adapt to the dominant public opinions in order not to be excluded from the group he is in. According to the psychological and psychological point of view, it is dominant that the individual who sees himself in his superego with the eyes of his environment and creates a spiritual guard who has memorized social values, shapes his attitudes and behaviors with a feeling of fear and a desire to adapt to the environment. The spiral of silence theory, developed by Neumann as the theory of public opinion, draws attention to the fact that the fear of exclusion created by the public affects the nature of the individual due to the psychological and psychological structure of the person. As it is accepted, social norms and human nature are intertwined and not independent of each other. Therefore, in this study; public opinion, the relationship between society and the individual, the relationship between the individual and the power, the power of public opinion, the social nature of human beings, and the behavior of fear and silence have been studied.

¹Doç. Dr., Akdeniz Üniversitesi, Sahne Sanatları Bölümü, birgulyesiloglu@akdeniz.edu.tr, ORCID: 0000-0002-0350-2634.

Alıntılanmak için/Cite as: Yeşiloğlu Güler, B. (2022), Suskunluk Sarmalı Kuramı Bağlamında İnsan Doğasına Yaklaşım, Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 31 (1), 162-175.

GİRİŞ

Toplumun en küçük yapı taşı olan birey hem öznel, hem de kitlesel davranışların bütünüdür. İçinde bulunduğu toplumsal yapıya bilinçli veya bilinçsiz olarak birtakım kurullarla bağlı olan birey, pek çok kuramın ana malzemesidir. Neumann tarafından 1964 yılında adlandırılan sonrasında geliştirilen ve nihayetinde de pek çok disiplin tarafından çalışma alanı olarak kullanılan suskunluk sarmalı söz konusu bu kamuoyu kuramlarından bir tanesidir. Kuram; bireyin içinde bulunduğu gruptan dışlanmamak adına etrafını saran kamuoyu kanaatlerinden farklı olan tutum, inanç, fikir ve duygularını ifade etmekten kaçınarak kendini baskın kanaatlere göre uyumlaması yolunu tercih etmesi ya da tercih etmek zorunda kalması (Erdoğan & Alemdar, 2010, s. 177; Neumann, 1998, s. 34-42-62) üzerine oluşturulmuştur. Toplumun bireye karşı tehditkâr olan yüzünü tartışma konusu yapan kuramın birey ile toplum arasındaki insanın bireyselliği ve toplumsal doğası üzerinde durulması gerektiğinin öneminde dikkat çekmek gerekecektir.

Toplum belirli kurallar ve değerler dizgesiyle insanın bireysel doğasını sürekli olarak değiştirmeye ve kendine uydurmaya çabalamaktadır. İnsanın bireysel doğası ise toplumsal ilişkiler bütünü içerisinde açığa çıkmaktadır. Toplum ile insanın bireysel doğası arasındaki ilişkide tartışma noktası insanın bireysel doğasının toplumsal ilişkiler bütünü içerisinde kaybolup kaybolmadığıdır (Geras, 2002, s. 51). İnsanın toplumsal doğasını belirleyen toplum kendine benzeyen bireyler yetiştirerek devamını ve üretimini sağlamaktadır. Birey, toplumsal yaşam içinde davranışını değiştirebildiğine göre ruhunun, tarihin ve kendisini oluşturan kurumun salt ürünü olmaktan çıktığı anlamına gelmekte ve kendi doğasından uzaklaşmaktadır (Castoriadis, 2001, s. 33-35).

Aile, kilise, devlet, kamuoyu gibi otoritelerin kurallarına ve normlarına göre oluşan törel bilinç insanı yaşamı boyunca etkilemektedir. İyi törelbilinç otoritenin isteklerine boyun eğdiği için bireye güven duygusu yaşatırken suçlu törelbilinç, otoritenin isteğine karşı geldiğinde cezalandırılmakta ve bireye korku, güvensizlik ve terkedilme tehdidini yaşatmaktadır (Fromm, 1985, s. 160-161). Birey kamuoyu baskısına içsel bir dışlanma korkusuyla karşılık verirken kamuoyunun tasarımı yapan görünen veya görünmeyen iktidara verdiği tepki verili hâle gelmektedir. Bunun sonucu olarak birey, doğasından uzaklaşarak kamuoyu kanaatlerinin talep ettiği tutum ve düşünceye uygun davranış sergilemeyi konformist bakış açısıyla tercih etmektedir. Toplumda hâkim olan duygu, düşünce ve değerleri kabul eden birey kabul görürken reddeden bireyler ise Selek'e göre iktidar tarafından dışlanmakta, inkâr edilmekte ve yok sayılmaya çalışılmaktadır. Genel geçer toplumsal değerlere uygun olmayan tavır, tutum ve düşüncelere sahip olan bireyler yine toplum tarafından dışlanmakta sosyal mobbinge maruz kalmaktadır (Selek, 2001, s. 15).

AMAÇ VE YÖNTEM

Bu çalışma, suskunluk sarmalı kuramının insan doğası üzerindeki psikolojik etkilerini değerlendirmeyi amaçlamaktadır. Kuramın bir kamuoyu teorisi olması dolayısıyla kamuoyu kavramının irdelenmesi hedeflenmektedir. Bunun nedeni insanlar üzerinde bir denetim aracı olan kamuoyunun kimi zaman iktidar, kimi zaman toplum, kimi zaman devlet, kimi zaman toplumsal kurumlar, kimi zaman iletişim araçları tarafından kullanılır olmasıdır. Kuramla ilgili akademik çalışmalar tarandığında bu alanda yeterli çalışma olmadığı ortaya çıkmaktadır. Mevcut çalışmalarında kitle iletişim araçlarıyla ilgili olduğu görülmektedir. Bu çalışmada kuramın kitlesel etkileri yanında insan doğasına yapmış olduğu etkilerin ortaya çıkarılması amaçlanmaktadır. Kuramın insan doğasına etkileri bu alanda yapılan ilk çalışmadır. Çalışma literatür taramasına başvurularak yapılmıştır.

Gizli Güç: Kamuoyu

Kamuoyu kavramının “açık ve genel kabul görmüş bir tanımı” (Milburn, 1998, s. 36; Neumann, 1998, s. 82-XV; Mutlu, 1998, s. 117) bulunmamaktadır. Latince ‘publicus’ ve ‘opinion’ sözcüklerinden türetilerek Batı dillerine giren ve İngilizce’de ‘public opinion’ sözcükleriyle ifade edilen kamuoyu kavramı dilimizde ilk zamanlarda ‘efkâr-ı umumiye’ halk efkârı’ ‘amme efkârı’ gibi kavramların karşılığı olarak, (Atabek, 2002, s. 223; Abadan 1956, s. 29; Seha, 1954, s. 256) Almanca’da ise ‘öffentliche Meinung’ karşılığı olarak kullanıldığı bilinmektedir (Abadan, 1956, s. 29; Neumann, 1998).

İletişim Sözlüğü’nde kamuoyu “halkın kamusal ilgi konularına ilişkin kanılarının toplamı; genel kamunun üyelerinin siyasi konular ya da güncel olaylar hakkındaki tutumlarının anlatımları” (Mutlu, 1993, s. 117) olarak tanımlanmaktadır. Kapani’ye göre kamuoyu; “belli bir zamanda belli bir tartışmalı sorun karşısında bu sorunla ilgilenen kişiler grubuna veya gruplarına egemen olan kendini etkin olarak duyuran kanaattir” (Kapani, 1992, s. 147). Habermas (1997) kamuoyu kavramı siyasi olarak hükümetlerin denetlenmesini sağlayan olumlu bir denetim aracı olarak görmektedir (Habermas, 1997, s. 379). Chomsky (2002) kamuoyunu “sisteme egemen olan sınıfın geri kalanları kitle iletişim araçlarıyla pasif halde tutması” (Chomsky, 2002, s. 40) olarak görmektedir.

Oluşumu, koşulları ve etkisi ne olursa olsun kamuoyu, siyasal yaşamda bir güç haline gelmektedir. Ulusal düzeyde ya da uluslararası düzeyde olsun demokratik bir rejimde ya da baskı rejiminde olsun kamuoyu hükümetleri etkilediği gibi siyasal kararların yönlendirilmesinde rol oynamaktadır (Kışlalı, 2010, s. 96; Kapani, 1992, s. 146). Kamuoyu kavramındaki oy sözcüğü Latince ‘kanaat yahut tam olarak kanıtlanmamış belirsiz yargı’ anlamındaki opinio sözcüğüne karşılık gelmektedir. (Habermas, 1997, s. 180; Neumann, 1998, s. 84). Buradaki kanaat pozitif bilgi olmayıp duygu ve izlenimden daha güçlü olan kuvvetli kanaatler olarak tanımlanmaktadır (Sezer, 1972, s. 45).

En Küçük Yapı Taşı: Toplum ve Birey İlişkisi

Toplum; “aynı toprak parçası üzerinde bir arada yaşayan ve temel çıkarlarını sağlamak için işbirliği yapan insanların tümü cemiyet”¹ ve “belli bir ekonomik alt yapıyla belirlenmiş belli üst yapı kurumlarını içeren sosyoekonomik biçimlenmeye sahip insan topluluğudur” (Haçerlioğlu, 2004, s. 412). Taplamacioğlu toplumu, aynı otorite ve töreye bağlı insan topluluğu olarak tanımlarken toplumsal yaşam sürecinde insanlar arasında ruhen birleşme ve ekonomik dayanışmanın gerekliliğine vurgu yapmaktadır (Taplamacioğlu, 1969, s. 19). İnsan sosyal bir varlık olması nedeniyle topluluk içerisinde yaşamak zorundadır. Eş, çocuk, arkadaş çevresi ve değişik gruplara dâhil olan insan sosyal yaşam içerisinde çevresiyle sürekli bir etkileşime girmektedir (Maslow, 1970, s. 43-45). Böylelikle birey ve toplum ilişkisi karşılıklı bir iletişim ve düşünsel etkileşme süreçleriyle devam ettiğinden birey “hareket ve edimlerini düşünsel kazanımlar şeklinde öğrendiği için toplumun düşünce yapısına da sahip olmaktadır” (Radcliffe, 1968, s. 328). Bireylerin kişiliği, üyesi oldukları sosyal grupların yapılarına işlevlerine ve aynı zamanda içinde yer aldıkları sosyal sınıfsal yapılara göre biçimlenmektedir. İhtiyaçlar hiyerarşisi teorisine göre zorunlu ihtiyaçları gereği gruplara dâhil olan birey zamanla üyesi olduğu grubun kurallarını kendi kuralları olarak benimsemektedir. Bu sebeple grup, bireyi kendine benzetmeye kendi düşünce ve davranış biçimini ona kabul ettirmeye çalışmaktadır (İnceoğlu, 2010, s. 126; Durkheim, 1947, s. 11-50). Castoriadis’e göre bireyler toplumun kurumlandırılmasının küçük bir benzeri ve bir parçasıdır (Castoriadis, 2001, s. 33-35). “Kanaatlerin oluşmasında birey ile toplum arasındaki etkileşmelerin rol oynadığı”² (Aktaran: Sezer, 1972, s. 19) düşünülürse toplum; baskıcı, kendine uydurucu, cezalandırıcı, denetleyici vb. özellikleri gereği bireyin kanaat belirlemede etkili olmaktadır. Ross, bireyin davranışlarını; telkin, ikna, idealler arzı, kamuoyu tesiri, gelenek baskısı ile toplumun kontrol etmesini sosyal tesir olarak adlandırmaktadır. Sosyal tesirler, sosyal düzeni sağlamaktan ziyade ahlaki değerler dizgesi olarak bireyi etkilemektedir. Ross, toplumun iradesini bilinçli bir şekilde kullanarak bireyi toplumun belirlediği değerlere uymaya zorlamasını ise sosyal kontrol olarak adlandırmaktadır (Aktaran: Topçuoğlu, 1961, s. 223-226-227). Durkheim’e (1947, s. 50) göre “insan cemiyet halinde yaşadığı için insandır.” Cemiyet halinde yaşamak bireylerin ruhi kuvvetlerini bir araya toplayarak bir enerji ve verimlilik kazandırmaktadır. Cemiyet, bireye tek başına olduğundan daha güçlü daha zengin bir hayat sunmaktadır. Cemiyet içerisinde birey ister istemez cemiyetin normlarına tabi olmakta ve cemiyetin kontrolüne girmektedir (Durkheim, 1947, s. 11-50-52). Castoriadis’e (2001) göre toplumsal yapı içerisinde toplum değerlerine göre kurumlandırılmış ve toplumun tamamını etki altında tutan açık bir iktidar mevcuttur. Toplum üzerinde etkili olan bu iktidar kendine uyum sağlayan bireyler üreterek kendi düzenini korurken sürekliliğini de sağlamaktadır. Toplumun belirlediği ve genellikle akla uygun olmayan kuralların boyunduruğu altında yaşamak zorunda kalan insanın özgür ve öznel olabilmesi mümkün görünmemektedir (Castoriadis, 2001, s. 61). Duhm, toplumun insanları yöneten bir güç olması yanında bu gücün tehditkâr olduğuna dikkat çekmektedir. Çünkü toplum içinde insanın kendisi hakkında başkalarının ne düşündüğü, sevgi ve saygınlık görüp görmeyeceği çok önemlidir (Duhm, 1996, s. 74).

Bilinen En Eski Çatışma: Birey ve İktidar İlişkisi

İktidar “başkalarının davranışlarını etkileyebilme kontrol edebilme olanağıdır” (Kapani, 1992, s. 46). Castoriadis (2001, s. 60) iktidarı “herhangi bir kertenin (kişi olsun ya da olmasın) herhangi bir kişiyi (ya da kişileri) tek başına ille de yapmış olmayacağı (ya da belki yapmış olacağı) bir şeyleri yapmasını (ya da yapmamasını) sağlama kabiliyeti” olarak tanımlamaktadır. “İktidar bazı kişiler ya da kümelerin başka kişiler ya da kümeler üzerindeki etkisini anlatmaktadır. İktidarın ilişkisel niteliğe sahip olup en azından iki kişinin varlığını gerektiren bir değiş tokuş ilişkisidir” (Akal, 1990, s. 39). Bu nedenle çoğu zaman iktidar ile devlet aynı anlamda kullanılmamaktadır (Akal, 1990, s. 39; Castoriadis, 2001). Foucault iktidarı “mümkün olan eylemler üzerinde

¹ <https://sozluk.gov.tr/>, Erişim Tarihi: 16.01.2022

² Harwood L.Childs, (1965). Public Opinion. Princeton, New Jersey; D. Van Nostrand Company, Inc., s. 110.

işleyen bir eylemler kümesi” (Foucault, 2000, s. 75) olarak tanımlanmaktadır. Başkalarının eylemleri üzerinde eylemde bulunma sürekli yaşanan bir durumdur. Bu sebeple toplumsal yaşam içerisinde iktidar ilişkileri kaçınılmazdır (Foucault, 2000, s. 77). Russell kamuoyunu ilgilendiren konularda bireylerin şöhret kazanma isteğine dikkat çekmektedir. Bu istek iktidar sahibi olmakla ilgilidir. Toplumsal dinamiğin yasaları, çeşitli biçimlerde kendini gösteren iktidarlar tarafından topluma anlatılmaktadır (Russell, 1990, s. 11-15). Kapani’ye göre iktidar kavramının siyasi boyutu devlettir. Devlet devamlılığını sağlamak için maddi kuvvet ve zor kullanma yetkisine sahiptir. Yönetilenler hiçbir zorlama olmadan iktidarların emirlerine itaat etmekte ve değişik nedenlerden iktidara rıza göstermektedirler. “İktidarın özünü kuvvet ve rızanın toplamı” (Kapani, 1992, s. 48-50) oluşturmaktadır. Siyasi iktidarlar toplumsal dinamik yasalarını; askeri güç, iktisat ve propaganda gibi araçlarla topluma dayatmaktadır (Russell, 1990, s. 15).

Nietzsche’ye göre (2001) “aile grupları, topluluklar, kabileler, halklar, devletler ve kiliseler” temsili iktidardır. İnsanlarda boyun eğme güdüsüyle hareket eden sürülerdir. Boyun eğme ihtiyacı doğuştan gelen bir güdüdür. Buyuranlar; yasaları, sınıfsal ön yargıları, kamuoyunu vb. unsurları kullanarak herhangi bir şeyin koşulsuz olarak yapılmasını isterken, buyurulanlar boyun eğme güdüsü ile her şeyi kabul etmektedirler (Nietzsche, 2001, s. 199-200). Castoriadis’e göre toplum belirli düşüncelerin, davranışların bireyler arasındaki ilişkilerin ve karşılıklı görevlerin oluşturduğu geçmiş birikime sahip gelenek ve kültürel içeriğe sahip kurumlardan oluşmaktadır. Toplumsal yapının insan üzerindeki zorlaması baskıdan daha çok toplumsal kurumun (din, aile, eğitim) bireyler tarafından içselleştirilmesidir. Din ve eğitimin etkisiyle şekillenen toplumsal düzen yeni nesilleri kendi değerlerine göre yetiştirmeyi amaçlayacağından bireyin toplum karşısında özgür kalması mümkün değildir (Castoriadis, 2001, s. 78-80). Locke (2013) kamuoyu kavramını kullanmasa da ‘kanı ya da saygınlık yasası’ndan bahsetmekte ve “çevrenin görüş ve düşüncelerine karşı gelen hiç kimsenin çevrenin kınamasından ya da horlamasından kaçamayacağını” (Locke, 2013, s. 247-248) belirtmektedir. Locke’ye göre “kanı ya da ahlak yasasına karşı gelenler çevrelerinden kınanma ve aşağılanmadan kurtulamaz. (...) Kendi toplumunca sürekli aşağılanarak yine de o toplum içinde yaşamayı sürdürebilecek birinin olağandışı bir kişiliği olmalıdır. Çoğu insan yalnızlığı sever ve öyle yaşamayı becerir fakat çevresinde tek bir insanın saygısından beğenisinden yoksun değersiz biri bu koşullarda topluma karışamaz” (Locke, 2013, s. 477). Kamuoyunun insan üzerindeki etkisinin anlaşılması açısından Rousseau’nun ahlak, töreler ve kamuoyunu bireylerin yüreklerine kazılı yasa olarak adlandırması çok değerlidir (Rousseau, 2006, s. 50).

İktidar, bireyleri fiziksel güç kullanılarak iktisadi olarak ödül ya da ceza vererek ve propaganda yöntemiyle fikirlerini etkileyerek etki altına almaya çalışmaktadır (Russell, 1990, s. 36). İktidar ve iktidara tabi olanlar arasında yaşanan açık ilişkiyi Scott (1995) kamusal senaryo terimini kullanarak tanımlamaktadır. İktidar, olayların görünmesini istediği biçime yakın kamusal bir senaryo üretmektedir. Kamusal senaryo Scott’a göre, iktidarın kendisine tabi olarak gördüklerinden istediği ve dayattığı ilişki biçimleridir. İlişkinin söylev ve davranış belirleyicisi tamamen iktidardır (Scott, 1995, s. 24-89). İktidar ve birey ilişkisi kamusal bir alan içerisinde ve iktidarın gücü ile orantılı olarak gerçekleşmektedir. İktidar, güç unsuru olarak kullandığı araçlarla birey üzerinde sosyolojik ve psikolojik etkiler yaratmaktadır. Suskunluk sarmalı kuramı toplumda önemli tartışma ve ayrılıkların ortaya çıkması durumunda bireylerin toplumdan dışlanmamak için kamuoyunda güçlü hissettikleri kanaatlere uygun olarak tutum ve davranış belirlediklerini kabul etmektedir. Pratikte kuramın ileri sürdüğü gibi bireylerin çevrelerine göre kanaat belirleme eğilimleri, iktidarı elinde bulunduranlar tarafından ideolojilerini birey üzerinden topluma kabul ettirme istekleri ve zorlamaları sonucu meydana gelmektedir. İktidar ideolojisine uygun olarak oluşturmayı amaçladığı kamuoyunu teşhir, korku yaratma, güç kullanma ve denetim (Foucault, 1992, s. 9; Scott 1995; Neumann 1988, s. 83) gibi yöntemler kullanarak oluşturmaktadır. Birçok kültürde uygulanan teşhir cezaları insanın toplumsal doğasından acımasızca yararlanmıştır. Hırsızlık yapanların elinin kesilmesi, suçun tekrarlanması halinde de sol ayağının kesilmesi, suçlunun damgalanması için bedenini dağlamak gibi toplumdan saklanması güç teşhir cezaları uygulanmıştır (Neumann, 1988, s. 83; Foucault, 1992, s. 9) Foucault (1992) teşhir cezalarına, işlediği bir suçtan ötürü insan vücuduna azap çektirilmesi olarak bakmaktadır. Teşhir cezalarında teşhir sahnesinin kamu önünde gerçekleştirilmesi suçluyla alay eden, küfreden anonim kalabalıkların toplanmasının gayesi kamuoyu oluşturulması isteğidir. Bu yönüyle teşhir cezası suçluyu cezalandırmakla kalmayıp toplumsal denetim ve diğer bireylerin ibret alması amacını da sağlamaktadır (Neumann, 1988, s. 143). Teşhir edilenleri ve teşhiri izleyenleri bekleyen en büyük tehlikenin toplumdan dışlanma korkusu olacağını söylemek mümkündür.

İktidarın gücünü hissettirdiği her kamusal mekânda, insanlar toplumsal doğaları gereği doğal söylem ve davranışlarından farklı olarak daha dikkatli ve bilinçli olmak zorundadır (Neumann, 1988, s. 86; Scott, 1995, s. 24). İktidar baskısı karşısında insanlar yaşadıkları korku ve kaygı nedeniyle kendilerini korumak, geleceklerini

garanti altına almak ve yaşamlarını en iyi şekilde devam ettirebilmek için; taktik ihtiyatlılık, iktidarın istediği gibi davranma, kamusal hürmet, sadakat, rıza gösterme, hilekârlık, yapmacık davranma, yalancılık, saldırganlığı denetim altında tutmak, dürtülerine göre hareket etme ve konuşmayı bastırma gibi çeşitli taktik davranış biçimleri geliştirmektedirler (Scott, 1995, s. 24). Althusser'e göre devletin tüm unsurlarının etkisi altında kalan birey kendisine önerilen toplumsal rollerden uygun olanları seçer. Bunun nedeni devletin siyasal aygıtının bireyleri devletin siyasal ideolojisine uydurma çabasıdır (Althusser, 2003, s. 75).

İktidara boyun eğmenin altında yatan güdü korkudur (Russell, 1990, s. 36) Faucalt'a göre modern liberal toplumda iktidar, toplumsal yaşamın ve tüm kurumların içerisinde hissedilir ve hissedilmez biçimde varlığını sürdürmektedir. Toplumun üyeleri üzerindeki müdahaleleri öznel insanı nesnelleştirmektedir (Aktaran: Touraine, 1994, s. 186-189). İktidarın çıkarlarını korumak ve ideolojisinin devamını sağlamak için uygulamaya koyduğu tüm kamusal senaryoların yanlış bilinç oluşturulmasında doğrudan etkisi bulunmaktadır. İktidarın yanlış bilinç insanları üzerinde yarattığı mantıklı olmayan, sınıf çıkarına dayanan gerçekliklere göre yeni nesillerin yetiştirilmesi iktidarın gücünü daha da artırmaktadır (Castoriadis, 2001, s. 78-80). Vatandaşların demokratik sistemlerde siyasî iktidarın hem sahibi, hem de siyasî iktidarın buyruğu altına girdikleri görülmektedir. Sivil iktidarlara doğrudan veya dolaylı şekilde seçme hakkını kullanarak belirleyen vatandaşlar, birer özne olduğu gibi devletin emirlerine boyun eğmek suretiyle de siyasî iktidarın nesnesi olmaktadır (Aron, 1973, s. 137). İktidar propaganda yöntemiyle kitlelerin fikirlerini ve kanaatlerini yönlendirmeyi kitle iletişim araçlarını etkin şekilde kullanarak büyük ölçüde kamuoyu yaklaşımlarıyla gerçekleştirmektedir. Bu nedenle Kapani (1992) iktidarı, "kuvvet ve rızanın toplamı" olarak tanımlamaktadır. Kuvvete sahip olan iktidarın görüntüsü oy birliği, tabi olanlar arasında ise rıza görüntüsü hâkimdir (Scott, 1995, s. 90). Tarih boyunca iktidarlar egemenliklerini devam ettirebilmek için bireylerin büyük çoğunluğuna seyirci olma gibi pasif roller dayatmışlardır. Suskunluk sarmalı kuramı özellikle kamuoyu kavramının gücünün keşfedilmesinden sonra kamuoyunun bu dayatmayı araç olarak kullanıldığını kanıtlamaktadır (Neumann, 1988). İkel dönemlerde iktidarlar insanlar üzerinde teşhir amaçlı ve korku salmak için fiziksel güç kullanmakta iken (Scott, 1995) günümüzde iktidarlar ürettikleri kamuoyu yöntemleri ve politikalarıyla, ikna etmek ve rıza üretme ile (bk.: Yaylagül, 2013, s. 149; Keane, 1992, s. 77; Chomsky, 2002, s. 26-27; Herman & Chomsky, 2012, s. 20) kitleleri yönlendirmek ve yönetmek istemektedirler.

Marksist geleneğe göre sanayileşmenin ve işçi sınıfının ortaya çıkmaya başladığı on dokuzuncu yüzyılda devlet, egemen sınıfların (burjuva ve toprak sahipleri) egemenliklerini güvence altına almak ve işçi sınıfının kapitalist sömürüye boyun eğmesini sağlamak için kullanılan bir baskı aracıdır. Bu anlamda devlet aygıtı; polis, uzmanlaşmış yardımcı birlikler, ordu ve bu bütünün üzerinde devlet başkanı, hükümet ve yönetim olarak görünmektedir (Althusser, 2003, s. 56-57). İktidarın devleti ele geçirdiğinde toplumsal baskı olarak kullandığı devlet aygıtlarını toplumsal korkunun kaynağı olarak gören Halis (2012) aynı zamanda kitle iletişim araçlarını ve destekleyici kültürel çevre unsurları da bu kaynağa dâhil etmektedir (Halis, 2012, s. 27). Althusser'e (2003) göre devletin baskı gücü tümüyle kamu alanında yer almasına karşın, devletin ideolojik aygıtlarının kiliseler, partiler, sendikalar, aileler ve bazı okullar, gazetelerin ve kültürel kuruluşlar gibi büyük bölümü özel alanda bulunmaktadır. Devletin aygıtlarında zorlama varken, devletin ideolojik aygıtları sadece ikna yöntemi olarak kullanılmaktadır (Althusser, 2003, s. 63-64-75). Althusser, kitle iletişim araçları ve diğer kültürel çevre unsurlarını korkunun doğrudan bir kaynağı olarak görmek yerine, yalnızca devletin ideolojisini yaymak için kullanılabilirliği unsurlar olarak kabul edilmesini düşünmektedir.

Birey ve iktidar ilişkisinde, kapitalist sistemin iktidarlığına değinmeden geçmek mümkün değildir. Marks, kapitalist üretimin vazgeçilmez koşulunu "işçinin bedensel varoluşunda mevcut bulunan bir zenginlik kaynağı olarak emek gücünü; kısaca ücretli işçiyi (...) sürekli yeniden üretilmesi ya da ebedileştirilmesi" (Marks, 2011, s. 552) olarak görmektedir. Marks'a göre kapitalist sistemde üretim süreci emek gücünün tüketilme sürecidir. Emek gücü kapitalist sermayeyi daha da büyütmektedir. Bunun sonucunda işçi sınıfı kendine yabancılaşmış ve kendisine hükmeden ve kendisini sömüren bir güç, bir otorite olarak kapitalist sistemi üretmektedir (Marks, 2011, s. 551-552). Touraine'in (1994) iktidarı egemen sınıfın toplumu otoriter bir biçimde yönetilen sını bir orduya dönüştürme yöntemi olarak ifade etmesi iktidarın bireyi öznenen nesneye evirdiğine işaret etmektedir (Touraine, 1994, s. 77).

Toplumsal Odak: Kamuoyu Gücü

Tocqueville'nin ifade ettiği gibi "kamuoyu, insanın eylemlerini etkilediği gibi insanın iradesi üzerinde de önemli bir güce sahiptir" (Tocqueville, 1962, s. 67). Kamuoyu toplumsal yaşamda insanın hem maddi hem de manevi yapısını etkileme gücene sahiptir. İnsanın çevresinin etkisiyle tutum ve davranış değişikliğine yönelme

eğilimi çevrenin gücüyle yakın ilişki içindedir. Kamuoyunun insanın düşünce yapısını etkilemesi günlük hayatta ve basit konularda çok önemsenmeyecek gibi görüne de; dinamik halde olan, sürekli kendini yenileyen, dönemsel olarak sona eren ve farklı konularla tekrar başlayan kamuoyu genel anlamda insana yeni bir düşünce yapısı tasarlamaktadır. Montesquieu (2014), Kanunların Ruhunda, Rousseau Toplum Sözleşmesi'nde (2006) Hobbes (2007) Leviathan'da; aristokrasiyi ve devleti vazgeçilmez, insanları da güvenli ve mutlu yaşayabilmek için yetkilerini devlete devretmeleri gerektiğini ileri sürmektedirler. Ancak buna rağmen bu eserlerde devletin bireylerin kendine devrettikleri hakları kullanırken ölçülü ve tutarlı olması gerektiği ilkesi vatandaşlık kavramının gelişmesini sağlamıştır. Neumann (1998) vatandaşlık kavramının geliştiği on yedinci ve on sekizinci yüzyılın genel tanımlamasını, bireylerin güç kullanmayı devlete bırakmaları olarak yapmaktadır. Vatandaşların devrettiği yetkileri tutarlı ve ölçülü kullanmak zorunda olan ve gücü elinde bulunduran devletin zor kullanmaktan vazgeçmesi devletleri sonuç itibarıyla yeni bir toplumsal denetim mekanizması olan "rıza imal etme" (Erdoğan, 2006, s. 85) eğilimine yöneltmiştir. İnsanları belki de hiç önemsemedikleri veya karşı oldukları bir konu da dahi verili bir görüşün ve kanaatin taraftarı yapmak için rıza göstermelerini sağlamanın aracı olarak kullanılan kamuoyu, iktidarların günümüzde en çok tercih ettiği rıza üretme yöntemlerinden biri olarak kitle iletişim araçları vasıtasıyla kitleler üzerinde uygulanmaktadır (bk.: Yaylagül, 2013, s. 149; Keane, 1992, s. 77; Chomsky, 2002; Herman & Chomsky, 2012, s. Erdoğan, 2006, s. 85). Tocqueville'nin (1962) krallıklar ve monarşilerin yıkılmasından sonra oluşturulacak yeni düzenle demokrasinin gelmeyeceğine ilişkin şüphelerinin başında gösterdiği (Touraine 1994, s. 186) ve Montesquieu'nun "kanı tiranlığı" (Montesquieu, 2014, s. 290) olarak tanımladığı kamuoyu demokrasiyi kontrolü altına almaktadır. Abadan (1956) demokrasi ve kamuoyunu; rıza üretme ve propaganda amacı içermeyen gerçek anlamda açığa çıkan alenilik ilkesi çerçevesinde birbirine yakın görmektedir. Halktan hiçbir şey gizlenmeden rıza üretme ve propaganda içermeyen açıklık koşullarında oluşan kamuoyu demokrasinin oluşmasında etkili olmaktadır (Abadan, 1956, s. 112-114). Suskunluk sarmalı kuramı çerçevesinde ele alınmaya çalışılan kamuoyu kavramını, propaganda ve rıza üretme yöntemlerinin aracı olarak kullanılmasından dolayı demokrasinin koşullarından biri olarak görebilmek tartışmaya açık bir durumdur. Yönetimlere karşı halkın isteklerini yansıtması yönüyle kuram açısından kamuoyu önem kazanmaktadır. Bireyin özgürlüğünü kısıtlaması dışında kamuoyu kavramının önemli bir gücü, toplumun birliğinin ve devamının sağlanmasında önemli bir görevi üstlenmesidir. Kamuoyu kavramı toplumsal baskı içeriğine sahip olduğundan birey tarafından sürekli olarak onaylanmak ve uzlaşmak istemektedir. Kamuoyu sürecinin yaşanabilmesi için öncelikle belirli bir grubun onayının alınması ve ardından başka insanlar tarafından onay beklenmesi gerekmektedir. Kamuoyu, toplumun ortak değer ve amaçlarına uygun olması durumunda yeterli bir onaya sahip olabilmektedir. Kamuoyunun beklediği onay nedeniyle kamuoyu baskısı olmasa dahi insanlar psikolojik doğaları gereği sıkıntı yaşamaktadırlar. Bu durum bireyin onay ve uzlaşma yetisini sürekli olarak test etmekte ve korumaktadır. Kamuoyunun toplumu belli değerler etrafında birleştirmesi ve toplumsal beraberliği sağlaması örtük bir işlev olarak kendini göstermektedir. Örneğin, "ilkel kabilelerde su sıkıntısı yaşanıldığı dönemlerde halk tarafından yapılan yağmur dansının amacı, açık işlev olarak yağmur yağdırmak olmasına karşın, örtük işlevi ise toplumsal sıkıntı dönemlerinde kabileyi bir arada tutmasıdır" (Neumann, 1998, s. 263-270). Kamuoyunun kendisi gibi düşünmeyenlere karşı bir iktidar olduğu ve onlara karşı psikolojik güç kullandığı bilinmektedir. Kamuoyu bir başka deyişle yaşamın tüm alanlarına müdahale edebilme gücünden dolayı toplumsal denetimin bir uygulayıcısı olarak kendini göstermektedir. Bu nedenle temsil ettiği düşünceyi kabul ettirmek ve karşıt düşünceleri ötekileştirmek için kınama eylemini kullanabilmektedir. Kınama; Ihering'in ifadesiyle "kamuoyunun çıkarlarının zedelenmesine karşı kendini güvence altına almak için gösterdiği bilinçli ya da bilinçsiz pratik tepkilerdir" (Aktaran: Neumann, 1998, s. 81). Çıkarlarını korumak güdüsüyle hareket eden kamuoyu kınama ile varlığını ve gücünü en üst düzeyde hissettirmek istemektedir (Neumann, 1998, s. 271-277). Machiavelli'nin ifade ettiği gibi halk yönetildiği için, kralda yönettiği için kamuoyuna uymak zorundadır (Machiavelli, 1955, s. 62-72). Rousseau, devletin geleceğini korumak için sansürü dahi kamuoyu oluşturmanın yöntemi olarak görmektedir. Hobbes, devletin varlığının ve devamının toplumsal denetimle sağlanacağını savunmaktadır. Ayrıca sosyologlar Castoriadis, Ross, Bahar, Kağıtçıbaşı, vd. toplumun birey üzerindeki denetimini kabul ettikleri gibi, insanın öznel olarak yaşadığı toplumda yok olduğunu ve tamamen toplumun küçük bir parçası haline geldiğini savunmaktadır. Toplumsal insan özne olmaktan çıkmakta ve toplumsal denetim sağlayan kamuoyunun, dolayısıyla iktidarın kontrolüne girmektedir. Bu anlamda kamuoyunun toplumsal denetim gücü yeni bir dünya düzeni ve yeni bir insan tasarımı yaratacak boyuta ulaşmaktadır.

Kamuoyu aynı görüşü benimsemeyen insanlar için tehdit olduğu gibi, siyasi anlamda hükümetlerin korkması gereken bir halk mahkemesi haline gelmektedir. Kamuoyunun kendisine uymaya zorladığı insanlar kınanmaktan, dışlanmaktan korktukları gibi siyasi hükümetlerde kamuoyuna ters düşmeleri hâlinde iktidarlarını yitirme

korkusu duymaktadırlar (Neumann, 1992, s. 76-269). Bu sebeple hükümetlerin iktidarlarını kaybetme korkusu, doğru ya da yanlış olan kamuoyu görüşlerine önem vermelerini zorunlu hâle getirmektedir. Bu anlamda siyasi iktidarların aldığı kararlarda Machiavelli'nin ifade ettiği üzere kamuoyu görüşlerini takip etmesi gerekmektedir. Kapani (1992) kamuoyunun siyasi karar organları üzerindeki etkisini ölçülebilir olarak görmese bile bu etkinin varlığının ve geçerliğinin tartışma götürmediğine vurgu yapmaktadır. Bu nedenle yasama organı yasa çıkarırken, kamuoyu isteklerini ve kamuoyu tarafından genel kabul görmüş değerleri ve kanaatleri hesaba katmak durumunda kalmaktadır. Ayrıca Kapani, kamuoyunu siyasi anlamda iktidarları yapan ve yıkan bir güç olarak kabul etmektedir (Kapani, 1992, s. 157). Kamuoyunun siyasi hükümetler üzerindeki etkilerinin görülebilmesi toplumların demokratik seviyeleri ve demokrasi kültürleriyle paralellik göstermektedir. Kamuoyu hükümetleri ve bireyleri kendisine uymaya zorlamakla birlikte, hükümetleri iktidardan uzaklaştırmakla, bireyleri ise toplumdaki dışlanmakla tehdit etmektedir. Her iki durumda da kamuoyunun toplumsal bütünleşme ve birlikteliğin sağlanması için uzlaşma zeminini oluşturduğunu göz ardı etmemek gerekmektedir. Bu nokta da en önemli sorunun evrensel insan hakları, hukuk ve demokrasiyle ilgili konuların kamuoyu kapsamında değerlendirmeye alınması olduğunu söylemek mümkündür. Güçlü bir kamuoyu kendi isteklerini benimsemeyen, karşı çıkan kesimlere dâhil olan birey veya grupların kanaatlerini toplumsal alanda duyurulmasının kendi gücünün zayıflatılması olarak değerlendirebilir (Kapani, 1992, s. 157; Neumann, 1998). Toplumun ilgilendiren ve özellikle rasyonel olmayan dışlanma tehdidinin güçlü hissedildiği tartışmalı konularda, kamuoyunu oluşturan baskın kanaatlerin onay ihtiyacının ortaya çıkması durumunda suskunluk sarmalının oluşmaya başladığını söylemek mümkündür. Her şeye rağmen iktidara karşı boyun eğmeyen, cesur bir kitle olduğunu ifade eden Russell gibi Neumann'da, söz konusu bu insanları "sert çekirdek" (Neumann, 1998, s. 250) olarak adlandırmaktadır.

Fikirlerin ve bilincin üretimini, üretim ilişkileriyle açıklayan Marks üretim araçlarını sahip olan sınıfların toplumsal bilinci de ürettiklerini savunmaktadır. Üretim araçlarına sahip olmayanlar ise bu araçlara sahip olanların düşüncelerinin egemenliğine tabi olmaktadır (Erdoğan, 1997, s. 286). "Günümüzde dolaşımda olan egemen fikirler (...) egemen güçlerin oluşturduğu bir sınıfın kendini ve çıkarlarını yarattığı yoksulluğu ve talanı özel mülkiyet düzeni ve ilişkilerini yeniden üretme ve geliştirmeyi meşrulaştıran ve destekleyen fikirlerden oluşmaktadır" (Erdoğan, 2011, s. 449). Marks'tan sonra aynı düşünceyi kültür endüstrisi kavramıyla açıklamaya çalışan Horkheimer ve Adorno'ya göre teknolojik gelişmelerle birlikte üretim araçlarına sahip sınıflar ürettikleri kültürle toplum bilincini kendi sınıf çıkarlarına uygun olarak tasarlamaktadırlar. Belirli bir toplumsal sınıfın yararına toplumsal bilinç veya kültür endüstrisi üretiminin sağlanabilmesi için ciddi bir halkla ilişkiler faaliyetinin ve kamuoyu çalışmasının yapılması gerekmektedir. Egemen sınıfın çıkarlarını savunan, önceden tasarlanmış ve manipüle edilmiş bir kültür üretiminin içeriğinde insanın özgürleşmesini barındırması mümkün görünmemektedir. West (1998) kapitalizmin yarattığı sahte özgürlüğü "giderek daha etkili bir biçimde yönetilen bir toplumda dikkati toplumun manipülasyonu ve konformizminden uzaklaştırmaya ve dolayısıyla da bu manipülasyon ve konformizmi pekiştirmeye yarayan baskıcı hoşgörü" olarak tanımlamaktadır. Bu bağlamda "erken burjuva toplumlarının oluşturduğu eleştirel kamusal alan günümüzde manipüle edilmiş kamusal alana teslim olduğundan, devlet ve medya tarafından oluşturulan kamuoyu egemen düzenin kurulması için bir araç olarak kullanılmaktadır (West, 1998, s. 97).

Kuramın Merkezi: İnsanın Toplumsal Doğası

Locke, (2013) toplumsal kuralların insanın doğasından gelen doğal ahlâk kanunlarıyla oluşturulduğunu savunmaktadır. Bunun yanında insan doğası, yazılı olan ve olmayan yasaları genel kabule yatkındır. Bu nedenle Locke ahlak değerlerinin insanlar üzerindeki baskılarının çok etkili olduğunu savunmaktadır. Rousseau (2006) insan doğası kavramını felsefi anlamında özgürlük, şefkat ve yalnızlıkla tanımlamayı seçmesine rağmen Toplum Sözleşmesi eserinde özgür bir otantik özün toplumsal yaşamda yozlaştığını ileri sürmektedir. Rousseau toplum içinde olabildiğince özgür insan düşüncesini toplumun birlikteliğine feda etmektedir. Ona göre "insanın yozlaşmış otantik özü toplumsal değerler, hukuki yasalar ve sansürle kontrol altına alınmalıdır" (Rousseau, 2006, s. 122-123). Hobbes, (2007) insan doğasını şöhret sahibi olma, kendini kabul ettirme, güvenlik, maddi zenginlik gibi isteklerle özetlemekte ve insan doğasını bireysellikle eş tutmaktadır. İnsan, hayatını en iyi şekilde yaşamayı ve bu yaşantıyı koruyabilmeyi düşünmektedir. Hobbes'a göre insanın doğasında mevcut olan ölüm korkusu duygusu, güvenli bir ortamda yaşamayı tercih etmesine neden olmaktadır. Bu tercih insanın toplumsal yaşamı düzenleyen devlet kurumuna olan ihtiyacını arttırmaktadır. Hobbes toplumsal yaşam içerisinde insan doğasını benmerkezci davranışlarla ifade etmektedir (Hobbes, 2007). Nietzsche (2011) toplumların belli bir sözleşme fikrinde karar kılmalarının mantıksal gerekliliğini şöyle açıklamaktadır; "1. Eğer barışçıl bir çevrede bulunmayı

başarırsam hayatta kalma şansım artar. 2. Her şeye hakkım var durumundan, başkası pahasına aşırı bir hak peşine düşmekten vazgeçersem, aynı biçimde onun da beni yok edecek ölçüde aşırı bir hak peşine düşmesi fikrinden vazgeçmesini umabilirim” (Nietzsche, 2011, s. 57). Hegel’e göre insanlar kendilerini ilgilendiren veya kendileriyle ilgili olduklarına inandıkları değerler ve nesnelere için çaba harcamaktadırlar. İnsanların doğaları bireysel istek ve arzularının şekillendirdiği refah yaşamak veya mutluluk üzerine kuruludur (Hegel, 1991, s. 123).

İnsan doğası kavramını iki şekilde ele almak mümkündür. Kavram öncelikle tarihin parçası olmayan sabit bir öze ve toplumsal etkilerden arınmış insan özelliklerine gönderme yapmaktadır. Bu anlamda insan dış etkenlerden soyutlanmış ve sadece birey olarak düşünülmektedir. Diğer ifade şeklinde ise tarihin parçası olan farklı zaman ve mekânlarda veya toplumsal koşulların etkisi altında değişken bir öze gönderme yapılmaktadır. Bireyin dış etkiler tarafından doğasının değiştiğine dikkat çeken bu tanımlamada tarihin parçası olan ve tarihsel olarak toplumsal ve kültürel açıdan özün değişimi kendine özel olmaktadır (Geras, 2002, s. 23). Kant, insan doğasını yaradılıştan gelmediğini, insanın varlık olarak tüm ihtiyaçlarının öznel bir haz veya acı duygusuna bağlı, arzularına yetisi tarafından belirlendiğini savunmaktadır. Toplumsal bir varlık olan insanın bireysel doğası ancak toplumsal yaşam içerisinde kendini göstermektedir. Toplumsallaşma, “toplumdaki değerlerin, inançların, davranışların, birey tarafından benimsenme sürecidir” (Alkan & Ergil, 1980, s. 5). Bireyin toplumsal bir varlık olması nedeniyle yalnız kalması mümkün değildir. Aynı zamanda toplumla yaşamak ve toplumsallaşmak insani bir ihtiyaçtır (Gökdağ, 2011, s. 92). İnsanın toplumla yaşamaya olan mecburiyeti ve toplumsallaşma süreci Marks’ın da ifade ettiği gibi bireysel doğasının bozulmasını engellemesi yanında, bireyin toplumsal doğasının oluşmasını sağlamaktadır (bk.: Marks, 2011).

İnsanın toplum içerisindeki istek ve ihtiyaçları yine toplum değerleri tarafından belirleneceğinden Kant, insanın bireysel ve toplumsal doğasının birbirinden ayrılamayacağına vurgu yapmaktadır. Nitekim Kant insan arzularının sınırını toplumun ahlaksal yasalarla çizdiğini belirtirken insanın isteklerini toplumun belirlediğini ifade etmektedir (Kant, 1999, s. 282). Geras, insan doğasını karakter kavramına yakın görmekte ve insan doğasını ikiye ayırmaktadır. İnsanın dış etkilerden arınmış kendisiyle baş başa olması bireysel doğasıdır. Bununla birlikte insanın tarihin bir parçası olması nedeniyle değişken olan doğası ise toplumsal doğasıdır (Geras, 2002, s. 23). İnsanın kendine egemen olmasını, kendisiyle uyum içinde bulunmasını, düşünüş ve hareketlerinde tutarlı kalabilmesini sağlayan özellikleri bir bütün olarak ele aldığımızda toplumsal yaşam içerisinde insanlar belirli nedenlerle doğalarından ödün vermek zorunda kalmaktadırlar. Bu bağlamda suskunluk sarmalı kuramı bireysel doğasında farklı tutum ve davranış belirlemesine neden olduğu için insanın toplumsal doğasını önemsemektedir. Tek başına olduğu ortamlarda kendine egemen olan, kendisiyle uyumlu, düşünce ve hareketlerinde tutarlı olan bir insan toplum içerisine dâhil olduğunda bireysel doğasından sıyrılarak neden toplumsal doğasına bürünme ihtiyacı hissetmektedir? Bu durumu Hobbes, insan doğasının istek ve arzularının toplumsal yaşam içerisinde karşılık bulmasına bağlamaktadır. İnsan doğası, rekabet, güvensizlik, şan ve şeref olmak üzere üç gereksinimini karşılamak için toplumsal yapı içinde mücadele etmektedir (Hobbes, 2007, s. 94). Bu gereksinimleri nedeniyle kazanç, güvenlik ve şöhrat elde etmek için insanın bireysel doğasından ödün vermesi anlaşılabilir bir davranış biçimidir. “Hobbes, Platon, Kant ve dinciler şu noktada uyuşurlar: Her ne kadar insan doğasını değiştiremezsen de sıkı politik, ahlaksal ya da ruhsal disiplinle onu kontrol edebilirsin” (Honer & Hunt, 1990, s. 811). Maslow’un ihtiyaçlar hiyerarşisi teorisinde insan fizyolojik, güvenlik, ait olma, sevgi, kendini gerçekleştirme ve saygınlık gereksinimlerini doyurmak ihtiyacında olduğundan kendisi dışındaki kurum veya insanlarla birlikte yaşama mecburiyetindedir. İnsanın bireysel doğası kendinden farklı taleplerde bulunan dış etkenlerle sürekli çatışmakta ve ihtiyaçları doğrultusunda insan toplumsal doğasını kullanmaya yönelmektedir. Neumann’a (1988, s. 67) göre Maslow’un sıraladığı ihtiyaçlardan özellikle bir gruba ait olma, sevgi ve saygınlık gereksinimlerini tamamlaması insanın toplumsal doğasından kaynaklanmakta ve bu gereksinimleri sağlamak zorunda olan insan çevresindeki diğer insanlar tarafından dışlanmaktan korkmaktadır. İnsan bireysel doğası gereği özgür olmayı amaçlarken, ihtiyaçları nedeniyle içinde yaşamaya mecbur olduğu toplumsal yapının değerlerine boyun eğmek zorunda kalmaktadır. Görünüşte insanın sosyal ve kültürel gelişimi için gerekli olan ihtiyaçları ile geleneksel yaşamın istekleri nedeniyle toplumun insanı değiştirmeye zorlaması paradoks oluşturmaktadır.

Kitle psikolojisi alanında yapılan araştırmalar bireylerin kitle içerisine girdiklerinde bireysel doğalarını kaybederek kitlenin belirlediği kuralların kontrolü altına girdiklerini ortaya koymaktadır. Kitleyi oluşturan bireyler sosyal, kültürel ve ekonomik farklılıklarına rağmen kitle içerisinde rasyonel olmayan ve tekillişen kolektif bir ruha sahip olmaktadır (Le Bon, 1997, s. 20-23; Freud, 2006, s. 13). Psikolojik alanda yapılan çalışmalarda insanın sahip olduğu bireysel doğasının kitle içerisine girdiğinde değiştiğini ve insanın topluma uyum sağlamak, toplumdan dışlanmamak için toplumsal doğasını maske olarak kullandığını göstermektedir.

Toplumsal ilişkileri üretim ilişkileriyle açıklayan Marks, insanın toplumsal doğasının toplumsal ilişkiler tarafından belirlendiğini savunmaktadır. Marks'a göre (2011) üretim ilişkileri bireylerin toplumsal doğalarını şekillendirmekle birlikte toplum ve insan arasındaki ilişkilerin şekillenmesine de neden olmaktadır (Marx, 2011, s. 82). Marks'ın ideolojik olarak altını çizdiği üretim ilişkileri ve üretim araçlarına sahip olan sınıfların egemenliklerinin devamı için ürettikleri kültür endüstrisi insanın toplumsal doğasını biçimlendirmektedir (Adorno, 2003, s. 105; Marcuse, 1986, s. 11). Kültür endüstrisi üretim araçlarına sahip sınıfların dayattığı verili zihniyeti çoğaltmaya ve güçlendirmeye çalışmaktadır (Adorno, 2003). İnsanlar fiziksel ihtiyaçlarını karşılayabilmek için üretim ilişkileri içine girmektedirler. İnsan için sıradan olan bu durum insanın toplumsal doğasını belirleyen koşullar sistemi haline gelmektedir. Touraine'e (1994) göre modern topluma geçişte insan doğası tamamen toplumsallaşmıştır. İnsan doğasının ve doğal haklarının sonunu Fransız Devrimi ve İngiltere'de başlayan sanayi devrimi getirmiştir. İki gelişmeyle birlikte birey ve toplum arasındaki ayırım ortadan kalkmaya başlamış ve insan tamamen toplumsal ve tarihsel bir varlık haline dönüşmüştür. Mekanik olan toplum fikri organik bir nitelik almaya başlamıştır (Touraine, 1994, s. 77).

Övünç ve utanç duyguları kişiler ya da gruplar arasındaki bağın temel belirleyicisi ve ilişkinin duygusal yüzü olarak değerlendirilmektedir. Her iki duygu da bebeklerde görülmemekte olup toplumsal yaşam içerisinde öğrenilmektedir. İnsanlar utanç ve övünç duyguları sayesinde toplumla bağ kurmaktadır. İnsanın yaşadığı utanç duygusu toplumla arasında tehdit içeren bağ üretirken, övünç duygusu güven bağı üretmektedir. Utanç veya övünçün yaşandığı durumlar aynı zamanda toplumla insan arasında tehdit ve güvenin belirtisi olarak görülmektedir. Utanç duygusu bireyin toplum karşısında yanlış davranması, alay edilmesi, küçük düşürülmesi, toplumsal kabul görmüş değerleri önemsememesi durumlarında birey tarafından yaşanmaktadır. Utanç duygusunun toplum karşısındaki karşılığı bireyin dışlanması olarak görülmektedir (Scheff, 1994, s. 57-58). Günümüze kadar insanoğlunun yaşadığı tüm tarihsel süreçlere rağmen hala iyilik-kötülük, doğru-yanlış, utanç-övgü, dışlanma-benimsenme, şöhret sahibi olma gibi doğal özelliklerini korumuş olması ve hala yaşamsal alanda kendini göstermesi, hala tartışılıyor olması insan doğasının sağlam köklere dayandığını göstermektedir.

Dışlanma Korkusunun Yansıması: Korku ve Susma

Toplumsal normlar, insan hayatını standart hâle getirmektedir. Toplumsal normlara göre davrananlarla toplum arasında karşılık bir onaylama yaşandığından herhangi bir çatışma yaşanmamaktadır. Suskunluk sarmalında, insanlar açısından ya toplumsal normlara uymak ya da özgünlüğünü korumak gibi iki tip tutum belirleme ve davranış gösterme sonucu ortaya çıkmaktadır. Neumann'ın, sert çekirdek olarak adlandırdığı "misyonerler, reformcular, bilim adamları ve sanatçılar gibi sıra dışı insanlar" (Neumann, 1998, s. 250-272) kamuoyunun kendilerini reddetmesine rağmen, dışlanma korkusunun üstesinden gelmeyi başarmaktadırlar.

Freud, insan davranışlarını biyolojik gereksinimlere ve özellikle cinsel güdülere dayanarak açıklasa da, daha sonra yapılan çalışmalarda insanın temel güdülerinin; güçlülük, üstünlük ve yalnızlık duygusu olduğu ortaya çıkarılmıştır. Bu nedenle insanların davranışlarında kültürel değerlerde etkilidir (İnceoğlu, 2010, s. 120). "Yalnızlık duygusu; toplumsal ilişkilerimizin önem verdiğimiz bir yanının eksik olması durumunda hissedilen öznel rahatsızlıktır. Toplumsal yalnızlık ise toplumla kaynaşma-bütünleşme, bir gruba ait olma duygusu eksik olduğunda yaşanır" (Gökdağ, 2011, s. 91). Toplumsal yaşamda yalnız kalma tehdidini hisseden insanların korku yaşamaları ve bu korkudan kurtulmak için tehdiye boyun eğmeleri anlaşılabilir bir tutum ve davranış şekli olarak görülmektedir. Duhm'a göre korku insan yaşamına çocukluk döneminde girmektedir. Çocuk gelişiminde korku duygusu, boyun eğmeyi öğretmek için çocuğu uyum sağlamaya yönelmektedir. Aile ve çevresinin yargıları, düşünce yapısı ve bakışlarıyla korkuyu öğrenen çocuk, yargılanma ve sürekli yeni istemlerde bulunulmasıyla korkuya boyun eğmesi gerektiğini öğrenirken anne ve babasından öğrendiği ve benimsediği yasak ve emirlere göre de kendini yargılamaya başlamaktadır. Çocuk anne ve babasının otoritesinin belirlediği normları içselleştirerek kendine bir vicdan geliştirir ve bu vicdan çocuğun yabancı kaynaklı normları içselleştirdiği üstbeni oluşturur. Üstben sayesinde çocuk, anne ve babanın yasakladığı davranış biçimlerinden kaçınarak ceza almamayı öğrenmektedir. Bir nevi çocuk kendisinin beğenisi olur. Cezalandırılma korkusundan kaçınmak için, anne ve babanın istediği gibi davranan çocuk, "korkuyu uşaklıkla değiştirmiştir" (Duhm, 1996, s. 28). Camus (2010, s. 33) "korkunun insan bilincine yerleştiğinde insanın bunalıma girdiğini ve korkunun insanın sürekli iklimi" olduğuna vurgu yapmaktadır.

Korku duygusu insanda tehlikenin gerçek veya düşsel olarak tanınmasıyla belirginleşmektedir. "İnsan tehdit olarak anladığı uyarıcılar, nesnelere veya zihinsel tasarımlarla karşılaştığında; tehdidi zor yoluyla ortadan kaldırma, tehdiye karşı koyma ve inanılır gelmezse kaçma veya tehdiye boyun eğme olarak üç davranış göstermektedir" (Mannoni, 1992, s. 9-10). Suskunluk sarmalında yaşanan dışlanma korkusundan kurtulmanın

tek yolu ise dışlanma tehdidine boyun eğmektir. Kamuoyunun yayılma süreciyle ilişkili olan suskunluk sarmalı da farklı kamuoyu gündemleriyle sürekli olarak yaşandığından insanlar korku hissettiklerinde, Mannoni'nin belirttiği gibi “yargıda veya bir usavurumda bulanamaz. Fikirleri bulanık ve düzensizdir” (Mannoni, 1992, s. 11). Kapitalist sistemde üretim araçlarına sahip sınıfın egemenliğine özdeş kültür üretmesi, kitleleri denetim altında tutmaktadır. Egemen sınıfın dayattığı üretim ilişkileri ve üretim biçimleri insanlara belirli roller vererek sisteminin devamını sağlamaktadır. Duhm, (1996) kapitalizmde üretim araçlarına sahip egemen sınıfının egemenlik ilişkilerinin sürdürmek için yaptığı zorlamanın korku doğurduğunu ifade etmektedir (bk.: Duhm, 1996, s. 73-84).

“Platon ve Aristoteles’le birlikte başlayarak yüceltilen aristokrasi ve toplumun insanları sapkınlıktan koruduğu görüşü beraberinde korkuları üretmeye başlamıştır” (Halis, 2012, s. 27). Günümüzde de bu yaklaşım geçerliliğini koruduğundan siyasetin olduğu her yerde iktidar, meşruiyet ve onları bir arada tutmanın zorunluluğu haline gelen korku var olmak zorundadır. Halis’e göre devlet; toplumu kontrol etmek için yasalar ve bürokratik ağlarla örülen, kutsanan ve bireyin korkularını tazelemek için yaratılan, eğitim sistemiyle kendini üreten bir korku ağıdır. Devlet sayesinde bir korku hiyerarşisi ve disiplin yaratılmaktadır. Bu hiyerarşik yapı küçük ve büyük tiranlıklar yaratarak gönüllü kulluk ağına süreklilik kazandırılmaktadır (Halis, 2012, s. 22-27).

Suskunluk, insanlarda kişisel bir özellik olarak insandan insana değişmekle birlikte insanların çevreleriyle kurdukları bir iletişim şeklidir. “Sosyal iletişimde kesinti, aralık, sessizlik ve suskunluk da iletişimi anlatmaktadır” (Erdoğan, 2011, s. 152). Camus’un dediği gibi susma eylemi duruma göre az ya da çok bir şeyler ifade etmektedir. “Susmak, hiçbir şeyi yargılamıyor, hiçbir şey istemiyor sanılmasına yol açmak, kimi durumlarda da gerçekten hiçbir şey istememektedir” (Camus, 1994, s. 21). Dökmen, (2006) susma eylemini pasif saldırganlıkta küsmeyi bir alışkanlık haline getirenlerin kullandığı bir silah olarak görmektedir (Dökmen, 2006, s. 48). Clastres’e göre (1991) iktidara tabi olanlar, iktidar sahiplerine karşı göstermek zorunda oldukları itaat, saygı ve güçsüzlük nedeniyle susmaktadırlar (Clastres, 1991, s. 124). Egemen sınıfın çıkarlarını korumayı amaçlayan kapitalizmin devamının sağlanabilmesi için önce insanın, ardından kitlelerin susturulması amaçlanmaktadır. Baudrillard’ın toplumsalın sonu olarak ifade ettiği susturulmuş, yargılamadan, eleştiriden, toplumsallıktan uzaklaştırılmış kitleler kapitalizmin mutlak amacıdır (bk.: Baudrillard, 1991).

İktidar kavramıyla ele aldığımızda konuşmak, sözü üretmek bir güç ifadesi olarak kendini gösterirken, sessiz kalmayı güçsüzlüğün bir yansıması olarak görmek mümkündür. Psikolojik olarak ele aldığımızda ve kişilik özelliklerini göz ardı ettiğimizde susma ve konuşma; toplumsal konularda tepkili ve tepkisiz olmaya karşılık gelirken aynı zamanda çevresiyle olan ilişkide kişinin aldığı bireysel tavrı göstermektedir. Bu nedenle, toplumsal olaylara veya kamuoyu kanaatlerine karşı susmanın kabullenmek, konuşmanın ise bir direnme göstergesi olduğunu söylemek mümkündür.

SONUÇ

Toplum değerleri adı altında yapısalı kazanılan kamusal uzlaşmalar bireyin hayata gözlerini açtığı ilk andan itibaren davranışlarını biçimlendirmesinde etkili olmaktadır. Aile, din, eğitim, öğrenim, hukuk vb. kurumları kullanan toplumsal normlar kendine uygun bireyleri yetiştirirken, insanın doğallığını ve özgürlüğünü tepeden inme bir yaklaşımla kısıtlamaktadır. Bunun neticesinde toplumsal normların karakterlerine sahip, birbirine benzeyen insan tipi yetişmektedir. Le Bon’un “zihniyetin tekleşmesi kanunu” (Le Bon, 1997, s. 20) olarak adlandırdığı bu durum; tek başlarına bilinçli kişiliklere sahip olan bireylerin bir gruba dâhil olduklarında rasyonel olmayan kolektif bilince göre tutum ve davranış sergilemelerine sebep olmaktadır. Bununla birlikte insanın kırılğan olan psikolojik doğası nedeniyle ortaya çıkan “zihniyetin tekleşmesi” tarihsel olarak insanoğlunun özgürlüğünü tehdit eder bir hâle gelmiştir. Erdoğan da (1997b, s. 181) bireylerin psikolojik ve ussal dünyalarında ideolojik algılarla oluşturulan sahte bilinci; insanlığın zincire vurulması ve modern kölelik olarak açıklamaktadır (Erdoğan, 1997b, s. 181). Günümüzde insanın doğasını önemli ölçüde tehdit eden kamuoyu etkisi, özellikle halkla ilişkiler disiplininde profesyonel anlamda kullanılmaktadır. Seçilen hedef kitlelerin istenilen tutum belirleme ve davranış gösterme alışkanlıkları ikna yöntemleriyle değiştirilmeye çalışılmaktadır. Peltekoğlu’na göre bilimsel yöntemlerle kamuoyu yapay olarak oluşturulmakta ve kitleleri kontrol etmek için kullanılmaktadır (Peltekoğlu, 2012, s. 213-214) Bu bağlamda insanın bilinçli olmasını, çevresindeki kamuoyu etkilerini akıl süzgecinden geçirmesi gerektiğine dikkat çeken suskunluk sarmalı kuramı değerli hâle gelmektedir. Kuram, insanı psikolojik olarak etkileyen unsurları (kamuoyu, dışlama tehdidi, iktidar, kitle psikolojisi, propaganda vd.) bilimsel olarak ortaya koyarken ürettiği bilgiyle insanı bilinçli olması yönünde uyarmaktadır.

Suskunluk sarmalı kuramı bağlamında ve insan doğası ekseninde ele aldığımız kamuoyu etkisinin bireyi doğası ve bilinci dışında davranış belirleme eğilimine yönelttiği görülmektedir. Kamuoyunun bireyin davranış, tutum belirleme, susma ve konuşma eylemleri üzerinde oluşturduğu etkinin aynı zamanda da psikolojik kaynaklı olduğu anlaşılmaktadır. Çalışma kapsamında bireyin söz konusu bu psikolojik kaynaklı davranış ve tutumları Sherif, Asch ve Milgram tarafından yapılan laboratuvar deneylerinde açıklanmış ve desteklenmiştir. Bu bağlamda suskunluk sarmalı kuramı, bireyin toplumdaki fiziksel ve düşünsel olarak dışlanmamak için, genel kanaat ikliminde çok konuşulan veya baskın olduğu düşünülen görüşlere katılmasalar bile içinde bulunduğu sosyal grupla aynı düşünce birliği içindeymiş gibi görünme güdüsüne vurgu yapmaktadır. Bu noktada kitle iletişim araçları sayesinde verili olarak belirlenen kamuoyunun, belirli bir konuda kitlesel bir tepki yaratmayı hedeflerken, bireyin psikolojik zayıflığından yararlandığını hatırlamak gerekmektedir. Kurama göre bireyin her koşulda topluma uyma nedeni olarak gördüğü dışlanma korkusu, insanın psikolojik zayıflığının en önemli belirtisidir. Bu nedenle dışlanma korkusunu, bireyin kendinden kaynaklı içselliğinin etkisiyle yaşadığı bilişsel çelişkilerle ortaya çıkan bir unsur olarak adlandırmak doğru olacaktır. Kamuoyu kavramı açısından bireyin doğasını dikkate aldığımızda pek çok sosyoloğa göre; birey içinde yaşadığı toplumda yok olmaktan ve giderek toplumun parçası hâline gelerek kendi özgünlüğünden uzaklaşmakta ve genele benzemektedir. Toplumsallaşan insan, zamanla özne olmaktan çıkarak değerler dizgesiyle denetim aracı olan toplumun kontrolüne geçmektedir. Bu ilişki nedeniyle kamuoyunun toplumsal denetim gücü, yeni bir dünya düzeni ve yeni bir kültür tasarımı yapacak boyuta ulaşmaktadır. İnsanı çevresine uymaya zorlayan kamuoyu kanaatleri; bireyin modern toplumsal yaşama geçişinden itibaren önce ahlaksal normlar, devamında iktidar ilişkileri, günümüzde de özellikle kitle iletişim araçlarıyla onu doğası dışında tutum belirlemeye, davranış göstermeye ve fikir beyan etmeye zorladığı ve yönlendirdiği görülmektedir.

KAYNAKLAR

- Abadan, N. (1956). *Halk efkârı*. Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayınları.
- Adorno, TW (2003). Kültür endüstrisini yeniden düşünürken [Çev.: Bülent O. Doğan]. *Cogito Dergisi*, 36. Yapı Kredi Yayınları.
- Akal, CB (1990). *Sivil toplumun tanrısı*, Afa Yayınları.
- Alkan, T. & Ergil, D. (1980). *Siyaset psikolojisi siyasal toplumsallaşma ve yabancılaşma*. Turhan Kitabevi.
- Althusser, L. (2003). *İdeoloji ve devletin ideolojik aygıtları* [Çev.: Alp Tümertekin], İthaki Yayınları.
- Aron, R. (1973). *Sınıf mücadelesi* [Çev.: Erol Güngör]. Millî Eğitim Basımevi.
- Atabek, N. (2002). *Kamuoyu, medya ve demokrasi*. *Kurgu Dergisi*, 19.
- Bahar, Hİ (2009). *Sosyoloji*. Uluslararası Stratejik Araştırmalar Kurumu Yayınları.
- Baudrillard, J. (1991). *Sessiz yığınların gölgesinde ya da toplumsalın sonu*. Ayrıntı Yayınevi.
- Camus, A. (1994). *Başkaldıran insan* [Çev.: Tahsin Yücel]. Can Yayınları.
- Camus, A. (2010). *Sisifos söyleni*. Can Sanat Yayınları.
- Castoriadis, C. (2001). *Dünyaya insana ve topluma dair* [Çev.: Hülya Tufan]. İletişim Yayınları.
- Chomsky, N. (2002). *Medya gerçeği*. Everest Yayınları.
- Clastres, P. (1991). *Devlete karşı toplum* [Çev.: Mehmet Sert & Nedim Demirtaş]. Ayrıntı Yayınları.

- Çevik, CC (2014). Cicero'nun "De Re Publica"ındaki devlet tanımı ve türleri. *Kutadgubilig Felsefe-Bilim Araştırmaları Dergisi*, 25.
- Dökmen, Ü. (2006). *İletişim çatışmaları ve empati*. Sistem Yayıncılık.
- Duhm, D. (1996). *Kapitalizmde korku* [Çev.: Sargut Şölçün]. Ayraç Yayınevi.
- Durkheim, E. (1947). *Ahlak ve hukuk kaideleri arasındaki dersler*. [Çev. Hüseyin Naili Kubalı]. İsmail Akgün Matbaası.
- Erdoğan, İ. (1997). *İletişim egemenlik mücadeleye giriş*. İmge Kitabevi.
- Erdoğan, İ. (1997b). *İnsanın zincirine vuruluşu*. Doruk Yayınları.
- Erdoğan, İ. (2006). *Teori ve pratikte halkla ilişkiler*. Erk Yayınları.
- Erdoğan, İ. (2011). *İletişimi anlamak*. Pozitif Matbaacılık.
- Erdoğan, İ. & Korkmaz, A. (2010). *Kitle iletişim kuram ve araştırmalarının tarihsel ve eleştirel bir değerlendirmesi*. Yenilenmiş 3. Baskı, Erk Yayınları.
- Foucault, M. (1992). *Hapishanenin doğuşu* [Çev.: Mehmet Ali Kılıçbay]. İmge Kitabevi Yayınları.
- Foucault, M. (2000). *Özne ve iktidar* [Çev.: Işık Ergüden & Osman Akınhay]. Ayrıntı Yayınları.
- Freud, S. (2006). *Kitle psikolojisi* [Çev.: Kamuran Şipal]. Cem Yayınevi.
- Fromm, E. (1985). *Kendini savunan insan* [Çev.: Necla Arat]. Say Yayınları.
- Geras, N. (2002). *Marx ve insan doğası* [Çev.: İsmet Akça & Görkem Doğan]. Birikim Yayınları.
- Gökdağ, R. (2011). *Sosyal psikoloji-I*. No: 2291 Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Grunig JE (2005). *Halkla ilişkiler ve iletişim yönetiminde mükemmellik*. Rota Yayınları.
- Habermas, J. (1997). *Kamusal yaşamın yapısal dönüşümü* [Çev.: Tanıl Bora & Mithat Sancar]. İletişim Yayınları.
- Halis, Ç. (2012). *Korku siyaseti ve siyaset korkusu*. İletişim Yayınları.
- Hançerlioğlu, O. (2004). *Felsefe sözlüğü*. Remzi Kitabevi.
- Hegel, GWF (1991). *Hukuk felsefesinin prensipleri* [Çev.: Cenap Karakaya]. Sosyal Kitabevi.
- Herman, ES & Chomsky, N. (2012). *Rızanın üretimi: Kitle iletişim araçlarının ekonomi politikası* [Çev.: Ender Abadoğlu]. İBGST Yayınları.
- Hobbes, T. (2007). *Leviathan* [Çev.: Semih Lim]. Yapı Kredi Yayınları.
- İnceoğlu, M. (2010). *Tutum algı iletişim*. Beykent Üniversitesi Yayınları. No. 69.
- Kağıtçıbaşı, Ç. (1988). *İnsan ve insanlar. Sosyal psikolojiye giriş*. İkinci Baskı. Evrim Basım Yayım Dağıtım.
- Kant, I. (1999). *Pratik aklın eleştirisi* [Çev.: Ioanna Kuçuradi, Ülker Gökberk & Füsün Akatlı]. Türkiye Felsefe Kurumu Yayınları.

- Kapani, M. (1992). *Politika bilimine giriş*. Bilgi Yayınevi.
- Keane, J. (1992). *Medya ve demokrasi* [Çev.: Haluk Şahin]. Ayrıntı Yayınları.
- Kışlalı, AT (2010). *Siyasal sistemler*. İmge Kitabevi. Sayı:4/1, Hangar Marka İletişim ve Reklam Hizmetleri.
- Le Bon, G. (1997). *Kitleler psikolojisi* [Çev.: Selahattin Demirkan]. Hayat Yayınları.
- Locke, J. (2013). *İnsan anlığı üzerine bir deneme* [Çev.: Vehbi Hacıkadiroğlu]. Kabalcı Yayıncılık.
- Machiavelli, N. (1955). *Hükümdar* [Çev.: Yusuf Adil Egeli]. Yıldız Matbaası.
- Mannoni, P. (1992). *Korku* [Çev.: Işın Gürbüz]. İletişim Yayınları.
- Marcuse, H. (1986). *Tek boyutlu insan* [Çev.: Aziz Yardımlı]. İdea Yayınları.
- Marx, K. (2011). *Kapital ekonomi politiğin eleştirisi*. I. Cilt [Çev.: Mehmet Selik & Nail Satlıgan]. Yordam Kitap Basın ve Yayıncılık.
- Maslow, AH (1970). *Motivation and personality*. Harper and Row.
- Meyer, P. (1994). *Hitler İsteseydi...* [Çev.: Ali Dönmez]. Gündoğan Yayınları.
- Milburn, MA (1998). *Sosyal psikolojik açıdan kamuoyu ve siyaset* [Çev.: Ali Dönmez & Veli Duyan]. İmge Yayınevi.
- Montesquieu. (2014). *Kanunların ruhu üzerine* [Çev.: Fehmi Baldaş]. Matsis Matbaa.
- Mutlu, E. (1998). *İletişim sözlüğü*. Üçüncü Basım. Bilim ve Sanat Yayınları.
- Neumann, NE (1992). *The Contribution of Spiral of Silence Theory to an Understanding of Mass Media,* der. Stanley Rothman, *The Mass Media In Liberal Démocratie Socle Iles*, Paragon House.
- Neumann, NE (1998). *Kamuoyu suskunluk sarmalının keşfi* [Çev.: Murat Özkök]. Birinci Baskı, Dost Kitabevi.
- Nietzsche, F. (2001). *İyinin ve kötünün ötesinde* [Çev.: Ahmet İnam]. Yorum Yayınevi.
- Nietzsche, F. (2011). *Yunan tragedyası üzerine iki konferans*. Say Yayınları, Bütün Yapıtları.
- Peltekoğlu, FB (2012). *Halkla ilişkiler nedir?*. Beta Basım Yayım Dağıtım.
- Radcliffe Brown, AR (1968). Din ve toplum [Çev.: Ünsal Oskay]. *A. Ü. Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, 23(4).
- Rousseau, JJ (2006). *Toplum sözleşmesi*. Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Russell, B. (1990). *İktidar* [Çev.: Mete Ergin]. Cem Yayınevi.
- Scheff, Thomas, J. (1994). *Kanlı oç* [Çev.: Mustafa Cemal]. Belge Yayınları.
- Scott, CJ (1995). *Tahakküm ve direniş sanatları* [Çev.: Alev Türker]. Ayrıntı Yayınları.
- Seha LM (1954). Halk efkârı ve yoklanması. *Ankara Üniversitesi. S.B.F. Dergisi*, 3(9).

- Selek, P. (2001). *Maskeler, süvariler, gacılar*. Aykırı Yayıncılık.
- Sennett, R. (2002). *Kamusal insanın çöküşü* [Çev.: Serpil Durak & Abdullah Yılmaz]. Ayrıntı Yayınları.
- Sezer, D. (1972). *Kamu oyu ve dış politika*. Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayınları. No. 339.
- Stanley MH & Thomas CH (1990). Felsefe ve insan doğası [Çev.: Hasan Ünder]. *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 23(2).
- Taplamacıoğlu, M. (1969). *Genel sosyoloji*. Ankara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Yayınları.
- Tocqueville, A., De. (1962). *Amerika'da demokrasi* [Çev.: Taner Timur]. Türk Siyasi İlimler Derneği Yayınları Siyasi İlimler Serisi.
- Topçuoğlu, H. (1961). *XIX. yüzyıl sosyologlarında hukuk anlayışı*. No: 151. Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Yayınları.
- Touraine, A. (1994). *Modernliğin eleştirisi* [Çev.: Hülya Tufan]. Yapı Kredi Yayınları.
- West, D. (1998). *Kıta Avrupası felsefesine giriş* [Çev.: Ahmet Cevizci]. Paradigma Yayıncılık.
- Yaylagül, L. (2013). *Kitle iletişim kuramları*. Dipnot Yayınları.

TATARLI HÖYÜK KANDİLLERİNDE LEVANT ETKİSİ

Hakan GERÇEK¹

Makale Bilgisi

Araştırma Makalesi

DOI: 10.35379/cusosbil.1080200

Makale Geçmişi:

Geliş 28.02.2022

Düzeltilme 28.03.2022

Kabul 15.04.2022

Anahtar Kelimeler:

Tatarlı Höyük,

Kandil,

Hellenistik,

Batı Anadolu,

Levant.

ÖZ

Hellenistik Dönem’de Anadolu’nun belli başlı kentlerinde ortaya çıkmaya başlayan kandillerin kısa sürede birçok merkezde görülmeye başlaması, uzmanları ticaret ya da yerel üretim konusunda çalışmaya zorlamıştır. Bunlardan biri olan Ephesos Tipi Kandiller yalnızca Batı Anadolu değil Levant ve Afrika, hatta Avrupa’nın içlerine kadar geniş bir alana yayılım göstermiştir. Tatarlı Höyük’ün konum olarak Levant Bölgesini Batı ve İç Anadolu’ya bağlayan yollar üzerinde bulunması höyükte Anadolu, Pers ve Roma kültürlerine ait izlerin görülmesine olanak sağlamıştır. Böylece höyükte çok katmanlaşma ve yoğun kültürel çeşitlilik bulunmaktadır. Bu çalışmada ise Tatarlı Höyük Kazısı’nın Hellenistik katmanlarında bulunmuş kandillerin bir grubu ele alınmıştır. İki farklı alt grup altında toplanan bu kandillerden bazıları Levant Bölgesi kandillerinin özelliklerini göstermelerinin yanı sıra form olarak Batı Anadolu Hellenistik Dönem kandillerini de çağrıştırmaktadır. Diğer grup ise doğrudan Hellenistik Dönem’de Levant Bölgesi’nde meşhur olan kandiller grubundandır. Söz konusu kandiller Batı Anadolu ve Levant etkisinin Hellenistik Dönem’de bölgede olduğu gibi Tatarlı Höyük üzerindeki etkisini göstermektedir.

LEVANTINE EFFECT ON THE OIL LAMPS FROM TATARLI HOYUK

Article Info

Research Marketing

DOI: 10.35379/cusosbil.1080200

Article History:

Received 28.02.2022

Revised 28.03.2022

Accepted 15.04.2022

Keywords:

Tatarlı Höyük,

Oil Lamp,

Hellenistic,

West Anatolian,

Levantine.

ABSTRACT

Oil lamps, which started to appear in the certain cities of Anatolia during the Hellenistic Period, began to be seen in many centers in a short time, forcing experts to work on trade or local production. Ephesian lamps, one of them, spread over a wide area not only in western Anatolia, but also in the Levant and Africa, and even in Europe. The fact that Tatarlı Hoyuk is on the roads connecting the Levant region to western and central Anatolia allowed traces of Anatolian, Persian, and Roman cultures to be seen. This study discusses a group of oil lamps unearthed in the Hellenistic layers of the Tatarlı Höyük excavation. Some of these lamps, which are grouped under two different subgroups, not only show the characteristics of the Levantine oil lamps, but also evoke those western Anatolia Hellenistic Period lamps in form. The other group is directly from the group of oil lamps that were famous in the Levant region during the Hellenistic period. The oil lamps in question show the influence of western Anatolia and the Levant on Tatarlı Höyük, as it was in the region during the Hellenistic period.

Yazarlar çalışmanın etik kurallara bağlı olarak hazırlandığını taahhüt eder.

¹ Arş. Gör. Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi, Fen-Edebiyat Fakültesi; Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Arkeoloji Anabilim Dalı, doktora öğrencisi, hakangercek@gmail.com, ORCID: 0000-0002-2101-014X.

Alıntılanmak için/Cite as: Gerçek, H. (2022), Tatarlı Höyük Kandillerinde Levant Etkisi, Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 31 (1), 176-189.

GİRİŞ

Tatarlı Höyük, Akdeniz ticaret yollarına ve Levant Bölgesine yakın stratejik bir noktada yer almaktadır². Bunun yanı sıra höyüğünde içinde bulunduğu bölgenin iç bölgelerle ticari ve kültürel ilişkilerin kurulmasına olanak sağlayan yollar ve geçitler üzerinde bulunması da önemlidir (Durukan, 2015, s. 5). 2007 yılından itibaren aralıksız devam eden kazılar göstermiştir ki bu zamana kadar höyükte Neolitik Dönem'den Bizans Dönemi'ne (Girginer & Oyman-Girginer, 2020, s. 212.; Yıldırım-Açikkol & Sarı, 2020) kadar kesintisiz bir katmanlaşma söz konusudur (Seton-Williams, 1954, s. 170; Girginer & Oyman-Girginer, 2020). Bu çalışmada ele alınan kandiller ise höyüğün Hellenistik Dönem tabakasında ele geçmiştir. Hellenistik Dönem mimarisinin höyüğün geniş bir alanına yayıldığını görülmektedir. Söz konusu dönem kendi içerisinde Hellenistik IIA ve IIB olmak üzere alt gruba ayrılmaktadır (Fırat & Girginer, 2020, s. 151). Birbirini kesen sokakların sınırlarını belirlediği farklı boyutlarda mekanlardan oluşan bir yapılaşma göze çarpar. Duvarlar ise taş temelli olup muhtemelen üzeri kerpiç kullanılarak inşa edilmiştir (Fırat, 2019, s. 117). Genel mimari düzen merkezi bir avlu ya da büyük bir mekân ve bu mekânın etrafına konumlandırılmış daha küçük odaların oluşturduğu yapılaşma şeklindedir (Fırat & Girginer, 2020, s.155). Merkezi yaşam alanı olarak kullanılan büyük mekânın etrafındaki odalardan bazıları atölye olarak kullanılmıştır (Fırat, 2019, s. 71). Atölyelerin birçoğunun tekstil üretimine hizmet ettiği yoğun miktarda ele geçen tezgâh ağırlığından anlaşılmıştır (Girginer & Oyman-Girginer, 2020, s. 213). Tezgâh ağırlıkları dışında oldukça nitelikli başka buluntular da ele geçmiştir. Kandillerin ortaya çıktığı tabaka ile aynı dönemden, sikkeler (Erhan, 2020, s. 55), terracotta figürinler, unguentariumlar, kemik buluntular (Gerçek ve diğerleri, 2019), krem kapları (Akıl, 2017; Girginer & Oyman-Girginer, 2020, s. 214; Fırat, 2019, s. 59), DSA grubu seramikler (Girginer ve diğerleri, 2018, s. 399; Fırat & Girginer, 2020, s. 155), aynı zamanda MÖ 2. yüzyıla tarihlendirilen ve Rhodos Atölyesi üretimi amphoralar da ele geçmiştir (Dündar & Gerçek, 2018; Dündar, 2020, s. 92). Yukarıda bahsedilen ve çalışılan buluntular dışında Hellenistik Dönem'in höyükteki yansımaları anlamak amacıyla, arkeobotanik (Aslan 2012; Al-Bayati, 2019) ve arkeozooloji çalışmaları da gerçekleştirilmiş (Silibolatlaz- Baykara, 2020); bu çalışmalarla höyüğün Hellenistik katmanın tüm verileri değerlendirilmesi amaçlanmıştır.

Hellenistik Dönem Kandillerinde Köken Sorunu

Hellenistik Dönem'de gerçekleşen doğu ve batının yakınlaşması sadece ticari anlamda değil kültürel ve inançsal anlamda da gerçekleşmiş; farklı kültürlerin kaynaştığı sentez yaratımlara neden olmuştur. Antik Dönem ticaret hayatının canlanması ile deniz aşırı ülkelere kadar uzanan ticaret hacmi, benzer malların farklı coğrafi alanlarda kullanılmasına neden olmuştur. Bu durum araştırmacıların köken saptama üzerine yaptıkları çalışmaları zorlaştırmaktadır. Hellenistik Dönem'de yeni kandil tiplerinin ortaya çıkması aynı zamanda piyasada rağbet gören kandillerin ticaretle farklı bölgelere dağılımı ve yerel taklitlerin de eklenmesiyle beraber sayısal olarak büyük bir artış söz konusudur. Çağının metropolü sayılan önemli liman kentleri, örneğin Ephesos (Walters, 1914, s. 46-50), Pergamon (Bailey, 1975, s. 85-87) ve Knidos (Pastutmaz, 2001) gibi yerleşimlere atfedilen kandiller niceliksel olarak oldukça ön plana çıkar. Öte yandan piyasadaki kandil üretimi ve ticaretindeki hegemonyanın yalnızca yukarıda bahsedilen Anadolu kentlerinde olduğu düşünülmemelidir. Hellenistik Dönem'de özellikle MÖ 3. yüzyıl ve erken 2. yüzyılda Atina daha önce Arkaik ve Klasik Dönemde olduğu gibi kendine özgü kandillerle ihracat merkezi olmayı sürdürmüştür. Atina'nın bu kandilleri ve onların yerel üretim taklitleri Doğu Ege, Amisos, Filistin ve Suriye'de sıklıkla karşımıza çıkar (Kassab-Tezgör & Sezer, 1995, s. 71).

Arkeolojide köken araştırmaları özellikle son yıllarda yalnızca kandillere özgü değil, seramikten mimariye kadar her alanda yaygınlaşmıştır. Tarihlendirme önerisinin ardından türün ilk olarak nerede ortaya çıktığı sorusunu çözmeye yönelik çalışmalar yukarıda bahsedildiği gibi arkeolojinin her zaman başlıca uğraşlarından biri olmuştur. Yazıldığı dönem hakkında doğrudan bilgi veren kaynaklar yani epigrafik belgeler kökenlerin saptanması konusunda oldukça önemlidir. Diğer yandan günlük hayatta sıklıkla kullanılan bir kandilin ortaya çıkışı ile ilgili epigrafik bir belge bulmanın zorluğu köken arayışında araştırmacıyı diğer yöntemlere yönlendirmektedir. Son zamanlarda artarak yapılan kil analizleri, ticaret ile temin ya da yakındaki kil yataklarından üretilen yerel üretim eserler konusunda oldukça yararlı sonuçlar sağlamaktadır. Sorunun büyük bir kısmını eş zamanlı olarak birden fazla alanda ortaya çıkan çok fazla örnek oluşturmaktadır. Örneğin Ephesos Tipi

² Adana'nın Ceyhan ilçesine 50 km uzaklıkta bulunan Tatarlı Höyük için bk.: Girginer ve diğerleri, 2011, s. 128. Tatarlı Höyük kandillerinin bilimsel olarak çalışılması ve yayınlanması için verdiği izin ve aynı zamanda göstermiş olduğu her türlü destek ve sağlamış olduğu imkanlardan ötürü Kazı Başkanı Doç. Dr. K. Serdar Girginer'e teşekkürlerimi sunarım.

Kandillerin ortaya çıktığı dönemde diğer birçok kentte örneğin, Delos, Pergamon, Miletos, Knidos, Tralles, Metropolis, Assos, Sardis'te Howland'ın Tip 49 adı altında değerlendirdiği kandiller ile Kıbrıs, Korinthos ve Atina'da bu tipte lokal kandiller üretilmiştir (Fagnoli ve diğerleri, 2021, s. 19).

Bir bölgede yerel üretim yapıldığını gösteren belli başlıca dayanak kazılarda, içerisinde kandilleriyle bulunan fırınlar, kandil kalıplarının varlığı ve kil analizlerinin kil yataklarıyla tutarlılığıdır. Diğer yandan bir kentte belli bir kandilden çokça bulunmuş olması o tipin o kentte ortaya çıkmasından ziyade yoğun kullanıldığını göstermekte olup ilk üretim yeri sorusuna tam bir yanıt değildir.

Tatarlı Höyükte kandil üretildiğine dair şu ana kadar bir kanıt bulunamamıştır³. Bu nedenle kandillerin höyüğe dışarıda bir üretim merkezinden örneğin Tarsus, ya da daha yakın konumdaki Hierapolis – Kastabala veya Anazarbos'tan gelmiş olma ihtimali yüksektir. Her ne kadar Anazarbos'un Roma İmparatorluk Dönemi öncesine ait veriler MÖ 1. yüzyıla ait sikkeler (Erhan, 2015, s. 304) ve yürütülen yüzey araştırmalarında bulunup Hellenistik Dönem'e tarihlendirilen seramik buluntular (De Giorgi, 2011, s. 10) dışında henüz olmasa da kentin bu dönemde de yerleşim gördüğünü düşünmek yanlış olmayacaktır. Bulunan kandillerin genel analogik değerlendirmesine baktığımızda ise, höyükte Kıta Yunanistan'daki Korinthos, Attika ve Rhodos bölgelerinin, aynı zamanda Levant'ın özelliklerini gösteren kandillerin varlığı saptanmış, ek olarak Roma İmparatorluk Dönemi'nde popüler olan bir kandil tipi de ortaya çıkmıştır (Gerçek, 2020, s. 195-210). Kandillerde görülen bu çeşitlilik Hellenistik Dönem'de Tatarlı Höyük'teki yoğun ticari faaliyetlere güçlü kanıtlar sunmaktadır.

1. Tatarlı Tip A (Gri Hamurlu Kalıp Yapımı Kandiller)

Tatarlı Höyük kazılarında bulunan Levant etkili kandiller iki farklı gruba ayrılmıştır. İlk grup içerisinde yer alan kandiller Tatarlı Tip A⁴ başlığı altında incelenmiştir. Bu kandillerin form olarak bazıları Ephesos, bazıları da ayrıntıda Knidos ve Pergamon atölyelerinin kandillerini çağrıştırmaktadır.

Bu grupta ele alınan kandillerin tamamı kalıp kullanılarak imal edilmişlerdir. Seramik üretiminin geçmişi düşünüldüğünde kandil üretiminde kalıbın kullanılması görece olarak oldukça geç bir tarihte ancak Hellenistik Dönem'de MÖ 3. yüzyılın sonlarında başlamıştır (Bailey, 1972, s. 18). Diğer yandan kandil üretiminde kalıbın kullanımının yaygınlaşmasıyla birlikte çarkta yapılan kandiller tamamen ortadan kalkmamış Bizans Dönemi'nde dahi çark, kandil üretiminde kullanılmıştır.



Tatarlı Höyük buluntuları arasında bu gruba dahil edilebilecek beş adet kandil bulunmaktadır. Hamur ve astar renkleri benzeşen kandillerin tümü bikonik bir profil gösterip, oval gövde yapıları 5 No.lu kandil hariç benzerdir. Ek olarak kaideleri iç bükey yuvarlak halka şeklinde biçimlendirilmiştir. 1 No.lu, 2 No.lu ve 3 No.lu kandillerin gövde yapıları birbirlerine oldukça yakındır. Gövdeye paralel halka kulpları diskusun tam orta noktasında bulunun yağ deliğinin boyutu ve konumu aynı zamanda omuz üzerinde bulunan radyal şua bezemesi ilk etapta benzerlik olarak öne çıkar. 1 No.lu kandilin burun kısmının noksanlığı, 2 No.lu ve 3 No.lu kandillere nazaran

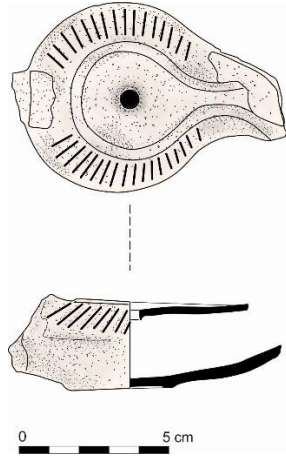
³ İlerde yapılması planlanan kil analizi sonucunda yerli üretimin olup olmadığı konusunda daha tutarlı bilgiler elde edilecektir.

⁴ Bu grup içerisindeki 4 No.lu ve 9 No.lu kandiller daha önce, "Tatarlı Höyük Hellenistik Dönem Kandilleri" adlı makalede "Levant Atölyesi" başlığı altında değerlendirilmiştir. bk.: Gerçek, 2020, s. 195-210.

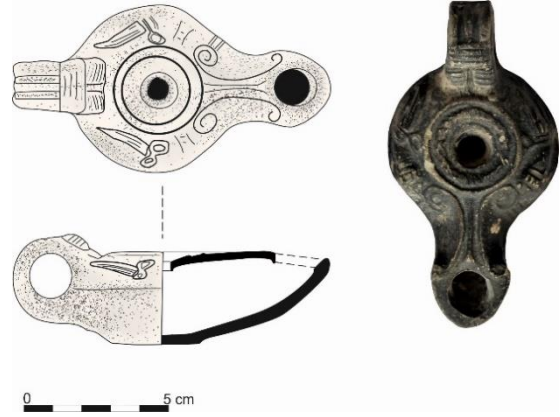
daha fazla olmasına karşın, diğer ikisindeki gibi diskusun etrafından dolanıp burun kısmına uzanan bir kanala sahip olması beklenir.

Knidos Tipi Kandillerin kulplarında bulunan ve tipin önemli ayırt edici özellikleri arasında sayılabilecek yatay ve dikey bantlarla oluşturulan yapı, kısmen stilize olarak 4 No.lu kandilde açıkça görülmektedir. Bu kulp biçimi çoğunluğu çark yapımı Knidos Tipi Kandillerde görülmekte olup, metal kaplara bir öykünme sonucunda oluşturulduğu söylenir (Howland, 1958, s. 126; Pastutmaz, 2001, s. 10). Bu kandilin gövde yapısı 1 No.lu ve 2 No.lu kandillerle benzer şekilde yapılmıştır. 1, 2 ve 3 No.lu kısmen kırık olan kandillerden farklı olarak sağlam ele geçmiş olan kandilin üçgenimsi burnu tam olarak oku ucu burunlu kandiller sınıfına alınamayacak ölçüde yumuşak bir form gösterir. Aynı zamanda diskusu kendisini sınırlayan iç içe iki halka oluşturulmuş formuyla diğerlerinden ayrılır.

5 No.lu kandilin gövdesi orta noktada keskin bir hal alıp kulakçık sayılabilecek bir biçim kazanmıştır. Bu haliyle, gövdenin her iki yanında omuz üzerinde keskinliği ya da yumuşaklığı değişen, kulakçık şekline benzeyen çıkıntılara sahip kendine has bir gövde yapıları bulunan Pergamon Tipine (Bailey, 1975, s. 85) yakın bir görünümündedir. Diğer yandan yuvarlak gövde yapısının yanlarda bulunan kulakçıklarla değişime uğradığı kandil formu Levant Bölgesi'nin Hellenistik Dönem kandillerinde sıklıkla kullanılmaktadır. Örneğin Tell Anafa kazılarının Hellenistik katmanlarında ortaya çıkarılan bu tarz forma sahip kandiller, "Uçurtma Formlu" kandiller olarak değerlendirilmiştir (Dobbins, 2012, s. 132-141).

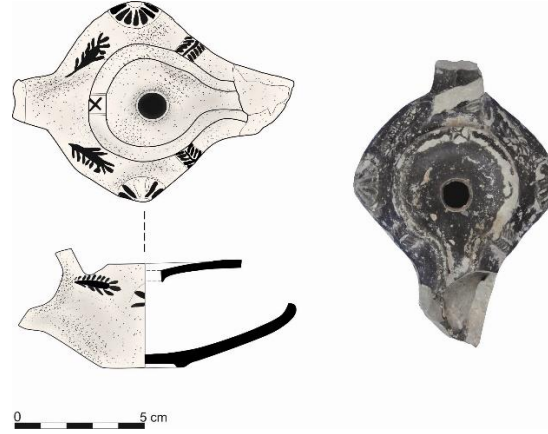


Resim 3



Resim 4

Formlar bir kenara bırakıldığında temel farklılıklar daha çok bezemede kendini göstermektedir. 1, 2 ve 3 No.lu kandillerde bezeme olarak omuz üzerinde radyal şua dizisi bulunmakta ancak şuaların birlerine olan yakınlıkları ve boyutları değişkenlik göstermektedir. Şua motifi dışında burundan gövdeye uzanan çift volüt (4 No. lu kandil), defne yaprakları (5 No. lu kandil) ve bereket boynuzunun bezeme olarak kullanıldığı örnekler de bulunmaktadır. Bunun dışında iki örnekte (2 ve 5 No. lu kandiller) diskus kısmı ile kulpu arasında rezerv alanda bir pano içerisinde X motifi göze çarpar.



Resim 5

Bu örneklerdeki gibi omuz üzerinde şua motifi, defne, bereket boynuzunun bezeme olarak kullanıldığı, bazılarında kulp ile omuzun bağlantı noktasında X bulunan kandiller çok geniş bir coğrafi alanda ele geçmiştir. Diğer yandan atölyeleri konusunda bir birliktelik olmamasına karşın Tarsus ve Antiocheia ön plana çıkmaktadır. Rhodos kazılarında ele geçen ve bugün İstanbul Arkeoloji Müzeleri koleksiyonunda bulunan örnekler için atölye tartışmalı olarak Antiocheia (Suriye) Atölyesi ve tarih olarak da MÖ 1. yüzyıl verilmiştir (Kassab-Tezgör & Sezer 1995, s. 149, Fig. 420, 421). X motifli kandilin Tarsus'ta ele geçen bir örneği MÖ 1. yüzyıla tarihlendirilmiş ve Korinth Tip XVIII adı altında değerlendirilmiştir (Goldman, 1950, Grup IX, s. 90, Fig. 118). Ayrıca bir benzeri Tepebağ Höyük kazısının Hellenistik Dönem tabakasında da bulunmuştur (Şahin 2017, s. 7, Fig. 6). Benzer kandilin Filistin'de Tell Sandahannah'da bulunmuş örneği için Seleukoslar Dönemi ifadesi kullanılmıştır. Aynı alanda Ephesos ve Knidos Tipi'nde kandillerde ele geçmiştir (Bliss & Macalister, 1902, s. 129, 130, Pl. 63.12). Bunun dışında Korinthos örnekleri Type XIX adı altında değerlendirilmiş ve Walters'ın Ephesos tipine atıfta bulunulmuştur (Brooner, 1930, Type XIX s. 66); Kıbrıs örnekleri de Ephesos Tipi adı altında değerlendirilirken yalnızca araştırmacı tarafından bu kandillerin üretim yerinin Tarsus ya da yakınlardaki bir coğrafya olduğu fikri vurgulanmıştır (Oziol 1997, 61-63, Pl. 8, Fig. 138, 139, 142). Antiocheia kazılarında ele geçen örnekler de yine Ephesos Tipi altında değerlendirilmiştir (Waage 1941, type 21-64). Delos'ta bulunan örnekler ise sınıflandırma dışında tutulmuştur (Bruneau 1965, Tip XXVI. Pl 25. N. 435). Atina örnekleri Howland tarafından Type 44D adı altında değerlendirilmiştir (Howland, 1958, s. 142, Type 44D, Fig. 577-578). Kazılar dışında çeşitli müze koleksiyonunda bulunan örneklerden Getty Müzesi bünyesinde bulunan bir örnek için üretim yerinin Anadolu'nun kuzeyi gibi genel bir kavram kullanılmıştır (Bussiere & Wohl, 2017, s. 54, Fig. 66). Menzel ise Mainz'de bulunan örneği yine Tarsus örnekleri ile kıyaslamaktadır (Menzel, 1969, s. 20, 58, Abb. 16).

Yukarıda da değinildiği gibi Tip A altında incelenen kandiller form olarak Ephesos Tipi Kandiller altında da değerlendirilirler. Ephesos Tipi Kandiller adını aldığı kentte yoğun miktarda ele geçmiştir (Bailey, 1975, s. 88). Araştırmacılar tarafından farklı tiplere ayrılan (Bruneau, 1965, XXVI s. 51-78) bu kandillerin çok geniş bir yayılım alanı bulunmaktadır. Gri renkli hamuru ve gri ya da siyah renk astar bu tip için oldukça belirleyicidir (Walters, 1914, s. 16, Kassab-Tezgör & Sezer, 1995, s. 107). Hellenistik Dönem'in ortalarından itibaren görülen bu kandiller yukarıdaki örneklerden anlaşıldığı kadarıyla tüm Batı Anadolu, Akdeniz, Levant hatta Attika'ya kadar ulaşmıştır.

Form olarak birbirlerine çok benzemelerine karşın bezemedeki farklılıkları bulunmaktadır. Defne yaprağı, radyal şua ya da sarmaşık çelenginin kullanımı ile farklı bölgelerde karşımıza çıkarlar (Kassab-Tezgör & Sezer 1995, s. 151). Bu kandillerin ilk olarak nerede üretildikleri tartışmalıdır. Antiocheia bulunanlardan sarmaşık ve şua motifli olanların ithal; mersin yapraklı olanların ise yerel olduğu söylenmektedir (Waage, 1941, s. 61, Fig. 61). Bu kandiller için Suriye'nin, özellikle Antiocheia'nın önemli bir üretim yeri olduğu düşünülmektedir (Kassab-Tezgör & Sezer, 1995, s. 151). Antiocheia'nın bu kandil tipi için atölye olabileceği inancına katkı olarak Suriye'nin önemli arkeolojik alanlarından biri olan Dura-Europos kazılarında çıkan örnekler üzerine yapılan bir çalışmada üretim yerinin yine Antiocheia olma ihtimali üzerinde durulmuş özellikle 4 No.lu kandilin tipinin atölyesinin Dura-Europos olmadığına duyulan inanç vurgulanmıştır (Baur, 1947, s. 8). Benzer

örneklerden yola çıkılarak yapılan analogik yöntem ve kandillerin çıktığı alanın kendi katman değerlendirilmesiyle bu gruptaki kandiller için MÖ 1. yüzyıl başı üretim tarihi olarak verilebilir.

Tatarlı Tip A başlığında ele alınan kandillerin benzerleri bazı araştırmacılar tarafından Ephesos Tipi'ne dahil edilse de bunun aksini savunan görüşler de bulunmaktadır. Özellikle 4 ve 5 No.lu kandillerin kil ve astar renkleri ile 1, 2 ve 3 No.lu kandillere benzese de Ephesos Tipi içerisine dahil edilmeleri zorlama olacaktır. Diğer yandan bir kandil formunun farklı coğrafyada birebir kullanılmasını beklemek yerel etkilerin üretim süreci içerisindeki önemini göz ardı etmek anlamına gelebilmektedir. Kandil tipleri de diğer birçok sanat eserinde olduğu gibi üretim aşamasında farklı durumlardan etkilenecek ortaya çıkarılmıştır. Bu gruptaki kandiller farklı coğrafi bölgelerin özelliklerini alarak yeni bir yaratım şeklinde üretilmiş olmalıdır.

2. Tatarlı Tip B (Levant Tipi Kandiller)

Höyüğün içinde bulunduğu Kilikia, başta Mezopotamya, Kıbrıs, Suriye, Anadolu'nun içleri ve Ege kültürlerine kadar farklı bölgelerle ilişkileri ve bu bölgelerden gelen kültürel çeşitlilikle oldukça özel bir konumdadır (Ünal & Girginer, 2007, s. 50). Coğrafi yakınlık, hem kültürel hem de politik hayatta birçok kez Suriye ile Kilikia'yı bir arada anmamıza vesile olmuştur. MÖ 40-39 yılında Antonius, Kilikia Pedias'ı Suriye Eyaletine bağlamasıyla bu yakınlık siyasi olarak da perçinlenmiştir (Kurt, 2009, s. 131). Bu konum bölge halkının eklektik eserler üretmesine neden olmuştur. Höyük üzerinde baskın Anadolu kültürlerinin etkisiyle birlikte Levant kültürünün birleşiminden doğan birliktelik görülür. MÖ 2. binden itibaren Kilikia Bölgesi, Suriye-Filistin kültürünün etkisi altında şekillenmiş olup yine aynı dönemde Batı Anadolu seramiklerinin Kilikia'da görüldüğü bilinmektedir (Oyman-Girginer, 2006, s. 103-126). Bu durum üretilen eserlere ya da kullanılan malzemelere kadar yansımıştır. Ephesos gibi Hellenistik Dönem'in oldukça önemli ve güçlü bir kentinin baskın ürünlerinden biri olan kandillerin örnekleri hem bölgede hem de höyükte karşımıza çıkar. Yalnızca kandiller değil aynı zamanda ticarete önemli bir değer olan amphora kulpları üzerinde bulunan damgalar da Hellenistik Dönem'de Tatarlı Höyük'te farklı kentlerle ticaret yapıldığını göstermiştir (bk. Dündar & Gerçek, 2018; Dündar, 2020, 89-101). Bu etkileşimlerin yüksek boyutlarda olmasından dolayı atölye konusunda bir kesinlikten söz etmek şu aşamada oldukça güçtür.

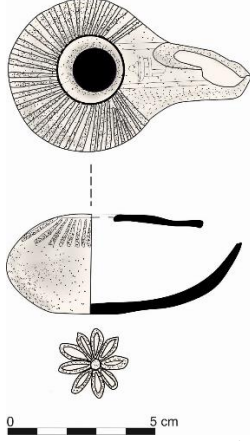
Levant Bölgesi coğrafi olarak Suriye, Ürdün, Lübnan ve İsraili içine alan Mısır ile Anadolu arasında kalan bölgeye verilen addır (Bailey, 1975, s. 235). Tatarlı Höyük'te MÖ 2. binden itibaren Levant Bölgesi özellikle Suriye ile olan ilişkileri gösteren seramik buluntuları ön plana çıkmaktadır (Girginer ve diğerleri, 2011, 134). Bölge seramikleri değerlendirildiğinde kandillerin de oynadığı rol önemlidir. Kandillerin temel işlevi olan aydınlatma dışında sosyal ve dinsel hayatta farklı bir konumda kullanılmalarına örnek olarak mezar hediyesi işlevi görmeleri Levant Bölgesinde MÖ 3. binyıla kadar uzanır ve bu kullanım tarzı Akdeniz coğrafyasında Klasik Dönem'e kadar devam eder (Bailey, 1972, s. 12). Suriye-Filistin Bölgesinde, Demir Çağı'nda basit, çarkta yapılmış kandil tipi sıklıkla kullanılmıştır (Smith, 1964, s. 17). Böylece bölge içerisinde kandil kullanımının köklü oluşu ve yaygınlığı görülecektir. Büyük bir yayılım alanı gösteren Atina kandillerinin erken örneklerinin Levant etkili olduğu Suriye ve Filistin kandillerinin özelliklerinin taşıdığı söylenir. MÖ 11.- 8. yüzyıl doğu örneklerinin Attika'da MÖ 7. yüzyıldan itibaren görülmeye başlanması doğudan gelen sosyal etkinin bir uzantısı olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır (Howland, 1958, s. 7).

İlerleyen süreçte Hellenistik Dönem'in Levant Bölgesi kandilleri için de özgün kandillerin üretiminde rol oynadığı söylenebilir. Özellikle MÖ 2. yüzyılda bu bölgeye özgü gri renkli, başparmak tutamaklı ve radyal şua bezemeli kandillerin üretimine başlanır. Bu dönemde bir popüleriteye sahip olan kandillerin bölgesel taklitleri de ortaya çıkar. Örneğin Suriye kandilleri, Antiocheia'da üretilmiş olanlarla temsil edilirler. Bu kandiller oldukça ünlü olup, bunların Doğu Ege, Güney Anadolu ve diğer bazı merkezlere bol miktarda ihracatı yapılmış ve orada yerel taklitlerinin yapımına geçilmiştir. Üzerlerinin kanallı, radyal şua, sarmaşık ve mersin yaprağı ile bezemeli olması bunların tipik özellikleridir (Kassab-Tezgör & Sezer, 1995, s. 109-110). Tatarlı örnekleri de bu kandiller grubundandır.

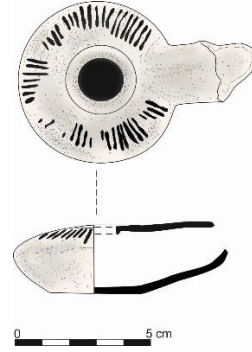
Tümünde ilk bakışta görülen şua motiflerinin, güneş yani doğrudan ışıkla olan bağlantısı ve aynı zamanda bir aydınlatma aracı üzerinde bulunarak rol aldığı etkili anlatım, güneşin inanç üzerindeki önemli rolüne güzel bir örnek olarak karşımıza çıkar. Kandiller, ışık, yaşam, gece ve ölüm birbiriyle ilintili ve ruhani bir bütünlük taşımaktadır. Bu nedenle kandillerin mezar hediyesi olarak kullanılması doğaldır (Proovost, 1976, s. 34). Tarihsel olarak bu motifin kullanılmış olması diğer anlatımların aksine daha anlamlıdır.

Bu grup içerisine altı kandil girmektedir. Hamur renklerine bakıldığında kandiller turuncumsu deve tüyü renginde bir hamurdan imal edilmiş olup hamur ve astarları Tip A'daki kandillerden farklıdır. Yuvarlak gövdeli, kulpsuz şişkin bir omuza sahip olan kandillerin omuzlarında dekoratif amaçlı radyal şua motifleri ya da noktasal

bezemeler bulunmaktadır. Bahsedilen özelliklere sahip kandiller MÖ 3. yüzyıldan itibaren Filistin’de, özellikle Suriye Atölyelerinde hâkim formlardan biri olup yeni formların yaratılmasında Atina’nın ya da Yunan dünyasının oynadığı rolün ortadan kalktığını göstermesi açısından önemlidir (Proovost, 1976, s. 34, Type 1). Bu coğrafya içerisinde spesifik olarak Palmyra üretimi kandiller de sıklıkla karşımıza çıkan omuz bezemesi ve kandilin kendi formu Tatarlı örnekleriyle oldukça benzerdir (Sadurska 1975, s. 49, Fig. 2.2).



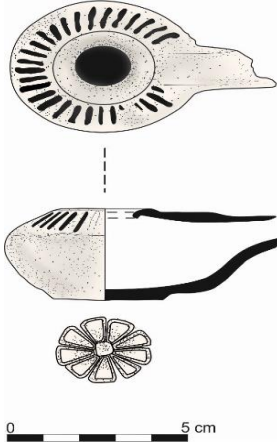
Resim 6



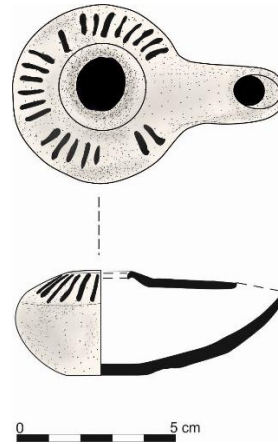
Resim 7



Kandillerin hepsi bikonik gövde yapısına sahipken bazılarında (7, 9, 10 ve 11 No.lu kandiller) gövdenin diğer tarafına geçiş daha keskin verilmiştir. Tabanı düz sayılabilecek oldukça alçak bir kaidenin kullanılmış olması ortak noktalarıdır. Buna karşın bazı örneklerde kaideden burun kısmına geçiş daha belirgindir. Çoğunluğunda burun kısmı noksan olmakla birlikte Ephesos kandillerindeki gibi ok ucu şeklinde burun olarak kabul edilemese de daha yumuşak hatlı sivri burunlara sahip örnekler görülmektedir. Bu grupta ele alınan kandillerin hiçbirinde kulp bulunmaz sadece iki örnekte (8 ve 9 No.lu kandiller) sol tarafta başparmak çıkıntısı gözükmemektedir. Samaria ve Kudüs’te ele geçen bu başparmak çıkıntılı şua bezemeli türün örnekleri MÖ 2. yüzyılın ortaları ile 1. yüzyıla tarihlenen Filistin atölyesine verilmektedir (Kassab-Tezgör & Sezer, 1995, s. 159, Fig. 453-454).



Resim 8

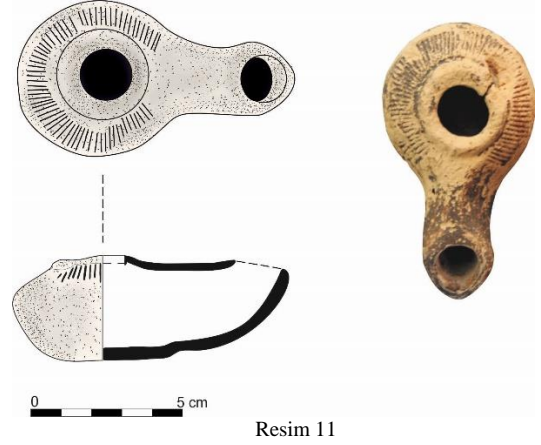
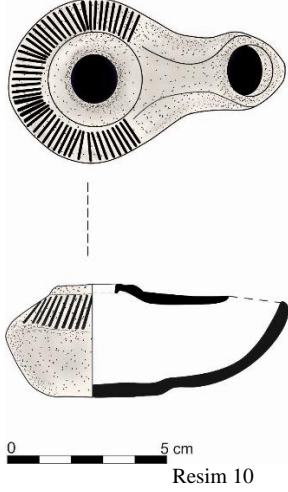


Resim 9



Kudüs’ün atölye olarak verildiği fakat karışık kontekst nedeniyle tarihinden emin olunmamakla birlikte Hellenistik Dönem’in başlarına tarihlenen benzer örnekler de bulunur (Rosenthal & Sivan 1978, s. 125, Fig. 517). Şualar kandiller arasında bir standart oluşturmayıp kalınlıkları ya da sıklığı değişkenlik göstermektedir. Bu bezeme bölge için oldukça popüler motiflerin başında gelip özellikle Filistin’de yapılan kazılarda da ortaya çıkarılan kandillerde sıklıkla görülmektedir. Örneğin benzer örnekler bölgenin önemli arkeolojik alanlarından biri olan Beth-zur’dan bilinmektedir (Lapp, 1961, Type 83.2, A). Tatarlı Höyük kazısında bulunmuş iki örneğin kaidesinde (6 ve 8 No.lu) Hellenistik Dönem’de bölgede çoğunlukla kullanılan rozet çiçek bezemesi

bulunmaktadır. Aynı coğrafyadan Hatay Hipodrom Kazıları'nda ele geçmiş kulplu kandillerde bu bezemeler sıklıkla kullanılmıştır (Kayaş 2019, s. 20, Tip I, Res. 2-26).



SONUÇ

Bir yerleşim yerinde bulunan kültürel çeşitliliği oluşturan temel kaynaklar, ticaret ve dinî inanış gibi birçok etmeden beslenmektedir. Bununla birlikte bu kültürel çeşitlilik hayatın her alanında kendini göstermektedir. Büyük mimari yapılardan günlük hayattan küçük objelere kadar birçok alanda bu çeşitliliğin izlerine rastlamak mümkündür.

Kilikia Bölgesi'nde bulunan birçok höyük gibi Tatarlı Höyük'te yerleşim uzun süre devam etmiştir. Bu yerleşim sürecinin oldukça uzun süre boyunca devam etmesinin başlıca nedeni ticaret, güvenlik, beslenme gibi oldukça temel ihtiyaçları gidermesindeki kolaylıktan kaynaklanmaktadır. Tatarlı Höyük'ün ise iskân gördüğü alanın önemli ticaret rotaları üzerinde olması bu kadar uzun süre yerleşim görmesinin tesadüfi olmadığını göstermektedir. Coğrafi konumun sağlamış olduğu bu imtiyaz höyükteki yerleşimin Neolitik Dönem'den başlayarak Roma İmparatorluk Dönemi içlerine kadar devam etmesine olanak sağlamıştır. Höyük hali hazırda MÖ 2. binden itibaren Suriye ve Filistin ile oldukça yakın bağlar kurmuştur. Bu durumda ek olarak bahsedildiği gibi konum ve ticaret ilişkisi nedeniyle Batı Anadolu'yla bağlantısı da söz konusudur. Özellikle güçlü bir Hellenistik katmanın varlığı bu dönemde atölye olarak kullanılan mimari yapıları ile bu alanlardan ele geçmiş dönemin popüler kandil ve amphora tipleri höyük çevresinde ciddi ekonomik faaliyetlerinin gerçekleştiğini göstermektedir. Bu faaliyetler Batı Anadolu kentleri aynı zamanda Suriye, Antiocheia, Tarsus gibi Levant Bölgesi'nin önemli yerleşimleri ve aynı zamanda Rhodos ve Attika gibi deniz aşırı alanlara kadar uzanmaktadır. Bunun yanı sıra Hellenistik Dönem'de hayvancılık ve bağcılık gibi önemli geçim faaliyetlerinin yapıldığı da görülmüştür.

Sonuç olarak Tatarlı Höyük Hellenistik Dönem tabakaları mimarisi ve buluntularıyla ön plana çıkmaktadır. Bu dönemi anlamaya yönelik yapılan kazı çalışmaları esnasında yukarıda bahsedilen buluntular arasında kandiller de yer almaktadır. Diğer yandan yalnızca kandiller değil örneğin amphoralar gibi diğer seramiklerin varlığı neticesinde höyüğün bu dönem içerisinde ticaretle yoğun olarak ilgilendiği görülmekte, kandiller özelinde farklı coğrafi bölgelere ait tiplerin kullanıldığı anlaşılmaktadır. Bu kandillerin birçoğu coğrafi yakınlık ve geçmişten beri süre gelen ilişkiler neticesinde Levant Bölgesi'nin özellikle Suriye Atölyesinin izlerini barındırmaktadır. Yuvarlak gövdeli, kulpsuz, omuz üzerinde genellikle şua bezemeleri bulunan, bazıları baş parmak çıkıntılı kalıp yapımı bu kandiller Tatarlı Höyük kandil repertuvarında sayısal olarak ön plana çıkan eserler arasındadır. Bunun dışında Hellenistik Dönem'de Batı Anadolu ile de kurulan ekonomik iş birliği içerisinde, bölgede yer alan önemli kentlerinin seramikleri arasında bulunan kandillerin form olarak birebir olmasa da oldukça anımsatıcı benzerlik taşıyan örneklerinin höyükte rastlanmasını neden olmuştur.

Kalıp yapımı olan bu kandillerin hamur renkleri de Batı Anadolu'daki örneklerine oldukça benzemektedir. Diğer yandan omuz ve diskus bölümlerinde kullanılan bezemelerin örnekleri Levant Bölgesi'nde sıklıkla

kullanılan bezeme örnekleri arasında yer almaktadır. Hellenistik Dönem’de oldukça geniş bir yayılım alanına sahip olan Ephesos, Knidos ya da Pergamon kentlerinin kandillerini çağrıştıran Tatarlı Höyük örneklerinin karşımıza çıkması hem ticaret hem de coğrafi yakınlık nedeniyle başlangıçta olağan karşılanabilecekken bahsedilen kandiller ayrıntılı incelendiğinde Levant Bölgesi kandillerinin özelliklerini de gösterdiği görülmektedir. Ayrıntıdaki bu farklılıkların varlığı nedeniyle, Batı Anadolu ile Levant kültürlerinin sentezi üretimlerin karşımıza çıktığı görülmektedir.

KAYNAKLAR

- Akıl, H. (2017). Miniature Cream Vessels from Tatarlı Höyük Dated to the Hellenistic Period. E. Kozal, M. Akar, Y. Heffron, Ç. Çilingiroğlu, TE Şerifoğlu, C. Çakırlar, S. Ünlüsoy ve E. Jean (Eds.), Questions, Approaches, and Dialogues in Eastern Mediterranean Archaeology: Studies in Honor of Marie-Henriette and Charles Gates (s. 667-683). Ugarit Verlag.
- Al-Bayati, RAK (2019). *2017-2018 yılları Tatarlı Höyük (Ceyhan/Adana) kazısından elde edilen Arkeobotaniksel örneklerin değerlendirilmesi* [Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Çukurova Üniversitesi].
- Aslan, F. (2012). *Tatarlı Höyük (Ceyhan/Adana) kazısı Helenistik dönem tabakaları ve çöp çukurlarından elde edilen bitkisel Kalıntıların Arkeobotaniksel yönden değerlendirilmesi* [Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Çukurova Üniversitesi].
- Bailey, DM (1972). *Greek and Roman pottery lamps* (revised ed.). The Trustees of the British Museum.
- Bailey, DM (1975). *A Catalogue of the Lamps in the British Museum I. Greek, Hellenistic and Early Roman Pottery Lamps*. British Museum Publications.
- Baur PCV (1947). Excavations at Dura-Europos: conducted by Yale University and the French Academy of inscriptions and letters. Final report IV. Part III, The Lamps. MI Rostovtzeff, AR Bellinger, FE Brown, NP Toll ve CB Welles (Eds.), Yale University Press.
- Bliss, JF & Macalister, RAS (1902). *Excavations in Palestine, During the years 1898-1900*. Committee of the Palestine Exploration Fund.
- Broneer, O. (1930). *Corinth. Results of Excavations Conducted by the American School of Classical Studies at Athens. Volume IV. Part II: Terracotta Lamps*. The American School of Classical Studies at Athens, Harvard University Press.
- Bruneau, P. (1965). *Les Lampes. Exploration Archéologique de Délos faite par L'École Française D'Athenes, Sous Les Auspices Du Ministère De L'instruction Publique Et Aux Frais De M. Le de Loubat, Éditions E. De Boccard, Paris*.
- Bussiere, J. & Wohl, BL (2017). *Ancient Lamps in the J. Paul Getty Museum*, J. Paul Getty Museum.
- De Giorgi, AU (2011). Hellenistic Founders, Roman Builders: Anazarbos in Cilicia. A. Hoffmann, R. Posamentir ve MH Sayar (Eds.), *Hellenismus in der Cilicia Pedias*. BYZAS 14 (s. 121-138). Ege Yayınları.
- Dobbins, JJ (2012). *The Lamps, Tel Anafa II, ii, Glass Vessels, Lamps, Objects of Metal and Groundstone and Other Stone Tools and Vessels, Etd by A.m.Berlin and C.Herbets, Ann Arbor*.
- Durukan, M. (2015). Anazarbus, Aegeai ve Tarsus kentlerinin ticaret yollarıyla bağlantısı. *Çukurova Araştırmaları Dergisi*, 1 (1), 1-7. <http://dx.doi.org/10.18560/cukurova.13>

- Dündar, E. (2020). Transport Jars from Tatarlı Höyük in Cilicia Pedias: First Observations. KS Girginer, G. Dardeniz, A. Gerçek, F. Erhan, E. Genç, İ. Tuğcu, Ö. Oyman-Girginer, MC. Fırat, H. Gerçek ve MF Tufan. (Eds.), MORS IMMATURA. Amanoslar'ın Gölgesinde Hayriye Akıl Anı Kitabı (s. 89-101). Ege Yayınları.
- Dündar, E. & Gerçek, A. (2018, 15 Mayıs). Imported Hellenistic Stamped Amphora Handles from Tatarlı Höyük (in the Province of Adana-Turkey). *Gephyra*, 15, 153-174. <https://doi.org/10.37095/gephyra.420778>
- Erhan, F. (2015, 30 Nisan). Özel bir koleksiyondan bir grup Anazarbos sikkesi. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. 24 (1), 303-320.
- Erhan, F. (2020, 6 Aralık). Tatarlı Höyük kazısı Numismatik buluntuları (2007-2019) ışığında yerleşim tarihi üzerine değerlendirmeler. *Colloquium Anatolicum*, 19, 47-87.
- Fırat, MC (2019). *Tatarlı Höyük Hellenistik dönem mimarisi, yapım ve taş teknikleri* [Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Çukurova Üniversitesi].
- Fırat, MC & Girginer, KS (2020). Tatarlı Höyük Hellenistik Dönem Mimarisi. KS Girginer, G. Dardeniz, A. Gerçek, F. Erhan, E. Genç, İ. Tuğcu, Ö. Oyman-Girginer, MC. Fırat, H. Gerçek ve MF Tufan. (Eds.), MORS IMMATURA. Amanoslar'ın Gölgesinde Hayriye Akıl Anı Kitabı (s. 149-167). Ege Yayınları.
- Fagnoli, P., Ugarković, M., Sterba, J. & Sauer R. (2021, 30 Aralık). Looking for Ephesian workshops: an integrated petrographic, geochemical, and chrono-typological approach to Late Hellenistic Ephesos lamps. *Archaeological and Anthropological Sciences*, 14, 18-23. <https://doi.org/10.1007/s12520-021-01419-9>
- Gerçek, A., Girginer, KS, Oyman- Girginer, Ö. & Gerçek, H. (2019, 13 Kasım). Bone Artifacts as Witnesses to Cultural Continuity at Tatarlı Höyük. *Cuadernos de Prehistoria y Arqueología de la Universidad de Granada*, 29, 11-25. <https://doi.org/10.30827/cpag.v29i0.9760>
- Gerçek, H. (2020). Tatarlı Höyük Hellenistik Dönem Kandilleri. KS Girginer, G. Dardeniz, A. Gerçek, F. Erhan, E. Genç, İ. Tuğcu, Ö. Oyman-Girginer, MC. Fırat, H. Gerçek ve MF Tufan. (Eds.), MORS IMMATURA. Amanoslar'ın Gölgesinde. Hayriye Akıl Anı Kitabı (s. 195-210). Ege Yayınları.
- Girginer, KS & Oyman-Girginer, Ö. (2020). Tatarlı Höyük'ün Stratigrafisi Üzerine Ön Sonuçlar. KS Girginer, G. Dardeniz, A. Gerçek, F. Erhan, E. Genç, İ. Tuğcu, Ö. Oyman-Girginer, MC. Fırat, H. Gerçek ve MF Tufan. (Eds.), MORS IMMATURA. Amanoslar'ın Gölgesinde. Hayriye Akıl Anı Kitabı (s. 211-250). Ege Yayınları.
- Girginer, KS, Oyman-Girginer, Ö. & Akıl, H. (2011). Tatarlı Höyük Kazısı 2009-2010. *ANMED Anadolu Akdenizi Arkeoloji Haberleri*, 9, 128-134.
- Girginer, KS, Oyman-Girginer, Ö., Tufan, MF, Fırat, MC, Gerçek, A., Kaycı OH, Gerçek, H., & Dündar, E. (2018). 2017 Tatarlı Höyük Kazısı. Kazı Sonuçları Toplantısı 3. Cilt 07-11 Mayıs 2018 Çanakkale, 397-414.
- Goldman, H. (1950). *Excavations at Gözlu Kule, Tarsus Volume I, The Hellenistic and Roman periods*, Hetty Goldman (Ed.), Princeton University Press.
- Howland, HR (1958). *Greek Lamps and Their Survivals, The Athenian Agora*, Vol. 4, American School of Classical Studies at Athens.
- Kassab-Tezgör D. & Sezer, T. (1995) *İstanbul Arkeoloji Müzeleri Pişmiş Toprak Kandiller Kataloğu, Cilt 1 Protohistorik, Arkaik, Klasik ve Hellenistik Dönemler*, Fransız Anadolu Araştırmaları Enstitüsü.

- Kayaş P. (2019). *Antakya Hipodrom ve çevresi kazılarında ele geçen pişmiş toprak kandilleri* [Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi].
- Kurt M. (2009). Roma Cumhuriyeti yönetiminde Kilikya bölgesi ve yerel güçler. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 11, 115-139.
- Lapp, PW (1961). *Palestinian Ceramic Chronology 200 B.C.- A.D.70*, American Schools of Oriental Research,
- Menzel, H. (1969). *Antike Lampen im Römisch-Germanischen Zentralmuseum zu Mainz*. Philipp von Zabern.
- Oyman-Girginer, Ö. (2006, 1 Eylül). Orta ve Geç Tunç Çağlarında Çukurova ve Batı Anadolu'ya genel bir bakış. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 15 (3) (Arkeoloji Özel Sayısı), 103-126.
- Oziol, T. (1977). *Les lampes du Musee de Chypre*, Salamine de Chypre VII, Cartes et dessins par Cl. Bachasson, O. Callot, A. Gaillard, I. Markou, Paris: de Boccard, 7-318.
- Pastutmaz, D. (2001). *1988-1998 yılları arasında Bulunan Knidos kandilleri* [Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi].
- Provoost, A. (1976). Les Lampes Antiques En Terre Cuite: Introduction Et Essai De Typologie Generale Avec Des Details Concernant Les Lampes Trouvees En Italie, Les Lampes Antiques En Terre Cuite, *L'Antiquite Classique*, 5-39. <https://doi.org/10.3406/antiqu.1976.1809>
- Rosenthal R. & Sivan R. (1978). *Ancient Lamps in the Schlessinger Collection*, Qedem, Vol.8, Institute of Archaeology, Hebrew University of Jerusalem, 1-179.
- Sadurska, A. (1975). *Les Lampes Palmyreniennes*. *Archeologia* 26, 1975, S. 46-63. Doi: 10.11588/propylaeumdok.00002650
- Seton-Williams, MV (1954) Cilician Survey", *Anatolian Studies* 4, 121-174.
- Silibolatlaz-Baykara, D. (2020). Archaeozoological Remains in Tatarlı Höyük (Turkey) from Hellenistic Period. KS Girginer, G. Dardeniz, A. Gerçek, F. Erhan, E. Genç, İ. Tuğcu, Ö. Oyman-Girginer, MC. Fırat, H. Gerçek ve MF Tufan. (Eds.), MORS IMMATURA. Amanoslar'ın Gölgesinde. Hayriye Akıl Anı Kitabı (s. 411-425). Ege Yayınları.
- Smith, RH (1964). *The Household Lamps of Palestine in Old Testament Times*, The Biblical Archaeologist, Vol. 27, No. 1 (Feb. 1964), The American Schools of Oriental Research. 1-31. <https://doi.org/10.2307/3210962>
- Şahin, F. (2017). Akdeniz Bölgesi'nde Yeni Bir Kazı: Adana-Tepebağ Höyük. *ANMED News Bulletin on Archaeology from Mediterranean Anatolia*, 15-2017.
- Şahin, F. (2017). Adana/ Tepebağ Höyük Kazısı 2015 Yılı Sonuçları, 38. Kazı Sonuçları Toplantısı 3.Cilt 23-27 Mayıs 2016 Edirne.
- Ünal, A & Girginer, KS (2007). *Kilikia – Çukurova. İlk çağlardan Osmanlılar Dönemi'ne kadar Kilikia'da tarihi coğrafya, tarih ve arkeoloji*. Homer Kitabevi.
- Waage, FO (1941). Lamps. R. Stillwell (Ed.), *Antioch-on-the-Orontes III: The Excavations of 1937-1939* (s. 55-82). Princeton University.
- Walters, HB (1914). *Catalog of the Greek and Roman lamps in British Museum*. Oxford University Press.

Yıldırım Açikkol A. & Sarı, İ. (2020). 2013 Yılı Tatarlı Höyük İskeletleri. KS Girginer, G. Dardeniz, A. Gerçek, F. Erhan, E. Genç, İ. Tuğcu, Ö. Oyman-Girginer, MC. Fırat, H. Gerçek ve MF Tufan. (Eds.), MORS IMMATURA. Amanoslar'ın Gölgesinde. Hayriye Akıl Anı Kitabı (s. 1-9). Ege Yayınları.

KATALOG

Katalog No: 1 Resim 1

Kazı Env. No: TH10 129-1

Buluntu Yeri: AY 190

Ölçüleri: Uz: 9.1 cm Gen: 5,3 cm Yük: 2.7 cm

Hamur/Astar: 7.5YR 7/2 Pinkish Gray; 7.5YR 3/2 Dark Brown

Tanım: Burun kısmı noksandır. Yuvarlak halka kaideye sahip olan kandilin bikonik bir gövdesi bulunmaktadır. Bunun yanında yatay halka kulpu üzerinde şerit bezemeler göze çarpar. Omuz üzerindeki radyal şua bezemeleri ve disus kısmında sadelik görülmektedir.

Benzer Örnekler: Goldman, 1950, Fig. 79; Kassab-Tezgör & Sezer, 1995, Fig. 420, 421; Brooner, Type XIX s. 66, Fig. 28; Oziol, 1997, 61-63, Pl. 8, Fig. 138, 139, 142; Şahin, 2017, s. 7, Fig. 6; Şahin, 2017b, s.170, Res. 5.

Katalog No: 2 Resim 2

Kazı Env. No: TH15 AZ186 92-1

Buluntu Yeri: AZ186

Ölçüleri: Uz: 8,5 cm Gen: 5,7 cm Yük: 2,4 cm

Hamur/Astar: 7.5YR 8/4 Pink; 7.5YR 3/2 Dark Brown

Tanım: Burun kısmı noksandır. Yuvarlak halka kaideye sahip olan kandilin bikonik bir gövdesi bulunmaktadır. Bunun yanında yatay halka kulpu üzerinde şerit bezemeler göze çarpar. Omuz üzerindeki radyal şua bezemeleri ve diskus kısmında sadelik görülmektedir. Bu özellikleri ile Figür 1'e oldukça benzemektedir. Kulbun gövdeye bağlanan kısmında hücre içerisinde gösterilen X motifi göz çarpan bir özelliğidir.

Benzer Örnekler: Kassab-Tezgör & Sezer, 1995, Fig. 420, 421; Goldman, 1950, s. 96 Fig. 83; Bliss & Macalister 1902, Pl. 63, Fig. 12; Brooner, Type XIX, s. 66, Fig. 28; Oziol 1997, 61-63, Pl. 8, Fig. 138, 139, 142; Şahin, 2017, s. 7, Fig. 6. Şahin, 2017b, s. 170, Res. 5.

Katalog No: 3 Resim 3

Kazı Env. No: TH14 AZ186 29/2

Buluntu Yeri: AZ186

Ölçüleri: Uz: 10,5 cm Gen: 5,5 cm Yük: 3,2 cm

Hamur/Astar: 7.5YR 8/4 Pink; 7.5YR 3/2 Dark Brown

Tanım: Gövde yapısı ilk iki kandile oldukça bezemektedir. Ayrıntıda farklılık olarak kulpunda bulunan yatay bant ve omuz üzerindeki bereket boynuzları ön plana çıkar. Bu kandilin burun kısmı korunmuş olup, burundan omuz üzerine uzanan volütler görülmektedir.

Benzer Örnekler: Kassab-Tezgör & Sezer, 1995, 152, Fig. 423, 428; Goldman, 1950, s. 96, Fig. 118; Oziol, 1997, 61-63, Pl. 8, Fig. 138, 139, 142; Getty, 54, Fig. 66; Menzel 1969, 20, Fig. 16. Bruneau 1965, XXVI, Pl.25.N.4357; Bussiere & Wohl, 2017, s. 54, Fig. 66.

Katalog No: 4 Resim 4

Kazı Env. No: TH10 1108-1

Buluntu Yeri: AY 189

Ölçüleri: Uz: 10,6 cm Gen: 7,6 cm Yük: 3,3 cm

Hamur/Astar: 7.5YR 6/2 Pinkish Gray; 7.5YR 3/3 Dark Brown

Tanım: Burun kısmı kırık olan kandilin gövdesi kulakçık sayılabilecek şekilde yanlara doğru uzatılmış vaziyettedir. Diskus kısmı ilk iki kandille benzer olup figür ikide bulunan X bezemesi bu kandilde de görülmektedir. Omuz üzerinde defne ve mersin yaprakları bezeme olarak kullanılmıştır.

Benzer Örnekler: Bliss & Macalister 1902, Pl. 63, Fig. 12; Kassab-Tezgör & Sezer, 1995, Fig. 420, 421; Goldman, 1950, 105, Fig. 85, 89, 91; Şahin, 2017, s. 7, Fig. 6. Şahin, 2017b, s. 170, Res. 5.

Katalog No: 5 Resim 5

Kazı Env. No: TH10 138-1

Ölçüleri Uz: 8,8 cm **Gen:** 6,3 cm **Yük:** 2,9 cm

Hamur/Astar: 7.5YR 7/2 Pinkish Gray; 7.5 YR 3/2 Dark Brown

Tanım: Burun ve kulpu kırık olan kandil ilk iki kandille form olarak aynı yapıdadır. Kandilin omuz üzerinde bulunan radyal şua bezemeleri bu kandilde de görülmektedir.

Benzer Örnekler: Goldman, 1950, s. 95 Fig. 78; Brooner, 1930, Type XIX, s. 66; Fig. 28; Oziol 1997, 61-63, Pl. 8, Fig. 138, 139, 142; Şahin, 2017, s. 7, Fig. 6. Şahin, 2017b, S.170, Res. 5

Katalog No: 6 Resim 6

Kazı Env. No: TH10 2121-1

Buluntu Yeri: AY173

Ölçüleri Uz: 8,1 cm **Gen:** 5,1 cm **Yük:** 3,3 cm

Hamur/Astar: 7.5YR 8/3 Pink; 5R 6/6 Light Red

Tanım: Burun kısmı kırık olan kandil kulpsuzdur. Omuz üzerinde bulunan radyal şua bezemeleri çizgisel sayılabilecek ölçüde oldukça yüzeysel işlenmiştir. Kaidede bulunan çiçek rozet bezemesi göze çarpar.

Benzer Örnekler: Proovost, 1976, s. 34, Type 1; Waage, 1941, Fig. 75, 13c41; Oziol 1997, Pl. 7, Fig. 113; Sadurska, 1975, s. 49, Fig. 2.2.

Katalog No: 7 Resim 7

Kazı Env. No: TH17 AZ184 12/1

Buluntu Yeri: AZ184

Ölçüleri Uz: 7,2 cm **Gen:** 4,0 cm **Yük:** 2,9 cm

Hamur/Astar: 5R 8/2 Light Pink; 5R 6/6 Light Red

Tanım: Form olarak bir önceki kandille aynı özellikler göstermektedir. Kaidede bulunan çiçek rozet bezemesi bu kandilde de görülür. Omuz üzerinde bulunan kabartma şeklindeki başparmak çıkıntısı ile farklılık göstermektedir.

Benzer Örnekler: Waage, 1941, Fig. 75, 13c41; Oziol 1997, Pl. 7, Fig. 113; Sadurska, 1975, 49, Fig. 2.2.

Katalog No: 8 Resim 8

Kazı Env. No: TH17 AZ184 19/3

Buluntu Yeri: AZ184

Ölçüleri Uz: 8,4 cm **Gen:** 5,5 cm **Yük:** 3,5 cm

Hamur/Astar: 5R 8/2 Light Pink; 5R 6/6 Light Red

Tanım: Kandilin sağlam olarak ele geçmiştir. Yuvarlak gövde yapısı kulpsuz olması ve omuz üzerinde bulunan baş parmak çıkıntısı ile diğerleri ile benzeşir. Bu kandilin kaidesinde herhangi bir bezeme görülmemektedir.

Benzer Örnekler: Waage, 1941, Fig. 75, 13c41; Sadurska, 1975, 49, Fig. 2.2.

Katalog No: 9 Resim 9

Kazı Env. No: TH17 AZ 184 10/1

Buluntu Yeri: AZ184

Ölçüleri Uz: 8,6 cm **Gen:** 5,8 cm **Yük:** 2,5 cm

Hamur/Astar: 7.5YR 8/3 Pink; 10R 6/4 Light Brown

Tanım: Kısmen kırık burun kısmı dışında sağlam olarak ele geçmiştir. Kandil oldukça yıpranmış olup omuz kısmında bulunan şua motifleri oldukça silinmiştir. Diğer yandan form olarak bu gruptaki diğer kandillerle eşdeğerdir.

Benzer Örnekler: Waage, 1941, Fig. 75, 13c41; Sadurska, 1975, s. 49, Fig. 2.2.

Katalog No: 10 Resim 10

Kazı Env. No: TH17 AZ184 38/1

Buluntu Yeri: AZ184

Ölçüleri Uz: 10,4 cm **Gen:** 6,2 cm **Yük:** 4,2 cm

Hamur/Astar: 7.5YR 8/4 Pink; 10R 5/6 Red

Tanım: Üçgen burunlu kandil form olarak gruptaki diğer kandillerle oldukça benzer bir yapıdadır. Yağ deliği diğerlerine göre daha çıkıntılı ve kalın dudaklı verilmiştir. Omuz üzerinde bulunan radyal şua bezemesi oldukça yıpranmıştır.

Benzer Örnekler: Oziol 1997, Pl. 7, Fig. 113; Sadurska, 1975, s. 49, Fig. 2.2.

Katalog No: 11 **Resim** 11

Kazı Env. No: TH17 AZ185 61/1

Buluntu Yeri: AZ185

Ölçüleri Uz: 8,9 cm **Gen:** 5,3 cm **Yük:** 3,3 cm

Hamur/Astar: 7.5YR 8/3 Pink; 7.5YR 3/2 Dark Brown

Tanım: Gerek burun kısmı gerekse de yağ deliğinin biçimi ve omuz bezemesi ile Figür 6 ile oldukça benzerdir.

Benzer Örnekler: Proovost, 1976, s. 34, Type 1; Lapp, 1961, Type 83.2, A; Oziol 1997, Pl. 7, Fig. 113; Sadurska, 1975, s. 49, Fig. 2.2

VERGİ SOSYOLOJİSİ KAVRAMI VE İBN-İ HALDUN'UN VERGİ SOSYOLOJİSİ YAKLAŞIMININ İNCELENMESİ

Mutlu YORULDU¹

Makale Bilgisi

Kavramsal Makale

DOI: 10.35379/cusosbil.1064859

Makale Geçmişi:

Geliş 29.01.2022

Düzeltilme 17.02.2022

Kabul 03.03.2022

Anahtar Kelimeler:

Mali Sosyoloji,

Vergi Sosyolojisi,

Vergi Kültürü,

Vergi Uyumu,

İbn-i Haldun.

ÖZ

Devletin vergi politikalarının ve uygulamalarının toplumsal tutum ve davranış kalıplarında meydana getirdiği etkiyi inceleyen bilimsel alan, mali sosyoloji alanının iki önemli bileşeninden biri olan “vergi sosyolojisi” alanıdır. Literatürde vergi sosyolojisi daha çok mali sosyoloji içinde incelenmekte ve vergi sosyolojisine ilişkin bağımsız çalışmalar pek bulunmamaktadır. Vergi sosyolojisi tarih bağlamında irdelendiğinde 1375 yılında İbn-i Haldun tarafından kaleme alınan “Mukaddime” adlı eserde önemli bilgilere rastlanmakta ve eserde devlet tarafından uygulamaya konulan vergi politikalarının toplumun tutum ve davranışlarını nasıl etkilediği ve toplumun iktisadi kararları üzerinde ne denli belirleyici olduğu vurgusu yapılmaktadır. Bu çalışmanın amacı, mali sosyoloji kavramını tanımlamak, bu kavramın önemli bir parçasını oluşturan vergi sosyolojisi kavramını; vergi sosyolojisinin bileşenleri, etkileyen faktörleri ve vergi direnci kapsamında ele almak ve konuyu İbn-i Haldun’un vergi sosyolojisi yaklaşımıyla açıklamaktır. Çalışmada nitel araştırma tekniklerinden dokümantasyon tekniğine göre analiz gerçekleştirilmiştir.

TAX SOCIOLOGY CONCEPT AND EXAMINATION OF IBN AL-KHALDUN'S APPROACH TO TAX SOCIOLOGY

Article Info

Conceptual Article

DOI: 10.35379/cusosbil.1064859

Article History:

Received 29.01.2022

Revised 17.02.2022

Accepted 03.03.2022

Keywords:

Fiscal Sociology,

Tax Sociology,

Tax Culture,

Tax Compliance,

İbn-i Khaldun.

ABSTRACT

The field of “fiscal sociology”, which is considered a sub-branch of fiscal science, examines the changes in attitudes and behavior that occur in society as a result of the use of the state's fiscal policy tools. When tax sociology is examined in the context of history, important information is found in the work “Mukaddime” (Introduction) written by Ibn Khaldun in 1375, and the work emphasizes how tax policies implemented by the state affect the attitudes and behaviors of society and how decisive society is on economic decisions. This study aims to define the concept of financial sociology, the concept of tax sociology which forms an important part of this concept; discussing the components of tax sociology, influencing factors and tax resistance in the context of tax resistance and explaining the issue with Ibn-i Haldun's tax sociology approach. In the study, qualitative research techniques were analyzed using documentation technique.

Yazarlar çalışmanın etik kurallara bağlı olarak hazırlandığını taahhüt eder.

¹ Dr. Öğr. Üyesi, Balıkesir Üniversitesi, Maliye Bölümü, mutluyoruldu@gmail.com, ORCID: 0000-0002-1010-2938

Alıntılanak için/Cite as: Yoruldu, M. (2022), Vergi Sosyolojisi Kavramı Ve İbn-i Haldun'un Vergi Sosyolojisi Yaklaşımının İncelenmesi, Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 31 (1), 190-203.

GİRİŞ

Çağdaş devletlerin bütçe uygulamalarında yer alan kamusal gelir kaynakları içinde en büyük paya sahip olması hasebiyle en önemli gelir kaynağını vergiler oluşturmaktadır. Devletler açısından verginin ve vergilendirmenin önemi ortadayken, salınan ve tahsil edilen vergiler nedeniyle toplumda oluşan vergi yükünün adil ve dengeli dağıtılmasının gözetilmesi vergi sosyolojisi açısından belirleyici olmaktadır. Mali sosyolojinin en önemli ayağını oluşturan vergi sosyolojisi, vergilendirme karşısında toplumun reflekslerini ölçmeye ve değerlendirmeye çalışan, maliyenin bir alt disiplini. Mali sosyoloji, devletin yaptığı kamusal hizmet ve harcamaların toplumun tutum ve davranışlarına yansımaları değerlendiren ‘hizmet sosyolojisi’ veya ‘harcama sosyolojisi’ alanını ve vergilendirmenin toplumsal tutum ve davranışlarını inceleyen “vergi sosyolojisi” alanını kapsamaktadır.

Vergi sosyolojisi kavramı, toplumun vergi kültürü yapısı ile vergi uyumu ve vergi bilinci ve ahlâki konularıyla doğrudan ilgilidir. Toplumun gelenek ve görenekleriyle vergilendirmeye bakış açısını ortaya koyan vergi kültürünün toplumda yerleşmiş olması, yeni konulan bir verginin veya vergi oranlarında artışın daha kolay benimsenebilmesine zemin hazırlayabilmektedir. Diğer taraftan vergi kültürünün toplumda oturmuş olması, toplumun vergi ödeme isteğini arttırarak, vergiye gönüllü uyum sağlaması sonucu da doğurabilmektedir. Devletin vergi kanunlarını ve politikalarını oluştururken, temel vergilendirme ilke ve standartlarına uyulup uyulmaması, vergi oranlarının belirlenmesi ve vergi yükünün toplumda dağıtılması, vergi sisteminde yer alan vergi kolaylıklarının kapsamı, vergi sosyolojisinin belirleyicilerini oluşturmaktadır. Sosyoloji ve maliye tarihi içinde vergi sosyolojisiyle ilgili pek çalışma bulunmamaktadır. Literatürdeki yabancı ve yerli çalışmalar daha çok genel anlamda mali sosyoloji üzerinde yoğunlaşmıştır. Mali sosyoloji kavramına ilk kez değinen düşünür ise 1375 yılında yazmış olduğu “Mukaddime” adlı eserle İbn-i Haldun olmuştur. İbn-i Haldun Mukaddimesinde, genel olarak devlet yönetiminin işleyişine ilişkin durum tespitleri yapmış ve özellikle mali olayların toplumun tutum ve davranışları üzerinde oluşturduğu değişimleri hem harcama sosyolojisi hem de vergi sosyolojisi boyutuyla ele alarak değerlendirmiştir.

Bu çalışmada vergi sosyolojisi kavramı tüm yönleriyle incelenmektedir. Çalışmanın amacı, mali sosyoloji kavramının parçasını oluşturan vergi sosyolojisi kavramını bütüncü bir yaklaşımla ele alarak, İbn-i Haldun’un vergi sosyolojisi yaklaşımıyla açıklamaktır. Çalışmada nitel araştırma tekniklerinden dokümantasyon tekniğine göre analiz gerçekleştirilmiştir.

LİTERATÜR TARAMASI

Mali Sosyoloji Kavramı

Sosyoloji, bilim olarak 19. yüzyılda ortaya çıkan ve toplumdaki insanların etkileşimini biçimsel açıdan incelemeyi amaçlayan bir bilim dalıdır. Diğer bir tanımlamayla sosyoloji, insanın toplumsal yaşamının, insan grupları ile etkileşiminin bilimsel, sistematik ve planlı incelemesi olarak belirtilebilir (Giddens, 2008, s. 38). Başka bir ifadeyle ise “insan toplumlarının ve toplumu oluşturan gruplardaki insan davranışlarının bilimsel olarak incelenmesi” şeklinde tanımlanabilir (Kornblum & Smith, 2008, s. 4).

Sosyoloji bilimi, toplumda meydana gelen ve etkileri ve sonuçları toplumda görülen tüm ekonomik, mali, kültürel, siyasi vb. tüm olayların insan ve toplum davranışları üzerinde meydana getirdiği değişiklikleri ele almaktadır. Bu değişimleri belirli bir sistematik içinde yorumlayabilmek için “tarih” biliminden faydalanmaktadır. Dolayısıyla “sosyoloji” ve “tarih” bilimleri birbirini tamamlayan ve anlamlandıran etkileşim halinde iki bilim dalı olarak değerlendirilebilir.

Mali olaylar, devlet kurumunun varlığından beri süregelmiştir. Bu olaylar, mevcut toplumsal kaynakların bir kısmına devlet tarafından el konulması ve kullanılması şeklinde ortaya çıkmaktadır. Bu nitelikleri gereği olarak mali olaylar, iktisadi özellikleri ağır basan sosyolojik olaylardır (Çelebi, 2012, s. 2). Müdahaleci devlet anlayışının ortaya çıkması ve neoklasik iktisat anlayışının gelişmesiyle birlikte mali olaylar yoğunlaşmış ve devletin piyasadaki aksaklıkların telafisi ve kaynak tahsisinde etkinliği sağlamak amaçlarıyla kamu maliyesi araçlarını kullanması sonucu, bu olayların toplumda oluşan etkileri belirginleşmiştir. Diğer bir ifadeyle, ekonomik faaliyetler ile maksimum fayda oluşturarak ihtiyaçların giderilmesi, kaynakların piyasa ve kamu ekonomisinde alternatif kullanım yerleri tercihinin yapılmasının gerekliliği sonucunda, kamunun kolektif ihtiyaçları karşılamaya yönelik ekonomik girişimleri “mali olaylar” olarak tarif edilebilir. Devletin elindeki çeşitli müdahale araçlarının bir kısmını oluşturan mali araçların kullanımının, ekonomide meydana getirdiği etkiler mali olayları ortaya çıkarmıştır (Tokatlıoğlu & Selen, 2017, s. 7). Dolayısıyla kamunun ekonomik

faaliyetleri olan mali olaylar, ortak ihtiyaçların tatminine yönelik olarak kamu gelirlerinin elde edilmesi ve kullanılması ile ortaya çıkan ekonomik ve sosyal tesirleri bulunan olaylardır (Yılmaz, 2020, s. 7).

Mali sosyoloji kavramı, mali olayların toplumdaki mükellefler ve toplumun geneli üzerinde oluşturduğu etki ile ortaya çıkan tutum ve davranışların tümünü kapsamaktadır. Devletin başta vergiler olmak üzere, kamu harcamaları, kamu bütçesi ve kamu borçlanmasını kullanarak neden olduğu mali olayların toplumdaki mükellefleri ve mükelleflerin kendi aralarındaki etkileşimi ne türlü ve ne ölçüde etkilediğinin saptanması, maliye disiplininin bir alt dalını oluşturan mali sosyolojinin inceleme alanını oluşturmaktadır. Mali sosyoloji, birtakım mali olayları, sosyolojik yöntemleri kullanarak, toplumsal dinamiklere göre bir bütünlük içinde açıklamaya çalışmaktadır (Kurtkan, 1968, s. 12-13).

Mali sosyoloji, vergilerin, harcamaların ve diğer mali araçların siyasal, kültürel ve tarihsel faktörler gibi ekonomik olmayan faktörlerden nasıl etkilendiği ve bunları nasıl etkilediği hususunda analiz yapan normatif yaklaşım olduğu belirtilebilir (Sert, 2011, s. 6). Mali sosyoloji disiplini, mali politikaları ve onların etkilerini biçimlendiren karmaşık toplumsal etkileşimlerini, tarihsel ve kurumsal bir yaklaşımla incelediğinden bu yönüyle benzer diğer disiplinlerden ayrılmaktadır (Campbell, 1993, s. 164).

Batı'da mali sosyoloji kavramı ilk olarak 1917 yılında "Devlet Sosyalizmi ya da Devlet Kapitalizmi" adlı çalışmasıyla Avusturyalı düşünür Rudolf Goldscheid tarafından geliştirilmiş ve literatüre kazandırılmıştır (Gürkan, 2014, s. 47-48). Goldscheid, geliştirdiği mali sosyoloji kavramıyla ilgili kapsamlı düşüncelerini 1958 yılında yayımlanan "Kamu Maliyesi Problemlerine Sosyolojik Bir Yaklaşım" adıyla bilinen çalışmayla dünyaya duyurmuştur (Dayıoğlu, 2018, s. 47). Goldscheid, genel olarak çalışmalarında, kamu maliyesi açısından vergi gelirleri başta olmak üzere kamu gelirleri ile kamu harcamalarını bir bütün olarak değerlendirerek bu iki parçanın birbirleriyle kıyaslanmasından ziyade toplum yapısında meydana getirmiş oldukları değişimlerin incelenmesi gerektiğini savunmuştur (Musgrave, 1992, s. 100). Aynı zamanda kapitalist bir sistemde devlet açısından vergi gelirlerinin son derece önemli olduğunu ve devletin gücünü temin edebilmesi açısından tek başına yeterli bir kaynak olmadığını belirtmiştir (Backhaus, 2001, s. 9).

Daha sonra Schumpeter Goldscheid'in bu yeni kavramsal yaklaşımını eleştirerek, mali sosyoloji kavramını farklı bir bakış açısıyla değerlendirmiştir. Schumpeter mali sosyolojiye ilişkin kuramsal varsayımlarını ilk olarak 1918 yılında ifade etmiş daha sonra 1991 yılında derlenerek yayımlanan "Vergi Devletinin Krizi" adlı çalışmasında, bu kuramsal varsayımlarının detaylarına yer verilmiştir. Schumpeter, mali sosyoloji kavramını Goldscheid gibi vergilendirme üzerine oturtmuş ve Goldscheid'in vergilendirmeye bakış açısını eleştirmiştir. Schumpeter'e göre kapitalist sistem devlet üzerinde mali açıdan genişletici etki oluşturarak devleti, aşırı vergilendirme gibi hatalı mali politikalara yönlendirdiğini bu durumda toplumsal ve ekonomik yapıyla uyumadığını ve neticede bir kriz ortamının doğmasına yol açtığını ifade etmiştir (Schumpeter, 1991, s. 120-121).

İslâm dünyasının en önemli düşünürlerinden olan İbn-i Haldun'un, devletin mali araçlarla oluşturduğu mali olaylar ile toplum arasındaki etkileşimi diğer bir ifadeyle devlet harcamaları ile vergilerin toplum üzerindeki etkilerini 1375 yılında yani 14. yüzyılda yazmış olduğu "Mukaddime" adlı eserinde ifade ettiği görülmektedir. Haldun'un mali konulardaki söylemleri, sosyal hayatın bütün kurumlarını kapsayan kültür bilimi ile etkileşim halinde olduğundan, bu söylemlerine maliye sosyolojisi denilmektedir (Falay, 1978, s. 51). Başka bir ifadeyle mali sosyoloji disiplininin dünya genelinde ilk ortaya çıkışı İbn-i Haldun'a dayandırılmaktadır. Batı'da ise Goldscheid ve Schumpeter gibi düşünürlerin çalışmalarıyla ilk olarak 20. yüzyılın başlarında önem kazanarak, geliştirilmeye çalışılmıştır. Dolayısıyla mali olaylar ile toplum arasındaki etkileşimin Batı'dan önce İslâm dünyasında kurulduğu ve mali sosyoloji özünde de vergi sosyolojisi kavramının temellerinin ilk olarak "Mukaddime" adlı eserle İbn-i Haldun tarafından atıldığı ifade edilebilir.

Vergi Sosyolojisi Kavramı, Bileşenleri, Etkileyen Faktörleri ve Vergi Direnci

Mali sosyoloji kavramı, mali olayların toplum nezdinde oluşturduğu etkiler nedeniyle mükelleflerde meydana gelen tutum ve davranış değişimlerini incelemektedir. Diğer bir ifadeyle, devlet tarafından devlet bütçesi vasıtasıyla gerçekleştirilen kamu harcamalarının toplumla etkileşimi bir inceleme alanı iken; diğer bir inceleme alanını ise kamu gelirleri içinde en büyük paya sahip olan vergilerin ve vergilendirme sürecinin toplumla etkileşimidir. Dolayısıyla vergi sosyolojisi, mali sosyolojinin bir alt dalı olarak kabul edilmektedir.

Vergi sosyolojisi, vergilerin toplumdaki mükelleflerin toplumsal tutum ve davranışları üzerindeki etkilerini inceleyen bir kavramdır. Vergi sistemine yeni bir vergi salma veya mevcut vergiyi kaldırma, vergi oranlarını, muafiyetlerini, istisnalarını ve indirimlerini düzenleme, vergi tarhi, tebliği, tahakkuku ve tahsiline ilişkin uygulamalar gibi vergilendirmeye ilişkin her husus doğrudan bireyleri ve toplumu etkileyebilmektedir. Bunun

sonucunda toplumun vergilendirme süreçlerinden etkilenmesi hem bireylerin tutum ve davranışlarında hem de bir bütün olarak toplumun vergiye karşı bakış açıları üzerinde değişiklikler oluşturabilmektedir. Kimi zaman mükellefler vergilendirme olaylarının kendi üzerlerinde oluşturduğu etki ile vergi kaçırma ve vergiden kaçınma gibi bireysel tutum ve davranışlar sergilerken, kimi zaman ise vergilendirmenin etkileri neticesinde vergi isyanı gibi toplumsal hareketlenmeler ortaya çıkabilmektedir.

Vergi Sosyolojisi Kavramının Bileşenleri

Vergi sosyolojisi kavramını meydana getiren üç sacayağı bulunmaktadır. Söz konusu bileşenler, vergilendirmeye ilişkin tüm süreçlerin toplumsal etkilerinin nasıl oluşacağını tespit etme açısından önem taşımaktadır. Belirtilen üç bileşen; “vergi kültürü”, “vergi uyumu” ve “vergi bilinci ve vergi ahlâkı” kavramlarıdır.

Vergi Kültürü

Vergilendirmeye karşı bakış açısını ifade eden vergi algısı, toplumdan topluma değişiklik gösterebilmekte ve vergi mükelleflerinin vergilendirmeye karşı tutum ve davranışlarının bir sonucu olarak oluşturdukları tepkiler de farklılaşabilmektedir. Bu husus, toplumsal ve bireysel kültürü meydana getiren önemli bileşenlerden birinin vergi olduğunu belirtmekte ve her bir kültürün kendisine özgü bir de vergi kültürünü oluşturduğunu göstermektedir. Kültür; dil, din, tarih, ırk, iktisadi ve mali anlayış, mülkiyet anlayışı, coğrafi özellikler gibi birçok faktörü tanımlamakta, vergi kültürünü ise devletlerin mali politikalarının parçasını oluşturan vergi politikaları tayin etmektedir (Gencel & Kuru, 2012, s. 31). Vergi sosyolojisinin üç ana bileşeninden biri olan vergi kültürünü; tarih, sosyoloji, iktisat ve maliye disiplinlerinin bir sentezinden doğduğunu söylemek mümkündür (Nerre, 2008, s. 154).

Vergi sosyolojisi literatürüne bakıldığında, vergi kültürü kavramını ilk kez, 1926 yılında Franz Meisels tarafından kullanıldığı görülmektedir (Sinkuene & Levisauskaite, 2010, s. 31). 1929 yılında ise Schumpeter tarafından yayımlanan “Gelir Vergisinin Ekonomisi ve Sosyolojisi (Economics and Sociology of the Income Tax)” adlı çalışmada vergi kültürüne ilişkin ilkelere bahsedilmiştir. Schumpeter söz konusu çalışmada vergi kültürünü; “herhangi bir sosyal kurum gibi alınan her vergi, kendisinin ekonomik ve psikolojik açıdan uygunluğunu ve geçerliliğini ifade etmektedir. Ancak, vergi sistemi içinde toplum kurallarına uymayan hiçbir şey, diğer tüm sosyal kurumlar gibi sonsuza kadar yaşayamaz, değişim ve gelişim onu yavaş yavaş aşındırır” şeklinde izah etmiştir (Nerre, 2008, s. 2-3).

Alman düşünür Armin Spitaler ise vergi kültürünün tanımlamasını yaparken gelişmiş ve gelişmekte olan ülke ayırımını kullanarak, vergi kültürünün, toplumların ekonomik, sosyal, kültürel, coğrafi, tarihi ve sosyolojik yapılarından etkilendiğini ve bu yüzden vergi kültürünün ülkeden ülkeye değişiklik göstereceğini ifade etmiştir (Işık, 2009, s. 7). Vergi kültürü kavramının literatür taramasını gerçekleştirerek bir tanımlama ortaya koymaya çalışan Nerre ise vergi kültürünü, “bir ülkenin vergi kültürü içinde tarihsel olarak yer alan ulusal vergi sistemi ve onun uygulamalarıyla etkileşim içinde olan tüm resmi ve gayri resmi kurumlar bütünüdür. Buna göre vergi kültürü, vergilendirme kültürü ve vergi ödeme kültüründen çok daha fazlasını kapsamına almaktadır” şeklinde açıklamaktadır (Nerre, 2008, s. 9).

Vergi Uyumu

Vergi uyumu kavramı, “tax compliance” kavramının Türkçe karşılığı olarak kullanılmakta ve vergi ödeme istekliliği olarak tanımlanmaktadır (Güner, 2008, s. 11). Vergi uyumu kavramına Türk literatüründe ilk kez Günter Schmolders “Mali Psikoloji” adlı çalışmada değinmiştir (Schmolders, 1968, s. 13-15). Bu çalışmada vergi uyumu kavramı pek çok farklı açıdan ele alınarak tanımlanmaya çalışılmıştır. Vergi uyumu, özünde vergi ödeme istekliliğini ifade etmekte ise de yapılan daha geniş tanımlamalar, vergi uyumunun taşınması gereken özelliklerini belirginleştirmiştir. Vergi uyumu; mükelleflerin veya kurumların, vergi idaresinin herhangi bir zorlaması olmadan kanunların lafzına, ruhuna ve tatbikine yönelik hareket tarzlarını açıklamaktadır (James & Alley, 2004, s. 32). Dolayısıyla gerçek vergi uyumunun zorunlu olamayacağı, gönüllü uyumun vergi uyumu olarak değerlendirilebileceği vurgulanmaktadır. Diğer bir ifadeyle vergi uyumu, toplumda kişi ve kurumların, herhangi bir müdahale ve yaptırım baskısını düşünmeden kendi iradeleriyle vergilendirmenin her aşamasını (belge düzenleme, muhasebe defter ve kayıtlarını tutma, beyanname düzenleme ve tarh ve tahakkuk ettirilen verginin zamanında ödenmesi) kanunlara ve usule uygun, doğru ve tam olarak yerine getirmeleri durumunu ifade etmektedir.

Vergi uyumu kavramı, vergi ahlâkı ve vergi bilinci kavramlarıyla yakından ilgilidir. Vergi ahlâkı ve vergi bilinci kavramlarının, vergiye gönüllü uyumu destekleyen ve belirleyen kavramlar olduğu ifade edilebilir.

Vergi Bilinci ve Vergi Ahlâkı

Literatürde, vergi bilinci kavramıyla ilgili olarak pek çok tanımlama yapılmıştır. Dolayısıyla üzerinde uzlaşılan tek bir tanımlamadan bahsetmek mümkün değildir. Yapılan vergi bilinci tanımlamalarının ortak noktası, vergi bilincini vergi algılamaları ve bu algılamaların insan davranışları üzerindeki etkilerini ölçmeye çalışmasıdır. Vergi bilinci, devletin varlık nedenini bilen ve yerine getirmesi gerekli olan kamusal hizmetlerin ve harcamaların farkında olan bireylerin, vergi ile ilgili ödevlerini ve sorumluluklarını usulüne uygun olarak yerine getirmesi olarak tanımlanabilir (Organ & Yegen, 2013, s. 243). Vergi bilincine sahip vergi mükellefleri, devletin vergiye ihtiyacı olduğu gerçeğini içselleştirebilmekte ve vergi ödeme hususunda istekli davranabilmektedirler (Teyyare & Kumbaşı, 2016, s. 4). Diğer bir tanımlamayla vergi bilinci, verginin kamusal hizmet sunumunun gerçekleştirilebilmesi için önemli olduğunun farkında olan bireylerin, vergi ile ilgili ödevlerini yerine getirme istekliliğini ölçmeye çalışan bir kavramdır (Akdoğan, 2011, s. 190). Bu isteklilik düzeyi özellikle eğitimle artırılabilir. Bu yönüyle, vergi bilinci olan bireylerin oluşturduğu toplum, vergi sosyolojisi alanına olumlu katkı sağlar ve vergi sosyolojisinin önemli bir bileşenini meydana getirir.

Vergi ahlâkı ise bireyin, vergi ödeme konusunda sahip olduğu içsel bir motivasyon olarak tanımlanabilir (Torgler, 2007, s. 4). Bireyin vergi ödeme konusunda içsel motivasyonunun bulunması, üzerinde vergi idaresinin ve vergi kanunlarında düzenlenmiş yaptırımların baskısını hissetmeksizin vergi ödemeyi kabullenmesi şeklinde ifade edilebilir. Vergiyi ödenmesi gereken bir sorumluluk olarak gören birey, vergiye gönüllü uyum sergilemektedir. Dolayısıyla bireyden başlayarak topluma yayılabilen vergi ahlâkı, vergi sosyolojisine olumlu katkı sunmaktadır.

Vergi Sosyolojisini Etkileyen Faktörler

Vergilendirmeye ilişkin pek çok unsur, vergi sosyolojisi üzerinde belirleyici etki doğurabilmekte ve vergilendirmeye karşı toplumsal bir tutum ve davranışa dönüşerek, vergilendirmeye karşı kişisel ve toplumsal bakış açılarının yansımaları olan sonuçları ortaya çıkarabilmektedir. Vergi kültürü, vergi uyumu, vergi bilinci ve vergi ahlâkı kavramları, yukarıda ifade edildiği gibi vergi sosyolojisinin bileşenlerini oluşturmaktadır. Bu bileşenleri şekillendiren ve vergi sosyolojisini etkileyen faktörler ise genellikle, vergi sisteminden ve vergi sisteminin uygulanmasından kaynaklanmaktadır. Diğer bir ifadeyle vergi sisteminin durumu ve uygulanma biçimi, toplumun vergi algısını etkileyebilmektedir. Vergi sosyolojisini etkileyen faktörlerin en önemlileri; vergi mevzuatının karmaşıklığı, vergi oranları, vergi yükü, vergi muafiyet, istisna ve indirimleri, vergi ertelemeleri ve vergi afları olarak belirtilebilir.

Vergi Sisteminin Karmaşıklığı

Vergi karmaşıklığı, vergi sistemleri ve vergi kanunları oluşturulurken ortaya çıkan ve vergi mükellef ve sorumlularını doğrudan ya da dolaylı olarak etkileyebilen yapısal problemdir. Vergi karmaşıklığının vergi kanunlarındaki karmaşıklıkla ilgili ve doğru orantılı olduğu belirtilebilir (Saad, 2014, s. 1071). Vergi karmaşıklığının kaynağı vergi kanunları iken, karmaşıklığın net ve tek bir tanımlaması bulunmamaktadır. Slemrod 1989 yılında yayımladığı çalışmada, vergi karmaşıklığına neden olan dört unsur tespit etmiştir ve bu çalışma karmaşıklığa sebep olan unsurları sıralayan ilk çalışma olmuştur (Zeren, 2019, s. 146). Slemrod çalışmasında, vergi sisteminin karmaşıklığını;

- ✓ “öngörülebilirlik”,
- ✓ “idare edilebilirlik”,
- ✓ “zorluk” ve
- ✓ “uygulanabilirlik” unsurlarına bağlamıştır.

Öngörülebilirlik ve idare edilebilirlik unsurları vergi idaresinin işleyişi, vergi kanunlarının oluşturulması ve ikincil mevzuatının teşekkülü ile ilgilidir. Zorluk ve uygulanabilirlik ise vergi ile ilgili düzenlemeler karşısında vergi mükellef ve sorumlularının takındıkları tutum ve davranışlarla bağlantılıdır (Budak vd., 2017, s. 64). Benzer bir sınıflandırma 1990 yılında McCaffery tarafından yapılmıştır (Zeren, 2019, s. 147). McCaffery vergi sisteminin karmaşıklığının bileşenlerini “teknik karmaşıklık”, “yapısal karmaşıklık” ve “uyum karmaşıklığı” olarak belirlemiş ve incelemiştir. Teknik karmaşıklık, vergi mevzuatından kaynaklanmaktadır. Vergi kanunları ve ikincil mevzuat oluşturulurken sade, açık ve anlaşılır bir dil kullanılmaması, mükellef ve sorumluların anlama zorluğu yaşamalarına sebebiyet verebilmektedir. Yapısal karmaşıklık ise vergi kanunlarının ekonominin gerçekliği içinde uygulanabilmesinin zorluğunu belirtmektedir. Son olarak uyum karmaşıklığı ise vergi mükellef ve sorumlularının belge toplama, kayıt tutma ve vergi beyannamesi hazırlama gibi vergilendirmeye ilişkin yükümlülüklerinin şekli ve usulü ile ilgili ortaya çıkan zorlukları kapsamaktadır (Partlow, 2013, s. 308).

Dolayısıyla vergi sisteminin karmaşık olması, vergi mükellef ve sorumlularının vergi kanunlarını anlamalarını güçleştirmekte ve mükellef ve sorumlularının vergi yükümlülüklerini yerine getirirken sorunların ve hataların vuku bulmasına zemin hazırlayabilmektedir. Vergi sisteminin karmaşıklığı, vergi mükellef ve sorumlularının hatalı işlem yapma ihtimallerini arttıracığından, ülkedeki vergi sosyolojisini bozucu bir niteliğe sahip olabilmektedir.

Vergi Oranları

Vergi oranları, vergi politikalarının ve vergi sosyolojisinin en önemli faktörlerinden birini oluşturmaktadır. Vergi oranlarının düzeyi, tahsil edilecek vergi miktarlarını etkilediğinden, mükelleflerin satın alma gücünün belirleyicilerinden olmaktadır. Vergi oranlarının optimal planlaması, hem vergilendirmenin mali amacının gerçekleşmesine hem de adil gelir dağılımının sağlanması gibi mali olmayan amaçlarının oluşmasına da katkı sunmaktadır. Diğer taraftan vergi oranlarındaki bir değişiklik ekonomik değişimi ve değişkenleri de etkilemektedir (Ay & Haydanlı, 2017, s. 137). Artan vergi oranları mükelleflerin vergi yüklerini arttıracığından, mükellefleri vergi uyumsuzluğuna sevk edebilmekte ve buna bağlı olarak, vergi sosyolojisinin bozulmasıyla kişisel ve toplumsal vergi direncinin yaşanmasına zemin hazırlayabilmektedir. Katma değer vergisi gibi dolaylı vergilerde oranların yüksek olması, gelire göre ortalama ve marjinal vergi oranlarının azalmasına neden olabileceğinden mükelleflerin vergi yüklerinin artmasına ve vergiden kaçınmalarına neden olabilir. Gelir vergisi ve kurumlar vergisi gibi dolaysız vergi oranlarının yüksekliği de vergi sosyolojisini benzer biçimde etkileyerek kişisel ve toplumsal düzeyde vergi kaçırma ve vergiden kaçınma davranışlarının artmasına yol açabilmektedir.

Vergi Yüğü

Vergi yükü, vergi mükelleflerinin ödedikleri vergi miktarları nedeniyle ödeme ve satın alma güçlerinin azalması olarak ifade edilebilir. Vergi yükü, vergi mükellefleri tarafından üstlenilmesi zorunlu tutulan maddi bir sorumluluk olarak belirtilebilir (Çiftçi vd., 2012, s. 83). Mükelleflerin ödedikleri vergiler nedeniyle gelirlerinde azalma oluştuğu için vergi yükünü ödenen vergi ile gelir arasındaki oransal ilişki olarak da tanımlamak mümkündür. Diğer bir ifadeyle vergi yükü, ödenen vergi ile doğru orantılı iken, mükellefin ödeme gücü ile ters orantılıdır. Ödenen vergi miktarı arttıkça vergi yükü artmakta; mükelleflerin ek gelire ve servete kavuşmasıyla vergi yükü azalmaktadır (Aksoy, 1998, s. 270). Vergi yükünün artması vergi sosyolojisini olumsuz etkileyebileceğinden, vergilendirmeye karşı kişisel ve toplumsal tutum ve davranışları negatif yönlü etkileyebilmekte ve bunun sonucunda vergi uyumu yerini vergi uyumsuzluğuna bırakabilmektedir.

Vergi Muafiyet, İstisna ve İndirimleri

Vergi muafiyeti, birtakım ekonomik ve sosyal gerekçelerle, bazı mükelleflerin vergilendirme alanı dışında bırakılmasıdır. Vergi istisnası ise, benzer gerekçelerle bazı konular üzerinden vergi alınmaması veya istenmemesi durumudur. Vergi indirimleri ise vergi matrahına yönelik sınırlamalardır. Vergi indirimleri, ekonomik ve sosyal gerekçelerle, belirli kişi ve konular için vergi oranlarının düşürülmesi veya tarh edilen verginin bir kısmından vazgeçilmesi şeklinde ortaya çıkmaktadır. Bu tür vergi kolaylıklarının vergi sistemlerinde yer almasının en önemli gerekçesi gelir dağılımının düzenlenmesi ve gelir dağılımında adaletin sağlanmasıdır. Muafiyet, istisna ve indirim şeklinde devletin tahsil etmekten vazgeçtiği vergi miktarı düzeyinin yüksek olması, devlet bütçesine maliyet yükleyerek, vergi tabanının daralmasına yol açabilmektedir. Diğer bir ifadeyle muafiyet, istisna ve indirimlerde aşırı uygulamalar adaletsizlik doğurabilmektedir. Dolayısıyla vergi yükünün adil ve dengeli dağılımı olarak ifade edilen maliye politikasının ve vergilendirmenin sosyal fonksiyonunun etkinlik kaybı yaşamasına neden olabilmektedir. Vergi muafiyeti, istisnası ve indirimleri kapsamında olanlara devlet tarafından vergilendirme avantajları sağlandığı için piyasada haksız rekabet ortamının ortaya çıkmasına neden olabilmektedir. Dolayısıyla, bu haksız vergi rekabeti ortamı, vergi sosyolojisini etkileyerek, mükelleflerin vergilendirmeye karşı tutum ve davranışlarını negatif yönlü değiştirebilmektedir. Bu tür vergi harcaması niteliğindeki vergi tahsilatının bir kısmından vazgeçmeler, vergilemede eşitlik ve adalet ilkelerinden uzaklaşılmasına neden olabilmekte ve mükelleflerin gönüllü vergi uyumları üzerinde negatif sonuç doğurabilmektedir (Tuay & Güvenç, 2007, s. 32).

Vergi Afları ve Vergi Ertelemeleri

Vergi affı, vergi kanunlarına muhalif tutum ve davranışlarda bulunanların muhatap oldukları hukuki ve idari yaptırımların ortadan kaldırılmasını ifade etmektedir (Tunçer, 2001, s. 2). Vergi affı, devletin iradi bir tasarruf ve idari ve hukuki bir kararla alacak hakkından kısmen veya tamamen vazgeçmesi ve vazgeçtiği ölçüde kamu alacağıının son bulması anlamı taşımaktadır (Yaşar, 2012, s. 4). Devlet tarafından vergi affı düzenlemesiyle,

devletin vergi aslı ve vergi ceza alacakları hüküm ve sonuçlarıyla ortadan kalkabilmektedir (Heper & Dönmez, 2004, s. 173).

Vergi affı düzenlemelerine ilişkin en önemli eleştiri, vergilendirmede eşitlik ve adalet ilkelerini zedeleyici niteliğe sahip olmasıdır. Maddi ve şekli vergi ödevlerini tam ve zamanında yerine getiren diğer bir ifadeyle vergi uyumu bulunan mükelleflerle, söz konusu yükümlülüklerini aksatan fakat daha sonra vergi affının fırsatlarından yararlanan mükellefler arasında eşitlik ilkesi uyumlu mükellefler aleyhine bozulmaktadır. Aynı zamanda sıklıkla tekrarlanan vergi afları, vergi uyumsuzluğu bulunan mükelleflerde beklenti oluşturarak, vergi sosyolojisi anlamında vergi ahlâkının yozlaşmasına sebebiyet verebilmektedir. Vergiye uyumlu mükelleflerde direnç oluşturarak vergi kaçakçılığına yol açabilmektedir (Andreoni, 1991, s. 144).

Vergi ertelemeleri ise mükelleflerin tarh ve tahakkuk etmiş olan vergi borçlarının tahsilatının kanuni düzenlemelere dayanılarak geciktirilmesidir. Bu geciktirme, vergi borcunun ödeme zamanının ötelenmesi şeklinde yapılmaktadır. Vergi ertelemeleri ile mükelleflerin vergi aslı borç miktarları ile bunlara bağlı fer'i kamu alacaklarının tamamının veya bir kısmının, kanuni süresinin dışında ileri tarihlerde ödenebilmesi imkânı sağlanmaktadır. Dolayısıyla bu uygulamaya, vergiye uyumlu-uyumsuz mükellef ayırımını ortadan kaldırmakta ve mükellefleri vergi uyumsuzluğuna yönlendirerek vergi sosyolojisini bozarak, vergi uyumsuzluğunu cazip hale getirmektedir.

Vergi Sosyolojisinin Önemli Bir Konusu: Vergi Direnci

Ülkelerde ve toplumlarda vergi sosyolojisini etkileyen ve yukarıda açıklanan faktörler değerlendirildiğinde, bu faktörlerin ortaya çıkardığı ortak sonuç kişisel ve toplumsal vergi direncinin oluşabilmesidir. Vergi direnci, devletin egemenlik gücüne dayanarak vergi almak istemesinin bir sonucu olarak vergi mükelleflerinin mali açıdan zorlanmaları nedeniyle ortaya çıkan bireysel veya toplumsal tepkileri tanımlamaktadır (Bouvier, 2003, s. 1294). Vergi direnci, mükelleflerin hiç vergi ödememek veya asgari düzeyde vergi ödemek istemeleri şeklinde sonuç doğuran vergi konusunda isteksiz tutum ve davranışları olarak ifade edilebilir (Gök, 2007, s. 150).

Vergi direnci, bireysel veya toplumsal düzeyde ortaya çıkabilmektedir. Bireysel veya toplumsal düzeyde ortaya çıkabilen vergi direnci, vergi mükelleflerinin, vergilendirmeye karşı takındığı tutum ve davranışlarla çeşitli biçimlerde kendisini gösterebilmektedir. Vergi direnci nedeniyle oluşan bireysel veya toplumsal davranış biçimleri; vergi kaçırmak, vergiden kaçınmak, verginin reddi ve vergi isyanı olarak sayılabilir. Vergi kaçırmak, vergi kanunlarına muhalif davranarak mükellefin vergi suçunu işlemesi ve vergiyi bu yolla olması gerekenden az ödemesi veya hiç ödememesi durumudur. Vergi kaçırmak, vergi sosyolojisi açısından aktif ve bireysel vergi direnci yöntemi olarak belirtilebilir. Vergiden kaçınmak ise; vergi kanunlarındaki boşluklardan yararlanmak suretiyle vergi mükellefinin hiç vergi ödememesi veya az vergi ödemesi durumudur. Kaçınma kavramı, mükellefin vergi kanunlarına karşıt bir tutumda bulunmasını gerektirmediğinden, vergi sosyolojisi açısından yine bireysel bir direnç yöntemi olmakla birlikte pasif bir tutum olarak kabul edilir. Vergilendirmeye karşı toplumsal aktif direnç yolları ise verginin reddi ve vergi isyanıdır. Verginin reddi ve vergi isyanı kavramları bağlantılıdır. Her ikisinin ortaya çıkma nedeni ve şekli aynıdır. Daha doğru bir ifadeyle vergi isyanı direnç şekli iken; verginin reddi bunun sebebinin oluşturur. Toplumsal ve aktif bir direnç olan vergi isyanı, vergileme yetkisinin kötüye kullanılması, temsilsiz vergileme, keyfi vergileme ve sınırsız vergileme gibi sebeplerle halkın ağır vergi yükü altında kalması sonucunda yaşanan vergilendirmeye karşı sosyolojik tutum ve davranışlardır. Fakat vergi isyanlarının belirgin özelliği, toplumun şiddet kullanımına açık ve kamu düzenini bozucu eylemlerin yapılabilmesidir. Fransa'da 1950 yılında yaşanan Poujade Hareketi, Amerika'da 1765 yılında ortaya çıkan Pul Vergisi İsyanı ve Osmanlı'da 1519-1598 yılları arasında çeşitli isimlerle vuku bulan Celali isyanları, vergi isyanlarına örnek olarak verilebilir (Dayıoğlu, 2018, s. 62).

Devletin, toplumsal gerçekliklerle uyumlu olmayan ve beklentileri karşılamada yetersiz kalan vergi politikaları geliştirerek uygulaması, yukarıda örneklendirildiği gibi farklı yollarla vergiye karşı toplumsal direnç gösterilmesine neden olabilmektedir. İbn-i Haldun da vergi sosyolojisine ilişkin değerlendirmelerinde, verginin toplum üzerinde aşırı bir yük oluşturması durumunda, toplumsal huzursuzluğun ve yönetimden memnuniyetsizliğin baş göstereceğini ve toplumda üretmemek ve çalışmamak gibi vergi direncinin ortaya çıkacağına vurgulamaktadır. Aşağıda ayrıntılarıyla bu husus açıklanmaktadır.

YÖNTEM

Araştırmada nitel araştırma yöntemlerinden biri olan betimsel modelleme ve dokümantasyon analizi tekniği kullanılmıştır. Betimsel modelleme, herhangi bir durumu, olayı ve problemi ayrıntılı olarak belirlemek, incelemek ve yorumlamak için kullanılan nitel bir araştırma yöntemidir. Bu yöntem kullanılırken genellikle

tarama ve dokümantasyon teknikleri ile veriler toplanır. Bu çalışmanın araştırma konusu tarihsel temellere sahip olduğundan dokümantasyon analizi tekniği tercih edilmiştir. Dokümantasyon analiz tekniği; Bir konu, olay veya problemle ilgili yazılı belgelerin içeriğini titiz ve sistematik bir şekilde analiz etmek için kullanılan nitel bir analiz tekniğidir.

ARAŞTIRMA BULGULARI

14. yüzyılda, Ortaçağ'da yaşayan İbn-i Haldun, 27 Mayıs 1332 yılında Tunus'ta dünyaya gelmiştir. Ailesi Arap yarımadasında bulunan Hadramut'tan İspanya'ya göç etmiş olan çok eski ve saygın bir Arap ailedir. İbn-i Haldun, İslâm ilimleri dışında, hukuk, dilbilgisi ve felsefe alanlarında da eğitim alarak, ilmi olarak kendisini geliştirmiş olan bir İslâm mütefekkidir. Haldun, özellikle, Umran² ilmine yönelik çalışmalara yönelmiştir. Diğer bir ifadeyle, Haldun yaptığı araştırma ve çalışmalarının merkezine bu ilmi yerleştirmiştir. Bunun nedeni ise Haldun'a göre, toplumsal ve kültürel gelişmenin temelinde; bedeni (göçebe) ve hazeri (yerleşik) toplum biçimlerinin yatmasıdır. Hayatının son dönemlerinin Mısır'da geçirmiş olan Haldun, Kahire'de müderrislik ve kadılık görevlerinde bulunmuştur. 16 Mart 1406 yılında yaşadığı bu bölgede vefat etmiştir (Candan, 2007, s. 236).

İbn-i Haldun, 1375 yılında yazmış olduğu "Mukaddime" adlı eserinde devletin kuruluş yıllarından varlığının sona erdiği döneme kadar, her aşamada devlet organlarına ve devletin işleyişine dair önemli tespitlerde bulunmuştur. Devlet idarecilerinin uyguladıkları ekonomik, mali, idari, sosyal ve kültürel politikaların ne gibi sonuçlar doğurduğunu, aslında nerelerde hatalar yapıldığını ve devletin sürekliliği için neler yapılması gerektiğini göstermeye çalışan bir eser meydana getirmiştir. Söz konusu tespit ve değerlendirmeleri, sosyoloji temelinde ve tarihi süreç içinde yapmış ve sosyoloji ve tarih ilimlerinin mündemiç olduğunu belirtmiştir.

İbn-i Haldun, gözlem ve araştırmalarında toplumsal bağlar üzerine yoğunlaşmıştır. Haldun'a göre, göçebe hayatı, yerleşik hayata dönüştüren iki husus bulunmaktadır. Bunlardan ilki; toplumun üretim ilişkileri, diğeri ise sosyal hayat biçimidir. Bedevi olarak tanımladığı göçebe toplumlar, sosyal yaşam biçimleri ve üretimin etkileri nedeniyle birbirlerine çok bağlıdırlar. Haldun, toplum arasındaki bu bağı "asabiyet" kavramı ile açıklamaktadır (Bursalıoğlu, 2007, s. 46). Bu bağı bu kadar kuvvetli olmasının sebepleri; göçebe toplumun dış tehditlere karşı kendilerini koruma ihtiyacı ve doğal ihtiyaçlarını karşılama istekleridir. Bu sebeplerle, toplumsal dayanışma bir tercihten öte, zorunluluk taşımaktadır. Göçebe toplumun, zaman içinde zenginleşerek, şehirlere ve kasabalara yerleşmeleri ile birlikte devlet kurma ihtiyaçları pekişmiş olur.

İbn-i Haldun, asabiyet kavramını, devlet görüşünün temelinde oturtmaktadır (Hassan, 2015, s. 268, 273). Haldun'a göre; nesep asabiyeti ve sebep asabiyeti olmak üzere iki türlü asabiyet vardır. Nesep asabiyetini; aynı soy ve kandan gelenler oluşturmaktadır. Sebep asabiyeti ise ortak ideolojilere sahip olmanın sonucu olarak ortaya çıkan birlik duygusundan kaynaklanmaktadır. Göçebelerde, nesep asabiyeti hâkimken, yerleşik toplumlarda sebep asabiyeti yaygındır (Candan, 2007, s. 238). Yerleşik toplumlarda ise zamanla asabiyet bağı zayıflar. Asabiyet bağının yerini "din bağı" ve "hükümdara sadakat bağı" alır (Yıldırım, 2007, s. 31).

İbn-i Haldun'a göre devletler, cemiyetlerin (toplulukların) birleşmesiyle oluşturulmaktadır. Devletin kurulabilmesinin temel koşulu, cemiyetin asabiyet (dayanışma) bağlarının kuvvetli olmasıdır. Asabiyet bağları kuvvetli olmayan bir cemiyet devlet kuramaz ya da devlet kurulmuş olsa dahi çok geçmeden yıkılır. Cemiyetteki asabiyet bağları öncelikle akraba çevresinde oluşur. Asabiyet, daha sonra inanç yani dini temelde sağlanan birlik ile en geniş haline ulaşır. Devletlerin yıkılmalarının en büyük sebebi de cemiyetteki asabiyet bağlarının zayıflaması hatta hiç kalmamasıdır. Asabiyet bağları yok olan devletler, dağılmaya ve asabiyet bağları kuvvetli olan devletlerin boyunduruğu altına girmeye mahkûmdurlar. Devlet ve devleti yöneten hükümdar, tebaanın hem bu dünyasını hem de ahiretini korumalıdır. Hükümdar devleti yönetirken, tebaanın fikrini alarak kararlar almalıdır (Haldun, 2020, s. 15-25).

İbn-i Haldun, hükümdarın cemiyet içinden seçilmesi gerektiğini ifade eder. Cemiyet içinden seçilen birinin tebaa ile asabiyet bağları güçlü olur. Yabancı birinin hükümdar olması durumunda, asabiyet bağı bulunmadığından devlet dağılır. Devletin ortalama 120 yıl ömrü vardır ve bu ömür beş evreden oluşur (Yumuk, 2010, s. 244).

İlk evrede, hükümdar ile tebaanın asabiyet bağları çok kuvvetlidir. Zaten bu kuvvetli bağ, devlet kurulmasıyla sonuçlanmıştır. Bu evrede, savaşlarda diğer devletlere karşı zaferler ve buna bağlı olarak ganimetler kazanılır. Refah ve bolluk dönemidir. Yönetimde tüm kararlar tebaaya danışılarak alınır. Devlet tebaayı sahiplenir ve korur. Söz konusu koruma, sadece sınırların ve tebaanın korunması değil, aynı zamanda

² Umran: bir yerde oturmak, bir bina inşa etmek; bayındırlık alanlar, yaşanılabilen gelişmiş bölgelerdir.

tebaanın mal varlığının muhafaza edilmesidir. Devletin geçireceği ikinci evrede ise hükümdar devlet yönetimine ilişkin kararları, tebaaya danışmadan tek başına almaya başlar. Asabiyet bağları sağlamlığını korumaya devam eder fakat bu evrede hükümdar tarafından tebaa üzerinde baskılar başlamıştır. Savaş ganimetleri, hükümdarın lüks ve keyfi harcamaları için kullanılmaya başlanmıştır. Devletin geçireceği bir sonraki evre üçüncü evredir. Bu evrede hem tebaanın kendi içinde hem de hükümdarla olan ilişkilerinde asabiyet bağları zayıflama sürecine girmiştir. Hükümdar hazineye gereksiz harcamaları arttırmıştır. Hükümdar sadece orduya güven duyar ve sevgi besler. Bunun bir nedeni de ordudan korkmasıdır (Ağdemir, 2021, s. 634). Asabiyetten, bireyselliğe doğru bir eğilim oluşmuştur. Bireysel menfaatler ön plana alınır. Dördüncü evrede, asabiyet bağındaki çözülme ve zayıflama giderek arttığından, asabiyet bağları kuvvetli olan devletlerle çatışmasızlık anlaşmaları imzalanmaya çalışılır. Tebaa da çözülme vardır. Beşinci evre, hükümdarın hazinesini yağmalama ve israf dönemidir. Bu davranış şekli tebaada da görülür. Tebaa da kişisel malvarlığını gereksiz yerlerde ve biçimde tüketme eğilimine girmiştir. Bu evrede, mali yapı, devletin yüksek kademelerindeki yöneticilerin liyakatsizliği nedeniyle bozulmuştur. Devleti ayakta tutabilmek için ordunun ihtiyaçlarını karşılayabilmek gerekir (Bursalıoğlu, 2007, s. 49). Ordunun ihtiyaçlarını karşılayabilmek için de paraya ihtiyaç vardır. Paranın iki kaynağı vardır; bunlardan biri savaş ganimetleri, diğeri ise tebaadan alınan vergilerdir. Bu dönemde devlet oldukça zayıflamıştır ve savaşta zafer kazanmak ve ganimet elde etmek imkânsızdır. Dolayısıyla, tek kaynak olarak tebaadan alınan vergiler kalmıştır. Tebaadan alınan vergi gelirlerini üst kademe memurlar kişisel harcamaları için kullanmaktadır. Alt kademe memurların ve ordunun ihtiyaçları için vergi geliri kalmadığından, tebaadan daha fazla vergi alınması yoluna gidilir. Bu dönemde pazarlarda satılan her şeyden vergi alınır (Haldun, 2020, s. 15-25).

İbn-i Haldun, devletin gerçekleştirmiş olduğu mali olayların, toplumun kamu maliyesine karşı tutum ve davranışlarını etkilediğini savunmuştur. Devletin kurulduğu ilk dönemlerde, topluma yüklenen verginin düşük fakat vergi tahsilatının yüksek düzeyde gerçekleştiğini ifade etmiştir. Bunun nedeni, devletin kuruluş yıllarında şer'i vergiler olan zekât, haraç, cizye gibi vergiler dışında halktan bir vergi talebinin olmamasıdır. Haldun, esasen bu vergilerin tahsilatı için de dini kurallar referans gösterildiğinden toplum tarafından şer'i vergilerin meşru algılandığı ve toplum tarafından gönüllü vergi uyumunun oluştuğunu söylemektedir. Diğer taraftan bu vergilerin sınırları, dini kurallar çerçevesinde çizilmiş olduğu için şer'i vergilerin toplumun vergi yükünün artmasına ve idarenin keyfi vergi uygulamalarına başvurmasına engel oluşturduğu söylenebilir (Haldun, 2020, s. 201-204).

İbn-i Haldun'a göre devletin ilk yıllarında toplumsal düzen ve devlet işleyişi asabiyet kurallarına dayalıysa yani toplumsal dayanışma ve yardımlaşma duyguları egemense, devlet birtakım asgari hususların dışında, toplumdan vergi alma yolunu tercih etmez. Böyle bir durumda, vergi sisteminde vergi türü ve miktarı az olacağından toplumsal vergi yükümlülüğü de az olur. Toplum işine yoğunlaşır, üretim artar ve üretim sonucu elde edilen çıktı (ürün) miktarı çoğalır. Yeni yatırım ve üretim alanları belirir ve devlet toplumdan daha çok vergi tahsilatı yapabilir. Netice olarak devletin vergi gelirleri artmış olur (Haldun, 2020, s. 201-204).

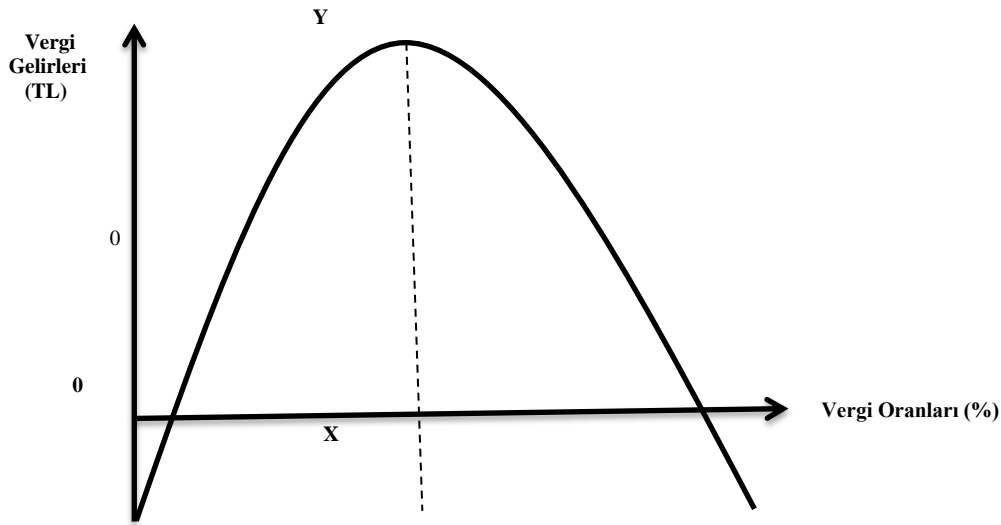
Devletin bu ilk ilkel yapısı, devlet yönetiminin değişimine bağlı olarak düzenli ve yeni yönetim daha rasyonel ve objektif vergilendirme politikaları izlemeye başlarsa "ısrırcı bir devlet yönetimi" tarzı benimsenebilir. Yeni yönetimin mutluluğu zenginlikte görmesiyle, yönetimin ihtiyaçları artabilir bu da daha fazla kamu harcamasının yapılması ihtiyacını beraberinde getirir. Devlet yöneticilerinin güvenlik ve itibar gereksinimleri artış gösterdiğinden, askerlere ve devlet görevlilerine maaş vb. ödemeler çoğalır. Dolayısıyla değişen yönetim anlayışı ile topluma, tarım emekçilerine, çiftçilere ve tüm ağır yük altında olanlara, yeni vergi yükümlülükleri getirilerek, toplumun vergi yükü hiç olmadığı kadar artırılabilir. Daha fazla vergi tahsilatı yapabilmek için pek çok alandan alınan vergilerin oranlarını yükseltir. Alım ve satıma konu olan mallar ve bugünkü anlamda gümrük geçişleri üzerine vergi salarlar (Ağdemir, 2021, s. 637). Vergi sistemindeki vergi türleri artar ve vergi oranları kademeli olarak arttırılır. Vergi oranları ve tahsil edilen vergi düzeyi arttıkça devletin harcamaları da artar ve bu artık bir sarmal durumuna dönüşür. Toplumun vergi yükü son derece artmış olur fakat insanlar, vergi yükü artışlarına bir şekilde katlanma ve bu artışları benimseme yolunu tercih ederler ve vergi artışları toplum tarafından normal olarak algılanır. Belli bir süre sonra ne vergiyi arttıran ne de vergi artışlarına katlanmak durumunda olanlar, vergi artışlarının farkında olmamaya başlarlar (Haldun, 2020, s. 201-204).

Devlet yönetimi, vergi çeşitlerini ve vergi oranlarını sürekli olarak arttırdığının farkına toplumun üretim davranışlarının değişmesiyle varabilir. Artan vergiler nedeniyle üretimin marjinal faydası azalacağından toplum artık üretme hususunda istekli davranmayacaktır. Toplum, yüklendiği vergi düzeyi ile emek sarf ederek gerçekleştirdiği üretim sonucunda ortaya çıkan hâsılayı karşılaştırarak, üretmemeyi tercih edebilecektir. Dolayısıyla toplumun üretimden el çekmesiyle devletin vergilendirebileceği alan azalır ve vergi tahsilatı düşer. Devlet yönetimi bu durumun farkına vardığında, söz konusu vergi tahsilatı eksikliğini giderebilmek için vergi

oranlarını daha arttırmaya karar verir. Arttırılan vergi oranları öyle bir noktaya gelir ki bu nokta aşıldığında artık üretimden elde edilebilecek bir fayda kalmayacaktır. Bu nokta aşıldığında toplum açısından üretim maliyetleri oldukça yüksektir ve vergi yükü de katlanılmaz düzeyde ağırlaşmıştır. Bundan sonra devlet yöneticileri, sürekli biçimde vergileri çeşitlendirerek ve vergi oranlarını arttırarak gelir eksikliğini giderebileceklerine ve daha çok vergi tahsil edebileceklerine inanırlar. Bu sarmal, toplumsal üretim tamamen durana kadar devam ettirilir (Haldun, 2020, s. 201-204).

Devlet yönetimi, bu sarmalı devam ettirmenin, üretimi tamamen sonlandırdığı sonucunu tespit ettiğinde, üretimin ve vergi tahsilatının devamlılığı için üretene daha az vergi yüklemenin akılcı olduğunu fark eder. Toplum da bu yönde bir karar alınması durumunda kararı sevinçle karşılar ve üretime tekrar koyulur (Haldun, 2020, s. 201-204).

1970'li yıllarda yaşanan petrol kriziyle ortaya çıkan iktisadi akımlardan olan arz yönlü iktisat anlayışının öncüsü kabul edilen Arthur Laffer'in geliştirdiği teorinin aslında yüzyıllar önce İbn-i Haldun tarafından ileri sürüldüğü anlaşılmaktadır.



Şekil 1. Haldun - Laffer Eğrisi
Kaynak: Literatür: Haldun – Laffer Eğrisi.

Laffer'in bir eğri üzerinde gösterdiği (Şekil 1), vergi oranı – vergi tahsilatı ilişkisi, İbn-i Haldun'un vergi sosyolojisine dair teorisini somut olarak ortaya koymaktadır. Eğriye göre vergi sisteminde optimal vergi oranı (X ile gösterilmektedir) noktasından sonra vergi oranı artışlarının devam etmesi, devletin vergi gelirlerini arttırmaktan ziyade vergi gelirlerinin azalmasına yol açmaktadır. Diğer bir ifadeyle, optimal oran olarak kabul edilen X vergi oranına ulaşıncaya kadar yapılan vergi oran artışları devletin beklentilerini karşılayarak, tahsil edilen vergi miktarını artırır. Hatta eğrinin tepe noktasını temsil eden Y noktasında, yapılan vergi oranı artışları sebebiyle devlet hazinesine maksimum düzeyde vergi geliri intikal etmiş olur. Fakat optimal kabul edilen X noktasından sonra yapılan vergi oran artışları, devlet hazinesine giren vergi düzeyinin giderek azalmasına yol açar. Bunun nedeni, bu noktadan sonra vergi yükü aşırı düzeyde artan mükelleflerin vergi kaçırmak, vergiden kaçınmak, kayıt dışı alana yönelmek ve verginin ikame etkisi gibi yollarla vergi direnci göstermeye başlamalarıdır. Optimal vergi oranından sonra devlet hazinesinin vergi kaybı doğacaktır. Arthur Laffer'in teorisinde, İbn-i Haldun'dan yararlandığı açık olduğundan, yukarıda verilen eğri literatürde Haldun-Laffer eğrisi olarak tanımlanmaktadır.

SONUÇ

Devletlerin iktisadi ve sosyal hayatı düzenlemek ve toplumsal ihtiyaçları karşılayabilmek için kamu harcamaları, vergiler, borçlanma ve bütçe gibi maliye politikası araçlarını kullanarak gerçekleştirdikleri mali olayların toplum tarafından kabullenilmesi ve bunların etki ve sonuçlarına uyum sağlanması her zaman mümkün olmayabilmektedir. Özellikle devletin vergilendirme işlemleri sonucunda toplumdaki mükelleflerden

vergilendirmeye ilişkin maddi ve şekli yükümlülüklerin yerine getirilmesi beklenmekte bu durum da mükellefler açısından katlanmaları gereken maliyet unsuru oluşturabilmektedir.

Devletin vergi sistemine yeni bir vergi dâhil etmesi veya mevcut vergileri miktar ve oranlarını arttırması, toplumun vergi yükünün artmasına sebebiyet vererek yapılan vergileendirme işlemine karşı toplumsal tutum ve davranışın değişmesi söz konusu olabilmektedir. Vergi yükünün artması mükelleflerin gelirlerinden daha fazla payın devlete vergi olarak ödenmesini zorunlu kılacağından, mükellefler artan vergi yükleri karşısında farklı sosyolojik davranışlar sergileyebilmektedirler. Toplumda ve bireylerde vergileendirmeye karşı tepkiler oluşabilmekte ve vergi sosyolojisinin bir sonucu olarak bu tepki vergi direncine dönüşebilmektedir. Mükelleflerin vergi kaçırmaları ve vergiden kaçınmaları bireysel vergi direnci yöntemleri iken; verginin reddedilmesi ve vergi isyanının oluşması toplumsal vergi direnci yöntemleri olarak değerlendirilmektedir. Vergi yükünün artmasıyla geliri aşınan mükellefler ve toplum, bu yüke katlanmak istemeyerek bahsedilen yolları tercih ederek yeni vergisel düzenlemelere tepki gösterebilir, dolayısıyla devlet hazinesine de gelir kaybına uğrayabilir.

Devletler ile vergi mükellefi olan mükellefler arasında vergileendirmeye dayanan ilişki süreklilik arz eder. Mükellefler söz konusu vergiyi doğuran olayı ortaya çıkararak iktisadi faaliyeti gerçekleştirdikçe bu ilişki devam etmektedir. Devlet mükelleflerden kendisine düzenli bir vergi akışı talep ederken, mükellefler de uygun oranlarda ve koşullarda vergi ödemek gayesinde olurlar. Bu açıdan mükelleflerin ve toplumun vergi kültürünün oluşması ve vergiye uyumlarının gerçekleşebilmesi için vergileendirmenin belirleyicileri olan açık mevzuatın oluşturulması, uygun vergi oranlarının belirlenmesi, vergi muafiyet, istisna ve indirimleri gibi vergilemede genellik ilkesini ve eşitlik ilkesini bozan ve dozu iyi ayarlanmadığında vergi adaletini sarsan uygulamaların kapsamının iyi tasarlanması gerekmektedir. Aynı zamanda, vergi idaresinin, vergi affı ve vergi yapılandırılmaları gibi vergi uyumunu bozucu düzenlemelerden kaçınması, vergi adaletinin tesisine doğrudan katkı sağlayabilir.

Mali sosyolojisinin muhteviyatına ilişkin tespit ve düşüncelerini ifade eden İslâm âlimi ve filozof İbn-i Haldun Mukaddime adlı eserinde, devlet eliyle gerçekleştirilen mali olaylar karşısında toplumun takındığı tutum ve davranışlara değinmiştir. Vergi sosyolojisine yönelik açıklamalarında İbn-i Haldun özellikle ek vergi getirilmesi ve vergi oranlarının arttırılması dolayısıyla toplumun artan vergi yükü nedeniyle iktisadi davranış kalıplarında ortaya çıkan değişiklikleri incelemiştir. Özellikle, devletin idare anlayışı ve ortaya koyduğu kamu maliyesi uygulamaları ile vergi sosyolojisi arasında güçlü bir bağ olduğunu ifade eden Haldun, vergi sisteminde az vergi türüne yer veren ve vergi oranlarını makul seviyede tutan devlet yapılarında, toplumun hem üretmeye hem de vergi ödemeye istekli olduğunu aktarmıştır. Haldun, bu anlayışa sahip devlet yönetiminin olduğu toplumlarda, vergi sosyolojisinin bileşenlerini oluşturan; vergi kültürü, vergi uyumu ve vergi bilinci ve ahlâkının yerleşebileceğine ilişkin gözlemlerde bulunmuştur. Haldun, devletin yönetim anlayışının değişmesi ve yönetimin kendi refahını arttırmak için harcamaları arttırmasına bağlı olarak doğan kaynak ihtiyacının yeni vergiler konularak ve vergi oranlarının sınırsızca arttırılmasıyla toplum nezdinde oluşan ağır vergi yükünün kaldıramayacağını belirtmiştir. Haldun'un belirttiği gibi yoğun bir vergileendirme atmosferinde, vergi yükü ağırlaşan toplum vergi ödemek hususunda isteksizleşebilmektedir. Vergi ödemek istemeyen toplum ilk etapta üretimi (çalışmayı) azaltarak sosyolojik bir tepki verebilmektedir. Vergi yükünün giderek daha da ağırlaşması durumunda, toplum üretimden tamamen vazgeçerek, boş zamanı tercih edebilmektedir. Hatta toplum, artan vergi yükü nedeniyle vergileendirmeye karşı aktif bir direnç oluşturarak, tüm dünyada olduğu gibi Osmanlı Devleti'nde ve Türkiye Cumhuriyeti Devleti'nin ilk yıllarında da görülen vergi isyanlarını gerçekleştirebilmektedir. Bu nedenlerle, sisteme getirilen yeni vergiler ve artan vergi oranları makul bir vergi oranına kadar idarenin vergi tahsilatını arttırabilir. Söz konusu makul kabul edilen vergi oranı aşıldığında yani vergi oranları, toplumca makul karşılanabilecek noktadan daha fazla arttırıldığında, toplumda vergileendirmeye karşı tutum ve davranış değişiklikleri (kayıt dışılık, vergiden kaçınma ve vergi kaçakçılığı gibi) ortaya çıkabilmekte ve dolayısıyla devletin tahsil edebildiği vergi düzeyinde azalma görülebilmektedir.

Sonuç olarak, devletin daha çok vergi tahsil edebilmek için vergi oranlarını fazlasıyla arttırmayı tercih etmek yerine, vergi tabanını olabildiğince geniş tutması ve kayıt dışı ekonomi alanını olabildiğince daraltmaya ve gereksiz vergi kolaylıklarını azaltmaya çalışması devlet açısından daha rasyonel bir hedeftir. Kayıt dışılığın azalmasıyla birlikte vergi mükellefi sayısı artacağından toplam vergi tahsilatı düzeyi de artmış olacaktır. Aynı zamanda, vergi sosyolojisi açısından, toplumun vergi gayretini arttırarak vergi kültürünün, vergi uyumunun ve vergi bilinci ve ahlâkının tesisine yol açarak, vergi idaresi ile vergi mükellefleri arasında sürdürülebilir vergileendirme ilişkisinin kurulmasına imkân sağlanmış olunacaktır.

KAYNAKLAR

- Akdoğan, A. (2011). *Kamu maliyesi*. Gazi Kitabevi.
- Aksoy, Ş. (1998). *Kamu maliyesi*. Filiz Kitabevi.
- Andreoni, J. (1991). The desirability of a permanent tax amnesty. *Journal of Public Economics*.
- Ay, H. & Haydanlı, ML (2017). Vergi yükü ekseninde toplumsal yapının gelir dağılımı ve yoksullukla ilişkisi. *Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 4 (3), 137.
- Backhaus, JG (2001). Fiscal sociology: What for?. *American Journal of Economics and Sociology*, 61(1), 14.
- Budak, T., James, S. & Benk, S. (2017). *Vergi sisteminin basitleştirilmesi: Kavramsal bir değerlendirme, maliye araştırmaları I*. Ekin Yayınevi.
- Bouvier, M. (2003). *Introduction au droit fiscal general et a la theorie de l'impot*. LGDJ.
- Bursahoğlu, S. (2007). İbn-i Haldun sosyolojisinde asabiyet bağları, devlet ve kamu maliyesi. *Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 5 (2), 45-49.
- Campbell, JL (1993). The state and fiscal sociology. *Annual Review of Sociology*, 19,163-185.
- Candan, N. (2007). İbn-i Haldun'un gözüyle kamu maliyesi yaklaşımı. *Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, 14 (2), 236-238.
- Çelebi, AK (2012). Mali olaylara sosyolojik yaklaşımın önemi. A. K. Çelebi (Eds) içinde, *Mali Sosyoloji Üzerine Denemeler* (ss. 1-13). T.C. Maliye Bakanlığı Strateji Geliştirme Başkanlığı Yayınları.
- Çiftçi, TE, Kılıçer, E. & Peker, İ. (2012). Vergi yükünün düşürülmesine imkân yaratılması bağlamında alternatif gelir kaynakları. *Hukuk ve İktisat Araştırmaları Dergisi*, 4 (2), 81-90.
- Dayıoğlu, RM (2018). *Mali sosyolojide vergi uyumu çerçevesinde vergi sistemlerinde yapısal unsurların analizi* [Yayımlanmamış Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi].
- Falay, N. (1978). *İbni Haldun'un iktisadi görüşleri*. Güryay Matbaacılık.
- Gencil, U. & Kuru, E. (2012). Vergi kültürü ve vergi politikaları etkileşimi: Türkiye değerlendirmesi. *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 20 (10), 31.
- Giddens, A. (2008). *Sociology*. Kırmızı Yayınları.
- Gök, AK (2007). Vergi direncinin gelişimi. *Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 22 (1), 150.
- Güner, Ü. (2008). *Türkiye'de Vergi bilincinin ve vergi ahlakının oluşmasında gelir idaresinin rolü* [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi].
- Gürkan, C. (2014). Modern kamu maliyesinin oluşumu: Maliye tarihine alternatif kurumsal yaklaşımlar. *Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, 69 (1), 47-48.
- Haldun, İ. (2020). Mukaddime. Dursun, T. (Çev), *Mukaddime II* içinde (ss. 15-25, 201-204). Kaynak Yayınları.
- Hassan, Ü. (2015). *İbn-i Haldun metodu ve siyaset teorisi*. Doğu Batı Yayınları.

- Heper, F. & Dönmez, R. (2004). *Vergi hukuku*. Anadolu Üniversitesi Yayını.
- Işık, A. (2009). Kültür ve kalkınma: Vergi kültürü örneği. *Ege Akademik Bakış*, 9 (2), 851-865.
- James, S. & Alley, C. (2004). Tax compliance, self-assessment and tax administration. *Journal of Finance and Management in Public Services*. 2(2), 32.
- Kornblum, W. & Smith, CD (2008). *Sociology in a changing world*. Thomson Wadsworth.
- Kurtkan, A. (1968). *Metodolojik bir deneme olarak mali sosyoloji*. Fakülteler Matbaası.
- Musgrave, RA (1992). Schumpeter's crisis of the tax state: An essay in fiscal sociology. *Journal of Evolutionary Economics*, 2, 99.
- Nerre, B. (2008). Tax culture: A basic concept for tax politics. *Economic Analysis&Policy*, 38(1), 2-3-9-154.
- Organ, İ. & Yegen, B. (2013). Vergi bilinci ve vergi ahlâkı oluşumunda muhasebe meslek mensuplarının rolü: Adana örneği. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 27 (4), 243.
- Partlow, J. (2013). The necessity of complexity in the tax system. *Wyoming Law Review*, 13(1), 303-334.
- Saad, N. (2014). Tax knowledge, tax complexity and tax compliance: Taxpayer's view. *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 109, 1071.
- Schmölders, G. (1968). Mali psikoloji. *Maliye Araştırma Merkezi Konferansları Dergisi*, 15, 13-15.
- Schumpeter, JA (1991). The crisis of the tax state. R. Swedberg (Der.) içinde, Joseph A. Schumpeter: The Economics and Sociology of Capitalism (ss. 99-140). Princeton University Press.
- Sert, M. (2011). Maliye'ye alternatif bir yaklaşım olarak mali sosyoloji: Öncüler. *Ekonomik Yaklaşım Dergisi*, 22 (81), 1-16.
- Sinkuene, K. & Levisauskaite, K. (2010). Analyzing macroeconomic indicators of the tax system from a tax-cultural structure. *Taikomoji Ekonomika*, 4(1), 31.
- Teyyare, E. & Kumbaşlı, E. (2016). Vergi bilinci ve vergi ahlâkının gelişmesinde maliye bölümü eğitiminin rolü. *Abant İzzet Baysal Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 16 (4), 4.
- Tokathoğlu, M. & Selen, U. (2017). *Maliye politikası*. Ekin Yayınevi.
- Torgler, B. (2007). *Tax compliance and tax morale: A theoretical and empirical analysis*. Edward Elgar, Cornwall.
- Tuay, E. & Güvenç, İ. (2007). *Türkiye'de mükelleflerin vergiye bakışı*. Gelir İdaresi Başkanlığı Mükellef Hizmetleri Daire Başkanlığı Yayını.
- Tunçer, M. (2001). Vergi aflarının vergi uyumuna etkisi. *Uludağ Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 19 (1-2), 2.
- Yaşar, ÇG (2012). Vergi aflarının vergi uyumuna etkisi: Edirne iline yönelik bir çalışma [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi].

- Yıldırım, E. (2007). *İbn-i Haldun'un iktisadi ve mali düşünceleri*. Vergi Denetmeleri Derneği Eğitim Yayınları Serisi: 15.
- Yılmaz, BE (2020). *Maliye teorisine giriş*. İstanbul Üniversitesi Açık ve Uzaktan Eğitim Fakültesi Yayınları.
- Yumuk, R. (2010). İbn-i Haldun'da devlet görüşü (birinci kısım). *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 3 (1-2), 229-278.
- Zeren, G. (2019). Türkiye'de ve bazı ülkelerde vergi karmaşıklığının karşılaştırmalı incelenmesi. *International Journal of Public Finance*, 4 (2), 146-147.
- Zeynep, A. (2021). Türkiye Selçuklu devleti maliyesini İbn-i Haldun ile anlamak: Mali sosyolojik bir yaklaşım. *Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, 28 (3), 634, 637.

PSİKOLOJİK GÜÇLENDİRME VE ÖRGÜTSEL ÖZDEŞLEŞMENİN SIK İŞ DEĞİŞTİRME DAVRANIŞINA ETKİLERİ: BİR KİŞİLİK ÖZELLİĞİ OLARAK DENEYİME AÇIKLIĞIN DÜZENLEYİCİ ROLÜ

Cansu DURAN¹, Senem ALTAN², Ahmet ERKUŞ³

Makale Bilgisi

Araştırma Makalesi

DOI: 10.35379/cusosbil.1036366

Makale Geçmişi:

Geliş 15.12.2021

Düzeltilme 11.04.2022

Kabul 19.04.2022

Anahtar Kelimeler:

Sık İş Değişirme,

Psikolojik Güçlendirme,

Örgütsel Özdeşleşme,

Deneyime Açıklık.

ÖZ

Bu çalışmada sık iş değiştirme davranışı, psikolojik güçlendirme ve örgütsel özdeşleşme arasındaki ilişkiler incelenirken, bir kişilik özelliği olarak deneyime açıklığın bu ilişkideki düzenleyici rolü araştırılmıştır. İlk aşamada değişkenler arasındaki ilişkiler literatür taraması ile incelenmiş ve araştırma hipotezleri oluşturulmuştur. İkinci aşamada kolayda örneklem yöntemiyle seçilen 315 beyaz yakalı çalışan üzerinde bir araştırma yapılmıştır. Üçüncü ve son aşamada ise değişkenler arasındaki ilişkiler korelasyon analizleri ile incelenirken, araştırma hipotezleri düzenleyici regresyon analizleri ile test edilmiştir. Araştırma sonuçlarına göre, örgütsel özdeşleşme ve psikolojik güçlendirmenin çalışanların sık iş değiştirme davranışı üzerinde negatif ve anlamlı etkilere sahip olduğu görülmüştür. Bununla birlikte deneyime açıklığın, psikolojik güçlendirme ve örgütsel özdeşleşme ile iş değiştirme davranışı arasındaki ilişkilerde düzenleyici rolünün olmadığı görülmüştür. Araştırma sonuçlarının sık iş değiştirme davranışını etkileyen bireysel ve örgütsel faktörlerinin anlaşılması açısından alan yazına katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

THE EFFECTS OF PSYCHOLOGICAL EMPOWERMENT AND ORGANIZATIONAL IDENTIFICATION ON JOP-HOPPING BEHAVIOR: MODERATING ROLE OF OPENNESS TO EXPERIENCE AS A PERSONAL CHARACTERISTIC

Article Info

Research Article

DOI: 10.35379/cusosbil.1036366

Article History:

Received 15.12.2021

Revised 11.04.2022

Accepted 19.04.2022

Keywords:

Jop-hopping,

Psychological Empowerment,

Organizational Identification,

Openness to Experience,

ABSTRACT

In this study, while examining the relationships between jop-hopping behavior, psychological empowerment and organizational identification, the moderating role of openness to experience as a personality trait in this relationship was investigated. In the first stage, the relations between the variables were examined by making a literature review and research hypotheses were formed. In the second stage, a study was conducted on 315 white-collar employees selected by convenience sampling method. In the third and last stage, while the relations between the variables were examined by correlation analysis, research hypotheses were tested with moderated regression analysis. According to the results of the research, it has been observed that organizational identification and psychological empowerment have negative and significant effects on employees' jop-hopping behaviors. However, it was observed that openness to experience did not have a moderating role in the relations between psychological empowerment and organizational identification and jop-hopping behavior. It is thought that the results of the research will contribute to the literature in terms of understanding the individual and organizational factors that affect jop-hopping behavior.

Araştırma verileri 2018 Kasım-Aralık ayında toplanmıştır. Yazarlar çalışmanın etik kurallara bağlı olarak hazırlandığını taahhüt eder.

¹Bahçeşehir Üniversitesi. Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, cansuasln@gmail.com, ORCID: 0000-0001-7636-9152.

² Dr. Öğr. Üyesi, Doğuş Üniversitesi. İktisadi İdari Bilimler Fakültesi, Yönetim Bilişim Sistemleri Bölümü, saltan@dogus.edu.tr, ORCID:0000-0003-0264-0821.

³Prof.Dr., Bahçeşehir Üniversitesi. İktisadi İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, ahmet.erkus@eas.bau.edu.tr, ORCID:0000-0003-3270-7070. Alıntılanmak için/Cite as: Duran, C., Altan, S., Erkuş, E. (2022), Sık İş Değişirme Davranışına Etkileri: Bir Kişilik Özelliği Olarak Deneyime Açıklığın Düzenleyici Rolü, Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 31 (1), 204-219.

GİRİŞ

Çalışan devri, işten ayrılma, işten ayrılma niyeti, 'sınırsız kariyer' (Hall, 1976), sık iş değiştirme, iş hareketliliği, 'hobo sendromu' (Ghiselli, 1974), iş kararsızlığı, değişken ve çok yönlü kariyer gibi konular uzun yıllardır araştırmacıların dikkatini çeken konulardır. Sık iş değiştirme davranışı da bu konulardan birisidir. Her ne kadar “sık iş değiştirme” yeni bir kavram gibi gözükse de, bu terimin ilk tanımı Ghiselli (1974) tarafından yapılmıştır. Rasyonel nedenlerden ziyade dürtüsel davranış olarak periyodik iş ortamlarını değiştirme eğilimi olarak açıklanmış ve “hobo sendromu” diye tanımlanmıştır. Bununla birlikte sık iş değiştirme kavramı, işten ayrılma niyetinden farklı bir anlamı ifade etmekte ve bir davranış örüntüsü olarak kabul edilmektedir. Ancak arkasındaki neden ne olursa olsun, sık iş değiştirme davranışı, örgütsel sonuçları açısından çalışan devri kavramından çok da farklı değildir. Bu nedenle deneyimli ve eğitilmiş çalışanları kaybetmek “sık iş değiştirme” davranışından kaynaklanan bir sorun olarak dikkat çekmektedir.

Yapılan bazı araştırmalarda sık sık iş değiştiren insanların gelecekte de aynı şekilde davrandığını (Judge & Watanabe, 1995; Munasinghe & Sigman, 2004) ve kişilik özelliklerinin bu davranışların nedenlerini açıklamada çok önemli olduğunu (Allen vd., 2005; Judge vd., 1999) göstermektedir.

Bu kapsamda bu çalışmada sık iş değiştirme davranışını etkileyen bireysel ve kurumsal faktörler incelenmiştir. İlk aşamada kişilik özelliklerinden biri olan deneyime açıklığın bireyin sık iş değiştirme davranışının önemli bir yordayıcısı olup olmadığı araştırılmıştır. İkinci olarak bireysel bir faktör olan ama aynı zamanda kurumla yakından ilişkisi olduğu düşünülen örgütsel özdeşleşmenin de sık iş değiştirme davranışı üzerindeki etkileri tespit edilmeye çalışılmıştır. Bunun yanında psikolojik güçlendirmenin sık iş değiştirme davranışı üzerindeki etkileri incelenmiştir. Ayrıca çalışmada deneyime açıklığın düzenleyici rolü de araştırılmıştır. Özellikle günümüzde yeni kuşakların çalışma yaşamına girmesiyle kurumların işten ayrılma, örgütsel bağlılık, işe devamsızlık gibi konular üzerinde daha çok odaklandıkları ve çalışanları kurumda tutmaya yönelik tedbirlere önem verdikleri görülmektedir. Sık iş değiştirme davranışı da bu bağlamda kurumları etkileyen önemli faktörlerden birisi olarak dikkat çekmektedir. Bu kapsamda çalışmada sık iş değiştirme davranışını etkilediği düşünülen kurumsal ve bireysel faktörlerin birlikte incelenmesinin gerek alan yazına gerekse iş yaşamına katkılar sağlayacağı düşünülmektedir.

LİTERATÜR TARAMASI

Sık İş Değiştirme

Sık iş değiştirme, işten ayrılma niyeti gibi diğer yakın ilişkili kavramlarla karşılaştırıldığında daha az keşfedilmiş bir alan olmasına rağmen, bu terimin ilk tanımı 1974'te Ghiselli tarafından 'hobo sendromu' olarak ifade edilmiştir (Steenackers & Guerry, 2016). Ghiselli (1974) 'hobo sendromu'nu “bir yerdeki bir işten, başka bir yerdeki başka bir işe geçmek için periyodik olarak ortaya çıkan bir dürtü” olarak açıklamaktadır. Sık iş değiştirme, rasyonel nedenlerden ziyade dürtü nedeniyle periyodik olarak işleri değiştirme eğilimi olan çalışanların psikolojik bir alışkanlığa işaret etmektedir. (Ghiselli, 1974; Woo, 2011; Onay, 2013; Saleem & Qamar, 2017). Benzer şekilde çalışan devri üzerine yaptığı bir araştırmada Mobley (1977), bazı çalışanların işten ayrılma sonuçlarını hiç düşünmeden, içgüdüsel bir karar verme eğiliminde olduklarını vurgulamıştır (Aktaran Lake vd., 2018).

Sık iş değiştiren kişilerin iş değiştirme nedenlerinin pek de mantıklı olmadığı halde bu durumun kendileri tarafından kabul edilebilir açıklamalarla ifade edildiği görülmektedir. Bu davranış tamamen dalgalanan birtakım dürtüler sonucunda ve iş değiştirme isteğinin şiddeti ve zamanının gelmesine bağlı olarak gerçekleşmektedir (London & Klimoski, 1975, s. 293; Shin, 2007, s. 1301; McCormick & Hughes, 1984, s. 183; Onay, 2013). Veiga (1981) araştırmasında, sık iş değiştiren bazı yöneticilerin bunu huy haline getirdiklerini, maaş veya iş tatmini gibi öncül faktörlerin tüm kariyerleri boyunca çok sık iş değiştiren bu yöneticiler üzerinde etkili olmadığını belirtmektedir. Bu noktada sık iş değiştirme davranışı, iş hareketliliğinin tetikleyicisi olarak ortaya çıkmaktadır. Başka bir araştırmada ise iyi eğitilmiş çalışanlar arasında iş değiştirme sıklığının arkasındaki nedenin daha yüksek tazminatlar değil, piyasadaki diğer iş alternatiflerinin varlığından kaynaklandığı bulunmuştur (James, 1991). Hall (1976) da dürtü ve arzu gibi bazı bireysel özelliklerin sık iş değiştirme davranışının göstergesi olabileceğini belirtirken, kariyer gelişiminin sık iş değiştirme davranışının arkasındaki bir motivasyon olabileceğini düşünmektedir. Lake vd. (2018) ise sık iş değiştirmenin dürtüsellik, moral ve motivasyon eksikliği ile ilişkili olabileceğini ifade etmektedir.

Sık iş değiştirme davranışının iki temel sebepten kaynaklanabileceği belirtilmektedir. Bunlardan ilki kariyer odaklı yaklaşım olup, ilerleme amacıyla ortaya çıkmaktadır. Diğer ise örgütsel çalışan devri (turnover)

yaklaşımli olup kaçış amacıyla yapıldığı şeklindedir (Lake vd. 2018). Khatri vd. (1999) ise sık iş değiştirme olgusuna ilişkin iki farklı yaklaşımdan bahsetmektedir. İlk olarak insanların yeni şeyler denemeye meyilli oldukları için keyfi olarak, eğlenme amaçlı iş değişikliği yapmalarıdır. Diğer de sosyal etkiler ya da işten ayrılma kültürü içeren bir bakış açısı nedeniyle iş değişikliğinin ortaya çıkmasıdır (Ulutaş, 2019, s. 3471).

Abelson (1993) çalışan devri kültürünü, “aynı örgütte birbirlerini diğer işlere veya örgütlere gitmeye cesaret eden akranlar arasında paylaşılan bir değer” olarak tanımlayarak, sık iş değiştirme ile ilişkisine dikkat çekmiştir. Bu yaklaşıma göre, çalışanlar arasında sık iş değiştirmek rasyonel bir sosyal davranıştır. Iverson ve Deery (1997) yıllarca aynı işte çalışanların çalışan devri kültürü nedeniyle işlerini değiştirme baskısı altında kaldıklarını ifade etmektedir (Khatri vd., 2001; Pathak, 2014; Kafeel & Alvi, 2015). Maertz ve Griffeth (2004) de sık iş değiştirme davranışını kariyer gelişimi ve çalışan devri olmak üzere iki farklı bakış açısıyla incelemektedir.

Bu kapsamda, sık iş değiştirme davranışı, rasyonel nedenlerden veya daha iyi iş alternatiflerinden bağımsız olarak, çalışanların örgütler arasında gönüllü hareket etmesi olarak tanımlanmaktadır. Bu davranışın ardında güdü, dürtüsellik, tutku vb. birey nitelikleri veya çalışan devri kültürü gibi nedenler olabileceği söylenebilir. Yapılan araştırmalar sık iş değiştirme davranışının bireysel faktörlerle ilişki olduğunu göstermektedir (Steenackers & Guerry, 2016). Bireyin işe girdikten sonra memnuniyetsiz olması ve işine uyum sağlamaması da sık iş değiştirme davranışını tetikleyen bir konu olduğu belirtilmektedir (Jovanović, 1979). Örneğin Malezya’da müzik öğretmenleri üzerine yapılmış bir çalışmada, tükenmişlik sendromu yaşayan ve iş tatmini düşük olan çalışanların sık iş değiştirme eğiliminde oldukları tespit edilmiştir (Feng & Angeline, 2010, s. 425).

Bunun yanında sık iş değiştirme davranışının, yaşa bağlı olarak değişiklik gösterdiği, yaş arttıkça sık iş değiştirme davranışının azaldığı (Steenackers & Guerry, 2016), özellikle kuşaklar arasında yapılmış çalışmalarla tespit edilmiştir (Larasati, & Aryanto, 2020). Y kuşağının değerler sistemi, hedefleri, yaşam tarzları ve yaşamdaki öncelikleri dikkate alınarak yapılmış çalışmalarda sık iş değiştirme davranışının diğer kuşaklara göre daha fazla gözlemlendiği tespit edilmiştir (Singh, Raj & Bhandaker, 2012; Deal, Altman & Rogelberg, 2010). Örneğin sık iş değiştirme alışkanlığının belirleyici faktörlerini Hindistan’da kurumsal çalışanları arasında araştıran son dönemde yapılmış bir çalışmada, sık iş değiştirme alışkanlığının günümüz organizasyonlarındaki genç çalışanlar açısından sorun oluşturabilecek yaygın bir olgu olduğu vurgulanmaktadır (Yadav, 2021). Sırbistan’da yapılan başka bir çalışmada ise Y kuşağındaki çalışanların sık iş değiştirme davranışının diğer ülkelerdeki akranlarıyla benzerlik gösterdiği ifade edilmiştir (Ivanovic, & Ivancevic, 2019).

Günümüzün hızlı değişen iş yaşamıyla birlikte çalışan davranışlarında belli başlı değişimler gözlemlenirken, sık iş değiştirme davranışının hem akademik alanda ve kurumsal yaşamda daha sık araştırıldığı ve konuşulduğu görülmektedir. Özellikle daha genç nesillerin iş yaşamındaki yoğunluklarının artması ve işten ayrılma eğilimlerinin yüksek olduğunun bazı araştırmalarda görülmesi bu konuyu daha fazla gündeme getirmektedir (Ertaş, 2015). Sık iş değiştirme davranışı bireysel bir eğilim olmasının yanında birçok örgütsel faktörle ilişkilidir. Bu nedenle örgütler ve yöneticiler açısından da takip edilmesi gereken önemli bir konu olduğu söylenebilir. Örneğin iş yaşam kalitesinin iş değiştirme davranışını negatif ve anlamlı olarak etkilediği tespit edilmiştir (Azinuddin vd., 2021). Öte yandan çalışanların işten ayrılma niyetlerinin yüksekliği de sık iş değiştirme davranışını tetiklediği belirtilmiştir (Campbell, vd. 2012). Bunun yanında Pathak (2014) da sık iş değiştirme davranışı ile işten ayrılma niyeti arasında yüksek bir ilişki olduğunu bulmuştur. Bir araştırmada da dağıtım adaletinin işten ayrılma niyetini negatif ve anlamlı olarak etkilediği tespit edilmiştir (Ceviz Doğrar vd., 2020). Ayrıca Nyugen (2022) yönetici-çalışan ilişkileri, çalışanların işe ilgisi ve işyeri şartları gibi örgüt içi faktörlerin, örgüt dışı faktörlere göre iş değiştirme davranışının daha dikkat çekici öncülleri olduğunu belirtmektedir. Bu kapsamda çalışmada, sık iş değiştirme davranışını etkileyebileceği düşünülen örgüt içi faktörlerden psikolojik güçlendirme ve örgütsel özdeşleşme kavramları incelenmiş ve bu değişkenlerin olası etkileri tartışılmıştır.

Psikolojik Güçlendirme

Psikolojik güçlendirme; temelde yönetsel ve psikolojik olmak üzere iki yaygın kullanımı ve çalışanın inisiyatif alma vurgusuyla organizasyonların sorunlarını çözmelerini sağlayacak yetki ve fırsatlara sahip olması olarak tanımlanmaktadır (Conger & Kanungo, 1988). Güçlendirme konusundaki ilk araştırmalar, özellikle alt kademe çalışanlara karar verme konusunda daha fazla yetki verilmesi ve bilgiye erişiminin artırılması konularına, bu bağlamda yönetim uygulamaları üzerindeki etkilerine odaklanmıştır (Spreitzer, 1995). Çalışanların güçlendirilmesi onların gücünü arttırmak olarak tanımlansa da, çalışanların kendilerini güçlü hissetmeleri her zaman yeterli değildir. Conger ve Kanungo (1988), çalışanları güçlendirmeyi amaçlayan yönetim uygulamalarının sadece işle ilgili birtakım koşulları iyileştirmek olduğunu ve her zaman başarılı olamayacağını ileri sürmüştür. Ayrıca, güçlendirmenin öz-yeterliliği arttırmayı hedefleyen motivasyonel bir

yaklaşım olması gerektiğini ifade etmişlerdir. Thomas ve Velthouse (1990) da yetkilendirmenin karmaşık olduğunu, bu nedenle özünün tek bir kavramla tam olarak açıklanamayacağını savunmuştur. Conger ve Kanungo'nun (1988) çalışmasına dayanarak, bilişsel veya motivasyonel yaklaşım olarak belirtilen ve daha sonra Spreitzer (1995) tarafından psikolojik güçlendirme olarak tanımlanan kavramın, çalışanların algılarıyla ilgili olduğu belirtilmiştir. Thomas ve Velthouse'ye (1990) göre psikolojik güçlendirme; anlam, yeterlilik, kendi kaderini tayin etme ve etki olmak üzere dört boyutla tanımlanmaktadır. Anlam, bireyin inançları, değerleri ve davranışları ile çalışmalarının ihtiyaçları arasındaki uyumla ilgili olmaktadır (Thomas & Velthouse, 1990). Çalışmalarını anlamlı olarak algılayan bir kişi, aynı zamanda çalışmalarını değerli ve önemli olarak görmektedir. Yetkinlik, kişinin işinin gerekliliğini yerine getirmek için ihtiyaç duyduğu becerilere olan inancını ve güvenini ifade etmektedir (Spreitzer, 1995). Yetkinlik kavramı, kişisel ustalık veya çaba-performans beklentisi kavramlarıyla ortaya çıkmıştır (Bandura, 1989). Yetkinlik algısının yüksek olması, bireylerin çalışmalarıyla başa çıkma çabalarıyla ve zorluklarla başa çıkma becerisiyle sonuçlanır. Kendi kaderini tayin etme, bireylerin faaliyetlerindeki kontrol algısını ifade eder. İşle ilgili faaliyetlerde karar verme özgürlüğü ile ilgilidir (Spreitzer, 1995). Etki, bir bireyin iş yerindeki idari, stratejik veya operasyonel kararları ne ölçüde etkileyebileceği olarak ifade edilir (Ashforth, 1989). Diğer bir deyişle etki, örgütsel sonuçlar üzerindeki kontrol duygusu ile ilişkili olan bireyin katılımını gerektiren bir kavramdır (Spreitzer, 1995). Araştırmalar, güçlendirilmiş çalışanların örgüte duygusal olarak bağlı olduklarını ve aidiyet duygusuna sahip olduklarını göstermektedir (Kim & Fernandez, 2015). Ayrıca psikolojik güçlendirmenin iş tatminini ve iş verimliliğini artırdığı belirtilmektedir (Koberg vd., 1999). Bunun yanında psikolojik güçlendirmenin çalışanların kariyer yetkinliğini ve kariyer tatmini artırdığı tespit edilmiştir (Kong vd., 2016).

Psikolojik güçlenmenin çalışanların gönüllü işten ayrılma veya işten ayrılma niyetine etkisi hakkında çeşitli araştırmalar bulunmasına rağmen, doğrudan sık iş değiştirme davranışıyla ilgili araştırmaların olmadığı görülmektedir. Bazı araştırmalar, psikolojik güçlenmenin çalışanların örgüte olan bağlılıklarını artırdığını, işten ayrılma niyetini ve fiili ayrılmayı azalttığına işaret etmektedir (Arthur, 1994; Gardner vd., 2011). Bunun yanında psikolojik güçlendirme çalışanların örgütten ayrılma eğiliminin azalmasıyla ilişkili olduğu ve işten ayrılma niyeti arasında negatif ve anlamlı bir ilişki olduğu belirtilmektedir (Koberg vd., 1999). Kitapçı ve arkadaşları (2013) tarafından yapılan bir çalışmada da psikolojik güçlendirmenin boyutlarından anlam ve özerklik boyutlarının işten ayrılma niyetini negatif yönde etkilerken, etki boyutunun pozitif yönde etkilediği, yetkinlik boyutunda ise bir ilişkinin olmadığı ortaya konulmuştur (Kanbur, 2018). Prati ve Zani (2013) ise psikolojik güçlendirmenin işten ayrılma niyetini negatif anlamlı olarak etkilediğini bulmuştur.

Psikolojik güçlendirme, bireyin öz-yeterlilik duyguları ile ilgili motivasyonel bir kavramdır ve çalışanların örgütsel yaşantıdaki birçok faktörünü etkileyebilir (Conger & Kanungo, 1988). Örneğin Ambad ve Bahron (2012) yaptıkları çalışmada, çalışanların örgütsel sonuçları etkileyecek şekilde doğrudan katılımının örgütsel bağlılıklarını artırdığını belirtmektedir. Bunun yanında psikolojik güçlendirmenin çalışanların iş tatmini ve verimliliğini pozitif yönde etkileyen bir unsur olarak işten ayrılma davranışını da etkilediği belirlenmiştir (Laschinger vd., 2004; Adıgüzel & Küçüköğlü, 2020). Başka bir çalışmada da psikolojik güçlendirmenin bazı boyutlarının (öz kararlılık ve yetkinlik) işten ayrılma davranışını azalttığı tespit edilmiştir (Metin, 2021). Bu bağlamda psikolojik güçlendirmenin etkisiyle örgütsel bağlılığın arttığı, yetkinliklerin gelişiminin desteklendiği ve çalışanların örgütsel amaçların gerçekleştirilmesi konusunda daha motive oldukları görülmektedir. Dolayısıyla bu faktörlerin çalışanların sık iş değiştirme davranışlarını da azaltabileceği söylenebilir. Kavramsal gerekçelere dayandırılarak geliştirilen hipoteze aşağıda yer verilmektedir.

Hipotez 1: Psikolojik güçlendirme, sık iş değiştirme davranışını negatif ve anlamlı olarak etkiler.

Çalışanların kendilerini kuruma ait hissetmeleri ve kurumda çalışmaya istekleri olmaları da önemli bir konudur. Başta örgütsel bağlılık, örgütsel vatandaşlık, örgütsel kimlik olmak üzere bazı örgütsel faktörler de sık iş değiştirme ile ilişkili olabilir. Bu kapsamda çalışmada, sık iş değiştirme davranışını etkileyebileceği düşünülen örgütsel özdeşleşme kavramı diğer bir öncül değişken olarak aşağıda tartışılmaktadır.

Örgütsel Özdeşleşme

Tajfel'in (1982) sosyal kimlik teorisine göre, özdeşleşme, gruba atfedilen pozitif özellikler nedeniyle üyelerin benlik saygısını artırır (Prati & Zani, 2013). Temelini sosyal kimlik teorisinden alan (Tajfel, 1982) örgütsel özdeşleşme ise "bireyin kendisini belirli bir örgütün üyeliği açısından tanımladığı belirli bir sosyal kimlik biçimi" olarak tanımlanmaktadır (Mael & Ashforth, 1992). Belirli bir sosyal kimlik biçimi olarak bireyin üyesi olduğu bir kuruluşa ait olduğu algısını içerir. Örgütsel kimlik, çalışanlara bağlılık hissi vererek çalışanların toplu

davranışlarını tasvir etmektedir (Ashforth & Mael, 1992). Ayrıca, örgütsel özdeşleşme bir örgütün üyelerinin örgütün kültürü hakkında ortak bir anlayış geliştirmelerini ve böylece çalışanlarının davranışlarını nasıl etkilediğini göstermektedir (Hatch & Schultz, 2002). Sosyal kimlik teorisi, bireyin grupla özdeşleştiğinin, grubun eylemlerindeki değerlerine uygunluk düzeyini göstermektedir. Çalışan örgütle bütünleşerek dayanışma hissi içerisinde olur (Ashforth & Mael, 1992). Örgütsel özdeşleşmeden kaynaklanan örgütsel üyeliğin ise, bireylerde duygusal bağlılık ve gurur duygusu gibi olumlu duyguları oluşturduğu bilinmektedir.

Örgütsel özdeşleşme ile çalışanların işten ayrılma niyetine etkisine yönelik araştırmalar bulunmasına rağmen, doğrudan sık iş değiştirme davranışıyla ilgili araştırmaların olmadığı görülmektedir. Ancak bunun yanında örgütsel özdeşleşmenin benzer kavramlarla ilişkili olduğu söylenebilir. Örneğin örgütsel özdeşleşmenin örgütsel performans ve örgütsel vatandaşlık davranışı ile pozitif ilişki, çalışan devri ve işten ayrılma ile arasında negatif ilişki olduğu bulunmuştur (Ashforth & Mael, 1989; Dutton vd., 1994; Bacaksız vd., 2017). Örgütsel özdeşleşme ve işten ayrılma niyeti arasındaki ilişkiyi inceleyen diğer bir araştırma sonucuna göre örgütsel özdeşleşme ile işten ayrılma niyeti arasında anlamlı bir negatif korelasyon olduğu tespit edilmiştir (Meyer vd., 2002, Riketta, 2005). Ayrıca, örgütsel özdeşleşmenin, çalışanların işe aidiyet hissetmelerini sağlayarak onların çalışma ortamlarına ilişkin algılarını olumlu etkilediği de belirtilmiştir (Kreiner & Ashforth, 2004). Aypar vd. (2018) tarafından yapılan yakın tarihli bir araştırmada örgütsel özdeşleşmenin işten ayrılmayı azalttığı bulunmuştur. Prati ve Zani (2013) yaptıkları araştırmada ise örgütsel özdeşleşmenin işten ayrılma niyetini azalttığını ve önemli bir yordayıcısı olduğunu belirtmiştir.

Bunun yanında örgütsel özdeşleşme ile örgütsel bağlılık birbirlerine yakın kavramlardır, örtüşen boyutları olduğu söylenebilir. Örneğin, örgüt için gönüllü çalışma ve örgütte kalma arzusu, bağlılığın boyutları arasında değerlendirilen kavramlardır. Örgütsel bağlılığın boyutları olan; özdeşleşme, örgütün faydasına yönelik çalışma konusunda istekli olmak ve örgütün üyesi olarak kalmayı arzu etme şeklindeki unsurlar, çalışanların örgütle daha fazla bütünleşmesinin ve uyumlaşmasının süreci olarak da ifade edilebilir (Miller, vd., 2000; Turunç & Çelik, 2010). Bu doğrultuda örgütsel bağlılık kavramından yola çıkılarak örgütsel özdeşleşme ile ilgili gerekçelendirme ve dolayısıyla sık iş değiştirme davranışı ile ilgili ilişkilendirme yapılabilir. Bu kapsamda, yapılan bir araştırmada iş tatmini ve örgütsel bağlılığın, iş değiştirme davranışını azalttığı tespit edilmiştir (Salleem & Qamar, 2017). Başka bir çalışmada ise örgütsel bağlılık ile iş değiştirme davranışı arasında negatif ve anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir (Azunuddin vd., 2021). Nguyet (2021) tarafından yapılan bir araştırmada ise normatif bağlılığın iş değiştirme davranışını negatif ve anlamlı olarak etkilediği görülmüştür. Açıklanan kuramsal gerekçeler doğrultusunda araştırmamızın diğer hipotezi şöyle oluşturulmuştur:

Hipotez 2: Örgütsel özdeşleşme sık iş değiştirme davranışını negatif ve anlamlı olarak etkiler.

Çalışmanın bu bölümüne kadar çalışanların iş değiştirme davranışını ekleyebileceği düşünülen iki örgüt içi faktör, psikolojik güçlendirme ve örgütsel özdeşleşme kavramları ve olası etkileri tartışılmıştır. Bunun yanında örgütsel faktörlerden ayrı olarak çalışanın kendisinden kaynaklanan yaş, cinsiyet, kişilik vb. bireysel faktörler sık iş değiştirme davranışı ile ilişkili olabilir. Bu kapsamda, sık iş değiştirme davranışı üzerinde etkili olabileceği düşünülen kişilik özelliklerinden deneyime açıklık bireysel bir faktör olarak aşağıda incelenmektedir.

Deneyime Açıklık

Kişilik özellikleri, bireyin kimliği ile ilişkili olup bireyin davranışlarını etkileyen ve onu diğerlerinden ayıran kararlı eğimler olarak tanımlanabilir (Ones vd., 2005; Mayende & Musenze, 2014). Bireylerin davranış ve algılarını etkileyen kişilik, yeteneğe göre nispeten istikrarlı özellikler bütünüdür (Colquitt vd., 2000). Kişilik özelliklerini tanımlamak için yaygın olarak Big Five olarak bilinen Beş Faktör Kişilik modeli kullanılmaktadır (Costa & McCrae, 1985; Goldberg, 1990). Bireylerin eğilimleri arasındaki farkları ayırt etmek için beş faktörlü kişilik modeli; sorumluluk, dışadönüklük, duygusal denge, uyumluluk ve deneyime açıklık özellikleriyle açıklanmaktadır. Kişilik özelliklerinin çalışma ortamında çalışanların davranışlarına (işten ayrılma niyeti, kariyer gelişimi, iş hareketliliği vb.) etkisini inceleyen geçmişte yapılmış birçok araştırma bulunmaktadır (Vianen vd, 2003; Zimmerman, 2008; Wille vd., 2010; Nieß & Zacher, 2015). Bütün kişilik özelliklerinin sık iş değiştirme davranışı üzerinde önemli etkileri olabileceği değerlendirilse de, bu çalışmada sadece sık iş değiştirme ile yüksek düzeyde ilişkili olabileceği öngörülen “Deneyime Açıklık” özelliğinin araştırılması hedeflenmiştir.

Deneyime açıklık, bireysel düzeyde yeni deneyimler için istek yaratan merak, açık fikirlilik ve çeşitlilik arayışı ile yakından ilgilidir. Yapılan araştırmalarda işlerini sık sık değiştiren insanların gelecekte de aynı şekilde

davranma olasılığının yüksek olduğunu (Judge & Watanabe, 1995; Munasinghe & Sigman, 2004) ve kişilik özelliklerinin bu davranışların nedenlerini açıklamak için çok önemli olabileceğini göstermektedir (Allen vd., 2005; Judge vd., 1999). Bir işten diğerine sık sık hareket eden bireylerin, mevcut işlerinde aradıkları heyecanı bulamadıkları zaman farklılık arayışına girebildikleri de belirtilmektedir (Van Vianen vd. 2003).

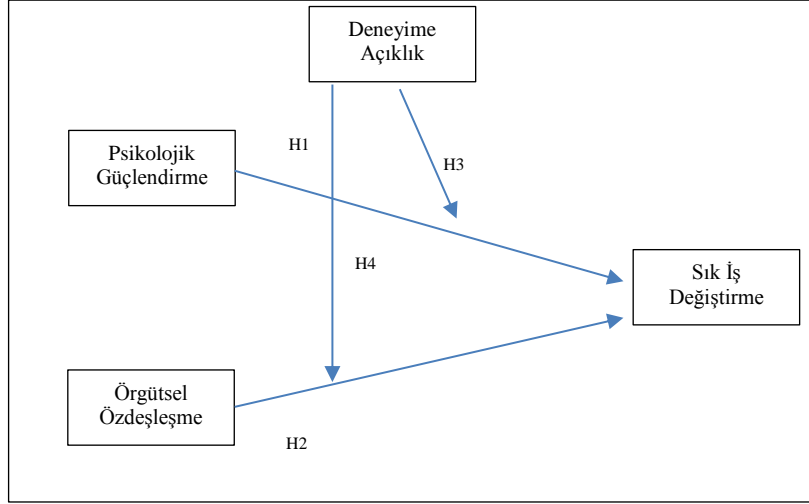
Bu açıdan deneyime açık olan bireylerin değişim konusunda daha cesur ve daha girişken oldukları, dolayısıyla daha sık iş değiştirme davranışı içinde olabilecekleri söylenebilir. Bununla birlikte örgüt içinde psikolojik güçlendirme düzeyinin deneyime açık bireyler tarafından daha yüksek düzeyde algılanabileceği de belirtilmektedir (Spreitzer, 2007, Aktaran Aydoğmuş vd., 2015). Bu açıdan çalışanlar özerk, yetkilendirilmiş ve kararlara katılım konusunda kendilerini daha olumlu hissedebilir ve dolayısıyla kurumda kalma konusunda daha motive olabilirler. Nitekim yapılmış yakın tarihli bir çalışmada deneyime açık kişilerin, örgüt içerisindeki deneyimler ile daha kolay başa çıktıkları ve daha iyi uyum gösterdikleri tespit edilmiştir (Kirmanoğlu & Erbay, 2020; Robbins & Judge, 2013). Yapılan bir çalışmada da Khan vd. (2017) deneyime açıklığın psikolojik güçlendirmeyi pozitif ve anlamlı olarak etkilediğini tespit etmişlerdir. Bu kuramsal gerekçelerden hareketle, psikolojik güçlendirmenin sık iş değiştirme davranışına etkisinde bireysel bir değişken olarak deneyime açıklığın düzenleyici bir rolü olabilir. Bu kavramsal gerekçelerden yola çıkılarak aşağıdaki hipotez oluşturulmuştur:

Hipotez 3: Psikolojik güçlendirmenin sık iş değiştirme davranışına etkisinde deneyime açıklığın düzenleyici rolü vardır.

Örgütsel özdeşleşme bir sosyal kimlik biçimidir, çalışanların kendilerini örgüte ait hissetmesi ile ilgilidir (Mael & Ashforth, 1992) Nitekim yapılan bazı araştırmalarda örgütsel özdeşleşmenin çalışanların işten ayrılma isteklerini negatif ve anlamlı olarak etkilediği belirtilmişti (Van Dick vd., 2004; Wan Huggins vd., 1998). Öte yandan kişilik özelliklerinin bireylerin işle ilgili davranışları üzerindeki etkilerini açıklamak için bazı araştırmalar yapılmıştır (Costa & McCrae, 1985; Maertz & Griffeth, 2004; Ng vd., 2005; Wille vd., 2010; Zimmerman, 2008). Bu bireylerin, iş değiştirmeye eğilimli olmalarını tetikleyen (Ng vd., 2005) güçlü bir yenilik ihtiyacı (Costa & McCrae, 1985; Zimmerman, 2008) ve diğerlerine göre daha fazla iş istikrarsızlığı bulunduğu belirtilmektedir (Wille vd., 2010). Bu nedenle deneyime açıklık özelliği yüksek olan bireyler daha farklı iş ve yenilik arama ihtiyacı içinde olabilirler. Örneğin Maertz ve Griffeth (2004), deneyime açıklığı yüksek olan bireylerin farklı bir çalışma ortamı ve pozisyon arayışı içinde iş değiştirme eğiliminde olduklarını öne sürmüşlerdir. Vinson vd. de (2007) deneyime açıklığın iş değiştirme davranışını artırdığını tespit etmiştir. Deneyime açıklık özelliği yüksek olan bireylerin, mevcut işleri hakkında nasıl hissettiklerine bakılmaksızın diğer iş fırsatlarını keşfetme ve deneme olasılıklarının da yüksek olacağı düşünülmektedir. Bu kapsamda örgütsel özdeşleşme çalışanların sık iş değiştirme davranışını etkilerken belirtilen özelliklerden dolayı deneyim açıklığın düzenleyici rolü olabileceği değerlendirilmektedir. Kavramsal açıklamalar doğrultusunda araştırmanın son hipotezine aşağıda yer verilmektedir:

Hipotez 4: Örgütsel özdeşleşmenin sık iş değiştirme davranışına etkisinde deneyime açıklığın düzenleyici rolü vardır.

Bu kurumsal açıklama doğrultusunda araştırma modeli ve araştırma hipotezleri Şekil-1’de görülmektedir.



Şekil 1. Araştırma Modeli ve Hipotezleri

YÖNTEM

Örneklem

Araştırmanın örneklemini, kolayda örneklem yöntemi kullanılarak seçilen ve İstanbul'da iş yaşamlarına çeşitli sektörlerde devam eden toplam 315 beyaz yakalı çalışan oluşturmaktadır. Katılımcıların %51,9'u kadındır. %43,6'sı lise, %51,6'sı lisans, %4,8'si yüksek lisans derecesine sahiptir. Yaş ortalaması 33.3 olup, iş tecrübesi 8.21 yıldır.

Ölçekler

Sık İş Değişirme: Araştırmada katılımcıların sık iş değiştirme davranış düzeylerini ölçmek üzere Khatri vd. (1999) tarafından geliştirilen ölçek kullanılmıştır. Ölçekte toplam 3 soru bulunmaktadır. Cevaplar 5'li likert ölçeği ile alınmıştır (1=Kesinlikle katılmıyorum, 5=Kesinlikle katılıyorum). Sık iş değiştirme ölçeğinin yapı geçerliliğini test etmek amacıyla doğrulayıcı faktör analiz yapılmıştır. Yapılan doğrulayıcı faktör analizi sonucunda tek faktörlü yapı doğrulanmıştır (CMIN/df = 3.757, RMSEA = 0.090, GFI = 0.989, AGFI = 0.944 ve CFI = 0.979'dur). Yapılan güvenilirlik analizi sonucunda ölçeğin Cronbach alfa güvenilirlik katsayısı 0.76 olarak bulunmuştur.

Psikolojik Güçlendirme: Araştırmada psikolojik güçlendirmeyi ölçmek amacıyla Spreitzer (1995) tarafından geliştirilen, 4 alt boyuttan oluşan 12 maddelik ölçek kullanılmıştır. Ölçekte cevaplar 5'li likert ölçeği ile alınmıştır (1=Hiçbir zaman 5=Her zaman). Ölçeğin yapı geçerliliğini test etmek amacıyla doğrulayıcı faktör analizi yapılmıştır. Verilerin ölçeğin 4 faktörlü yapısına uyum sağladığı tespit edilmiştir (CMIN/df = 1.792, RMSEA = 0.049, GFI = 0.962, AGFI = 0.937 ve CFI = 0.984'dür). Yapılan güvenilirlik analizi sonucunda ölçeğin Cronbach alfa güvenilirlik katsayısı bütün ölçek için .87'dir. Ölçeğin alt boyutları için sırasıyla .89, .85, .79 ve .90 olarak bulunmuştur.

Örgütsel Özdeşleşme: Katılımcıların örgütsel özleşme düzeylerini ölçmek amacıyla Mael ve Ashforth (1992) tarafından geliştirilen 6 madde ve tek boyuttan oluşan ölçek kullanılmıştır. Cevaplar 5'li likert ölçeği ile alınmıştır (1=Kesinlikle katılmıyorum, 5=Kesinlikle katılıyorum). Örgütsel özdeşleşme ölçeğinin yapı geçerliliğini test etmek amacıyla doğrulayıcı faktör analizi yapılmıştır. Doğrulayıcı faktör analizi sonucunda verilerin ölçeğin tek faktörlü yapısına uyum sağladığı tespit edilmiştir (CMIN/df = 2.723, RMSEA = 0.072, GFI = 0.980, AGFI = 0.941 ve CFI = 0.985'tir). Yapılan güvenilirlik analizi sonucunda ölçeğin Cronbach alfa güvenilirlik katsayısı .85 olarak bulunmuştur.

Deneyime Açıklık: Araştırmada katılımcıların deneyime açıklık kişilik özelliklerini ölçmek amacıyla Goldberg (2001) tarafından geliştirilen 50 maddelik IPIP Big-Five Factor Markers ölçeğinde Deneyime Açıklık kişilik özelliği ile ilgili 10 madde ve tek boyuttan oluşan ölçek kullanılmıştır. Cevaplar 5’li likert ölçeği ile alınmıştır (1=Kesinlikle katılmıyorum, 5=Kesinlikle katılıyorum). Deneyime açıklık boyutunun yapı geçerliliğini test etmek amacıyla doğrulayıcı faktör analiz yapılmıştır. Doğrulayıcı faktör analizi sonucunda 2 madde düşük faktör yükü nedeniyle ölçek dışı bırakılmış, 8 maddelik ölçeğin tek faktörlü yapısı doğrulanmıştır (CMIN/df = 2.871, RMSEA = 0.080, GFI = 0.945, AGFI = 0.909 ve CFI = 0.933’tir). Yapılan güvenilirlik analizi sonucunda ölçeğin toplam sonucunda Cronbach alfa güvenilirlik katsayısı .85 olarak bulunmuştur.

ARAŞTIRMA BULGULARI

Psikolojik güçlendirme, örgütsel özdeşleşme, deneyime açıklık ile sık iş değiştirme davranışı arasındaki ilişkileri incelemek ilk aşamada korelasyon analizi yapılmıştır. Analiz sonuçları Tablo 1’de verilmektedir. Analiz sonuçlarına göre çalışmanın bağımlı değişkeni sık iş değiştirme ile bağımsız değişkenleri olan psikolojik güçlendirme, örgütsel özdeşleşme ve deneyime açıklık arasında ilişkiler olduğu gözlemlenmiştir. Bu aşamadan sonra regresyon analizlerine geçilmiştir.

	Ort.	S.S	1	2	3	4	5	6	7
1. Sık İş Değiştirme (SİD)	2.00	.88	1						
2. Psikolojik Güçlendirme (PG)	4.12	.55	-.11*	1					
3. Örgütsel Özdeşleşme (ÖÖ)	3.56	.89	-.15**	.34**	1				
4. Deneyime Açıklık (DA)	4.06	.57	.13*	.27**	.11	1			
5. Cinsiyet (C)	.48	.50	.05	.02	-.00	.05	1		
6. Yaş (Y)	33.43	6.48	-.07	.13*	.07	.00	-.20**	1	
7. İş tecrübesi (İT)	8.21	6.22	-.06	.21**	.12*	.03	-.19**	.72**	1

*0.05, **0.01

Psikolojik güçlendirme, örgütsel özdeşleşme, deneyime açıklık ile sık iş değiştirme davranışı arasındaki ilişkileri incelemek amacıyla regresyon analizi yapılmıştır. Hipotezleri test etmek amacıyla iki regresyon modeli oluşturulmuş, hiyerarşik regresyon analizinde cinsiyet (C), yaş (Y) ve iş tecrübesi (İT) kontrol değişkenleri, psikolojik güçlendirme (PG) ve örgütsel özdeşleşme (ÖÖ) bağımsız değişken, sık iş değiştirme davranışı (SİD) bağımlı değişken ve deneyime açıklık (DA) da düzenleyici (moderatör) değişken olarak modele dâhil edilmiştir.

Değişkenler	İLK AŞAMA		İKİNCİ AŞAMA		ÜÇÜNCÜ AŞAMA		DÖRDÜNCÜ AŞAMA	
	β	t	β	t	β	t	β	t
Y	.04	.62	.04	.74	.04	.751	.04	.80
C	-.05	-.59	-.05	-.64	-.05	-.61	-.05	-.68
İT	-.02	-.21	.01	.13	.01	.13	.01	.14
PG			-.11*	-1.96	-.16**	-2.91	-.15**	-2.60
DA					.21***	3.74	.22***	3.84
PG X DA							.06	.96
R ²	.01		.02		.06		.06	
Düz. R ²	.00		.01		.04		.04	
F	.64		2.43*		3.99**		3.48**	

*p< 0.05. **p<0.01. ***p<0.001

İlk regresyon modelinde psikolojik güçlendirme, deneyime açıklık ve sık iş değiştirme arasındaki ilişkiler incelenmiştir. Bulgular Tablo 2’de verilmektedir. İlk adımda kontrol değişkenleri cinsiyet, yaş ve iş tecrübesi modele dahil edilmiştir. İlk aşamada model anlamsızdır ($R^2 = .00$; **F değeri** = 0.64) kontrol değişkenlerinin sık iş değiştirme üzerinde herhangi bir etkisi yoktur.

İkinci aşamada modele psikolojik güçlendirme dahil edilmiştir. Model anlamlıdır ($R^2 = .01$; **F değeri** = 2.43; $p > .05$). Psikolojik güçlendirme sık iş değiştirme davranışını negatif ve anlamlı olarak etkilemektedir ($\beta = -.11$, $p > .05$). **H1 hipotezi kabul edilmiştir.**

Üçüncü ve son aşamada deneyime açıklığın düzenleyici rolünü test etmek amacıyla etkileşim terimi (psikolojik güçlendirme X deneyime açıklık) modele dahil edilmiştir. Model anlamlıdır ($R^2 = .04$; **F değeri** = 3.48; $p > .01$), bununla birlikte etkileşim teriminin modele anlamlı bir katkısı yoktur ve sık iş değiştirme ile anlamlı ilişkiler tespit edilmemiştir ($\beta = .05$, $p > .0336$). **H3 hipotezi reddedilmiştir.** Psikolojik güçlendirmenin sık iş değiştirme davranışına etkisinde deneyime açıklığın düzenleyici rolü yoktur.

Değişkenler	İLK AŞAMA		İKİNCİ AŞAMA		ÜÇÜNCÜ AŞAMA		DÖRDÜNCÜ AŞAMA	
	β	t	β	t	β	t	β	t
Y	.04	.62	.04	.69	.036	.66	.04	.81
C	-.05	-.59	-.05	-.66	-.048	-.62	-.05	-.65
İT	-.02	-.21	.01	.08	-.003	-.04	.00	.02
ÖÖ			-.15*	-2.69	-.17**	-3.09	-.16**	-2.99
DA					.18***	3.40	-.16	-.78
ÖÖ X DA							.36	1.69
R^2	.01		.03		.06		.07	
Düz. R^2	.00		.02		.05		.05	
F	.64		2.69*		4.21***		3.48**	

* $p < 0.05$. ** $p < 0.01$. *** $p < 0.001$

İkinci regresyon modelinde örgütsel özdeşleşme, deneyime açıklık ve sık iş değiştirme arasındaki ilişkiler incelenmiştir. Bulgular Tablo 3'de verilmektedir. İlk adımda kontrol değişkenleri cinsiyet, yaş ve iş tecrübesi modele dahil edilmiştir. İlk aşamada model anlamsızdır ($R^2 = .00$; **F değeri** = 0.64) kontrol değişkenlerinin sık iş değiştirme üzerinde herhangi bir etkisi yoktur.

İkinci aşamada modele örgütsel özdeşleşme dahil edilmiştir. Model anlamlıdır ($R^2 = .02$; **F değeri** = 2.69; $p > .05$). Örgütsel özdeşleşme sık iş değiştirme davranışını negatif ve anlamlı olarak etkilemektedir ($\beta = -.15$, $p > .05$). **H2 hipotezi kabul edilmiştir.**

Son aşamada deneyime açıklığın düzenleyici rolünü test etmek amacıyla etkileşim terimi (örgütsel özdeşleşme X deneyime açıklık) modele dahil edilmiştir. Model anlamlıdır ($R^2 = .05$; **F değeri** = 3.48; $p > .001$), bununla birlikte etkileşim teriminin modele anlamlı bir katkısı yoktur ve sık iş değiştirme ile anlamlı ilişkiler tespit edilmemiştir ($\beta = .36$, $p > .09$). **H4 hipotezi reddedilmiştir.** Örgütsel özdeşleşmenin sık iş değiştirme davranışına arasındaki etkisinde deneyime açıklığın düzenleyici rolü yoktur.

SONUÇ

Bu çalışmada psikolojik güçlendirme ve örgütsel özdeşleşmenin sık iş değiştirme davranışı üzerindeki etkileri incelenirken, bir kişilik özelliği olarak deneyime açıklığın bu ilişkideki rolü incelenmeye çalışılmıştır. Elde edilen sonuçlara göre bireysel bir faktör olarak deneyime açıklığın sık iş değiştirme davranışı üzerinde doğrudan etkileri bulunurken, örgütsel faktörler olarak araştırmaya dahil edilen psikolojik güçlendirme ve örgütsel özdeşleşmenin de sık iş değiştirme davranışı etkilediği tespit edilmiştir. Bununla birlikte deneyime açıklığın düzenleyici rolü tespit edilememiştir. Bu kapsamda bir çalışan işten ayrıldığında, altta yatan nedenlerin bireysel ve örgütsel bağlamla ilgili olup olmadığının anlaşılması açısından araştırma sonuçlarının katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Psikolojik güçlendirme ve örgütsel özdeşleşmenin sık iş değiştirme davranışının negatif ve anlamlı olarak etkilediği tespit edilmiştir. Başka bir ifadeyle yüksek psikolojik güçlendirmenin, sık iş değiştirme davranışını azalttığı görülmektedir. Araştırma sonuçları önceki çalışmalara paralellik göstermektedir (Arthur, 1994; Koberg vd., 1999; Gardner vd., 2011). Benzer şekilde, yüksek düzeyde örgütsel özdeşleşmenin, sık iş değiştirme davranışında azalmaya neden olabileceği belirlenmiştir. Araştırma sonuçları, örgütsel özdeşleşme ve işten ayrılma niyeti arasındaki ilişkiye yönelik yapılan önceki çalışmalar ile uyumludur (Wan Huggins vd., 1998; Meyer vd., 2002; Van Dick vd., 2004; Riketta, 2005).

Deneyimlere açık olan bireyler, hayatlarında ve işlerinde farklı şeyler öğrenme ve deneyimleme fırsatları arayan yüksek bir merak seviyesine sahip bireylerdir. Bu nedenle, işlerini sık sık değiştirme eğilimi

gösterebilirler. Literatürde, kişilik özelliği olarak deneyime açıklık ve sık iş değiştirme davranışı arasındaki pozitif ilişki bazı çalışmalarla tespit edildiği açıklanmıştır (Maertz & Griffeth, 2004; Zimmerman, 2008; Woo, 2011). Bu çalışmada deneyime açıklık, psikolojik güçlendirme ve örgütsel özdeşleşme ile birlikte bağımsız değişken olarak modele dahil edildiğinde, sık iş değiştirme davranışını pozitif ve anlamlı olarak etkilediği görülmektedir. Her iki modeldeki analizler sonucunda, bireysel ve bağımsız bir değişken olarak deneyime açıklığın, sık iş değiştirme davranışının önemli öncüllerinden birisi olduğu söylenebilir. Araştırma sonucunda elde edilen bulgular da önceki çalışmalarla uyumludur.

Bununla birlikte deneyime açıklığın sık iş değiştirme davranışı üzerindeki doğrudan etkileri belirlenirken, psikolojik güçlendirmenin sık iş değiştirme davranışına etkisinde düzenleyici bir rolünün olmadığı görülmüştür. Düzenleyici role ilişkin literatürde herhangi bir araştırma sonucuna ulaşılamamıştır. Psikolojik güçlendirme ve deneyime açıklık arasındaki bazı çalışmalarda farklı sonuçlar bulunmaktadır. Örneğin, Khan, vd. (2017) deneyime açıklığın psikolojik güçlendirmeyi pozitif ve anlamlı olarak etkilediğini belirlerken, Yazdi ve Mustamil (2015) zayıf bir ilişki bulmuş, Fırın (2021) da psikolojik güçlendirmenin sadece etki boyutunda bir ilişki tespit etmiştir. Aydoğmuş vd. (2015) ise bir ilişki bulamadıklarını ve literatürde kesin tespitler yapamadıklarını ifade etmişlerdir.

Örgütlerde psikolojik güçlendirme ile sonuca ulaşabilmek ve istenen hedefleri gerçekleştirebilmek için çalışanların sahip olması gereken özelliklerden birisi de değişime açık olmaları ve kolayca kabul etmeleridir (Barutçugil, 2004). Psikolojik güçlendirme algısı yüksek olan çalışanların örgütsel olarak desteklenmesi onların örgüt içinde kalma motivasyonlarını artırabilir, ayrıca karar verme öz güveni ve özerkliğinin sağlanmasıyla örgüt içinde deneyim açısından kendilerini daha özgür hissedebilirler. Bu özellikleri nedeniyle deneyime açıklığın düzenleyici olarak değil, ana belirleyici faktör bir olarak düşünülmesinin daha doğru bir yaklaşım olabileceği değerlendirilmektedir. Nitekim iki değişken arasındaki korelasyon analizi sonucunda pozitif ve anlamlı ilişki tespit edilmesi bir görüşü destekler niteliktedir. Bu bağlamda deneyime açıklık özelliği yüksek olan bireylerin, örneğin psikolojik güçlendirme gibi önemli bir örgüt içi faktörle kişiliklerinin bu boyutunun desteklenmesi önemli olabilir ve dolayısıyla sık iş değiştirme davranışı azaltılabilir. Bunun yanında, gelecek çalışmalarda bu konunun biraz daha detaylı irdelenmesi ve aracılık etkisi içeren farklı modellerle incelenmesi gerektiği de belirtilmelidir.

Bir gruba ait hissetme, örgütsel kimlik, ortak bir kültüre aidiyet gibi konular çalışanlar açısından önemli motivasyon faktörleridir ve benlik duygularını artırabilir (Mael & Ashforth, 1992; Prati & Zani, 2013). Nitekim örgütsel özdeşleşmenin iş değiştirme davranışını azalttığı çeşitli çalışmalarda tespit edildiği belirtilmiştir. Bunun yanında çalışmada deneyim açıklığın bu ilişkide herhangi bir düzenleyici rolünün olmadığı görülmüştür. Yapılan korelasyon analizinde de deneyime açıklık ile örgütsel özdeşleşme arasında bir ilişki tespit edilememiştir.

Psikolojik güçlendirmeden farklı olarak örgütsel özdeşleşmenin kimlik ve kültür kavramlarıyla ilişkili olup daha durağan bir değişken olduğu düşünülmektedir. Bu nedenle; gruba aidiyet, örgütsel kimlik veya özdeşleşme gibi bireyi kısıtlama potansiyeli olan konuların, deneyime açıklıkla doğrudan bir etkileşim içerisinde olmaması beklenebilir. Deneyime açık kişilik özelliği yüksek olan bireyler, kimi zaman örneğin psikolojik güçlendirmenin etkisiyle örgüt içi deneyim yaşamak konusunda motive olurken, aynı zamanda örgüt dışı deneyim istekleri de olabilir, dolayısıyla sık iş değiştirme davranışı içerisinde olabilirler. Ayrıca deneyime açıklık yanında diğer kişilik özelliklerinden uyumluluk, sorumluluk veya içe dönüklük gibi özelliklerin etkileri bulunabilir. Nitekim Wille vd. (2010) yaptıkları çalışmada düşük uyumluluk kişilik özelliği ile işte istikrarsızlık arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki tespit etmiştir. Bu nedenle diğer kişilik özelliklerini de kapsayan değerlendirmelerin ve gelecek çalışmaların yapılması uygun bir yaklaşım olabileceği düşünülmektedir.

Araştırma sonuçlarına göre hem bireysel hem örgütsel faktörlerin sık iş değiştirme davranışı üzerinde etkili olduğu görülmektedir. Bu kapsamda başta işe alım sürecinde olmak üzere bireysel faktörlerin dikkate alınmasının, bunun yanında çalışanları örgütte tutmaya yönelik olarak bazı desteklerin sağlanmasının, sık iş değiştirme davranışını etkileyebileceği ve değiştirebileceği söylenebilir.

Araştırmanın bazı kısıtlılıkları bulunmaktadır. Çalışmada kolayda örneklem yöntemi kullanılmış ve sektörel farklılık gözlemlenmemiştir. Daha kapsamlı bulgular için sektör düzeyinde yapılacak çalışmalara ihtiyaç duyulmaktadır. Ayrıca diğer bir kısıtlılıkta deneyime açıklık kişilik özelliği ile ilgilidir. Uyumluluk, sorumluluk veya içe dönüklük gibi kişilik özelliklerinin de çalışmalara dahil edilmesiyle daha açıklayıcı sonuçlar elde edilebilir. Bunun yanında her ne kadar çalışmada yaş faktörünün etkisi bulunmamasına rağmen, örneklem sayısının artırılarak kuşaklar arası farklılıkların araştırılmasının gelecek çalışmalar açısından önem taşıyacağı düşünülmektedir.

KAYNAKLAR

- Abelson, MA (1993). Turnover cultures. *Research in Personnel and Human Resources Management*, 11, pp. 339-376.
- Adıgüzel, Z. & Kucukoglu, İ. (2020). Examining the commitment to the organization of the employees who work in a organization against stress, workload and psychological empowerment. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 9 (4) 2459-2474. <https://doi.org/10.33206/mjss.657634>
- Allen, DG, Weeks, KP, & Moffitt, KR (2005). Turnover intentions and voluntary turnover: the moderating roles of self-monitoring, locus of control, proactive personality, and risk aversion. *Journal of Applied Psychology*, 90(5), pp. 980–990. <http://dx.doi.org/10.1037/0021-9010.90.5.980>
- Ambad, SNA & Bahron, A. (2012). Psychological Empowerment: The Influence On Organizational Commitment Among Employees In The Construction Sector. *Journal of Global Business Management*, 8(2), 73.
- Arthur, JB (1994). Effects of human resource systems on manufacturing performance and turnover. *Academy of Management Journal*, 37, pp. 670–687. <https://doi.org/10.2307/256705>
- Ashforth, BE (1989). The experience of powerlessness in organizations. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 43, 207-242. DOI:10.1016/0749-5978(89)90051-4
- Ashforth, BE, & Mael, F. (1989). Social identity theory and the organization. *Academy of Management Review*, 14, 20–39. <https://www.jstor.org/stable/258189>
- Aydoğmuş, C., Ergeneli A. & Camgöz, SM (2015). The role of psychological empowerment on the relationship between personality and job satisfaction. *Research Journal of Business and Management*. Year: 2015 Volume: 2 Issue: 3. <https://doi.org/10.17261/Pressacademia.2015312979>
- Aypar Özkan, S., Sökmen, A., & Ekmekçioğlu, EB (2018). İş tatmini ve işten ayrılma niyeti ilişkisi: Örgütsel özdeşleşmenin aracılık rolü. *Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*. 5: 116-124. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/gusbd/issue/36957/406813>
- Azinuddin, M., Shariffuddin, NSM, Zain, WMAWM & Som, APM (2021). The impacts of quality work life and occupational commitment on job-hopping behavior of chefs in 4 and 5 star rated hotels in Malaysia. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*. 11(9), 1432–1444. <http://dx.doi.org/10.6007/IJARBS/v11-i9/10843>
- Bacaksiz, FE, Tuna, R., & Seren, AKH (2017). The relationships between organizational identification, job performance, and job crafting: a study among nurses. *International Journal of Caring Sciences*, 10(1), 251-259. <http://www.internationaljournalofcaringsciences.org>
- Bandura, A. (1989). Human agency in social cognitive theory. *American Psychologist*, 44, 1175–1184. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.44.9.1175>
- Barutçugil İ. (2004), *Stratejik İnsan Kaynakları Yönetimi*, Kariyer Yayıncılık.
- Campbell, BA, Ganco, M., Franco, AM & Agarwal, R. (2012). Who leaves, where to, and why worry? Employee mobility, entrepreneurship and effects on source firm performance. *Strategic Management Journal*, Vol. 33 No. 1, pp. 65-87. <https://doi.org/10.1002/smj.943>

- Ceviz Doğrar, C., Bostancı, B. & Mayatürk Akyol, E. (2020). Dağıtım adaleti ile işten ayrılma niyeti arasındaki ilişkide duyarsızlaşmanın aracılık rolü: Bir telekomünikasyon firmasında çalışan mühendisler üzerine bir araştırma. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 2020, 12(4), 3633-3655. <https://doi.org/10.20491/isarder.2020.1063>
- Colquitt, JA, LePine, JA & Noe, R. (2000). Toward an integrative theory of training motivation: a meta-analytic path of analysis of 20 years of research. *Journal of Applied Psychology*, 85(5), pp. 678–707. DOI:10.1037//0021-9010.g5.5.678.
- Conger, JA & Kanungo, RN (1988). The empowerment process: integrating theory and practice. *Academy of Management Review*, 13, 471-482. <https://doi.org/10.2307/258093>
- Costa PT & McCrae, RR (1985). The NEO personality inventory manual. *Odessa, FL: Psychological Assessment Resources*. <https://doi.org/10.1002/j.1556-6676.1991.tb01524.x>
- Deal, JJ, Altman, DG & Rogelberg, SG (2010). Millennials at work: What we know and what we need to do (if anything). *Journal of Business and Psychology*, 25, 191-199. <http://dx.doi.org/10.1007/s10869-010-9177-2>
- Dutton, JE, Dukerich, JM & Harquail, CV (1994). Organizational images and member identification. *Administrative Science Quarterly*, 39, 239–263. <https://doi.org/10.2307/2393235>
- Ertas, N. (2015). Turnover intentions and work motivations of millennial employees in federal service. *Public Personnel Management*, 44(3), 401-423. <https://doi.org/10.1177/0091026015588193>
- Feng, WC, & Angeline, T. (2010). Turnover intention and job hopping behaviour of music teachers in Malaysia. *African Journal of Business Management*, 4(4), 425–434. <http://www.academicjournals.org/AJBM>
- Fırın, S. (2021). Psikolojik güçlendirme, yenilikçi davranış ve kişilik özellikleri. *İksad Publishing House, Türkiye*.
- Gardner, TM, Wright, PM, & Moynihan, LM (2011). The impact of motivation, empowerment, and skill-enhancing practices on aggregate voluntary turnover: The mediating effect of collective affective commitment. *Personnel Psychology*, 64, 315–350. <https://doi.org/10.1111/j.1744-6570.2011.01212.x>
- Ghiselli, EE (1974). Some perspectives for industrial psychology. *American Psychologist*, 29(2), pp. 80–87. <https://doi.org/10.1037/h0036077>
- Goldberg, LR (1990). An alternative “description of personality”: The Big-Five factor structure. *Journal of Personality and Social Psychology*, 59, 1216–1229. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.59.6.1216>
- Goldberg, LR (2001). *International Personality Item Pool*.
- Hall, DT (1976). *Careers in organizations*. Glenview, IL: Scott, Foresman.
- Hatch, MJ, & Schultz, M. (2002). The dynamics of organizational identity. *Human Relations*, 55(8), 989–1018. DOI:10.1177/0018726702055008181
- Ivanovic, T., & Ivancevic, S. (2019). Turnover intentions and job hopping among millennials in Serbia. *Management: Journal of Sustainable Business and Management Solutions in Emerging Economies*, 24(1), 53-63. <https://doi.org/10.7595/management.fon.2018.0023>
- Iverson, RD & Deery, M. (1997). Turnover culture in the hospitality industry. *Human Resource Management Journal*, 7(4), pp. 71–82. <https://doi.org/10.1111/j.1748-8583.1997.tb00290.x>

- James, LR (1991). Testing hypotheses in the context of the unmeasured variables problem. *Human Resource Management Review*, 1(4), pp. 273–291.
- Jovanovic, B. (1979). Job Matching and the theory of turnover. *Journal of Political Economy*, 87(5), pp. 972–90. <https://www.jstor.org/stable/1833078>
- Judge, TA, Higgins, CA, Thoresen, CJ, & Barrick, MR (1999). The Big-Five personality traits, general mental ability, and career success across the life span. *Personnel Psychology*, 52, pp. 621–652. <https://doi.org/10.1111/j.1744-6570.1999.tb00174.x>
- Judge, TA & Watanabe, S. (1995). Is the past prologue?: A test of Ghiselli's Hobo Syndrome. *Journal of Management*, 21(2), pp. 211–229. <https://doi.org/10.1177/014920639502100203>
- Kafeel, N. & Alvi, AK (2015). What play significant role in increasing turnover intention: job hopping or perceived organizational politics?. *Science International (Lahore)*, 27(5), pp. 4781–4786. <https://ssrn.com/abstract=2937182>
- Kanbur E., (2018), Havacılık sektöründe psikolojik güçlendirme, iş performansı ve işten ayrılma niyeti arasındaki ilişkilerin incelenmesi. *Uluslararası Yönetim İktisat İşletme Dergisi*, 14 (1), 147-162. <https://doi.org/10.17130/ijmeb.2018137578>
- Khan, MI, Tufail M., Shah SMA & Jehangir. (2017). Personality dimensions and psychological empowerment: A perspective of five factors model. *The Discourse*, Volume 03 Number 01 January – June. <https://www.discourse.org.pk/index.php/discourse/article/view/11>.
- Khatri, N., Budhwar, P. & Fern, CT (1999). Employee turnover: bad attitude or poor management. *Nanyang Technological University, Singapore*. <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.569.4082&rep=rep1&type=pdf>
- Khatri, N., Budhwar, P. & Fern, CT (2001). Explaining employee turnover in an Asian context. *Human Resource Management Journal*, 11(1), pp. 54–74. <https://doi.org/10.1111/j.1748-8583.2001.tb00032.x>
- Kim, SY, & Fernandez, S. (2015). Employee empowerment and turnover intention in the U.S. federal bureaucracy. *American Review of Public Administration*, 47(1), 4–22. <https://doi.org/10.1177/0275074015583712>
- Kirmanoglu, T. & Erbay, EÖ (2020). Psikolojik sözleşme ihlali ile sosyal aylıklık arasındaki ilişkide kişilik özelliklerinin düzenleyici etkisi. *İş'te Davranış Dergisi*, 5(1), 1-15. <https://doi.org/10.25203/idd.710441>
- Koberg, CS, Wayne Boss, R., Senjem, JC, & Goodman, EA (1999). Antecedents and outcomes of empowerment: empirical evidence from the health care industry. *Group & Organization Management*, 24(1), 71–91. <https://doi.org/10.1177/1059601199241005>
- Kong, H. & Yan, NSQ (2016). New generation, psychological empowerment. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, Vol. 28 Iss.11 pp.2553–2569. <http://dx.doi.org/10.1108/IJCHM-05-2014-0222>
- Kreiner, GE, & Ashforth, BE (2004). Evidence toward an expanded model of organizational identification. *Journal of Organizational Behavior*, 25, 1–27. 10.1002/job.234
- Lake, CJ, Highhouse, S., & Shrift, AG (2018). Validation of the job-hopping motives scale. *Journal of Career Assessment*, 26(3), pp. 531–548. <https://doi.org/10.1177/1069072717722765>

- Larasati, AR, & Aryanto, DB (2020). *Job-Hopping and the determinant factors*. Atlantis Press <https://doi.org/10.2991/assehr.k.200120.011>
- Laschinger, HKS, Finegan, JE, Shamian, J., & Wilk, P. (2004). A longitudinal analysis of the impact of workplace empowerment on work satisfaction. *Journal of Organizational Behavior: The International Journal of Industrial, Occupational and Organizational Psychology and Behavior*, 25(4), 527-545.
- London, M., Klimoski, RJ (1975). Self-esteem and job complexity as moderators of performance and satisfaction, *Journal of Vocational Behavior*, 6: 293-304. [https://doi.org/10.1016/0001-8791\(75\)90002-0](https://doi.org/10.1016/0001-8791(75)90002-0)
- Mael, F., & Ashforth, BE (1992). Alumni and their alma mater: A partial test of the reformulated model of organizational identification. *Journal of Organizational Behavior*, 13, 103–123. <https://doi.org/10.1002/job.4030130202>
- Maertz, CP & Griffeth, RW (2004). Eight motivational forces and voluntary turnover: A theoretical synthesis with implications for research. *Journal of Management*, 30, pp. 667–683. 10.1016/j.jm.2004.04.001
- Mayende, TS & Musenze, IA (2014). Personality dimensions and job turnover intentions: findings from a university context. *International Journal of Management and Business Research*, 4(2), 153–164. https://ijmbr.srbiau.ac.ir/article_2493.html
- McCormick, B. & Hughes, G. (1984). The influence of pensions on job mobility. *Journal of Public Economics*, 23 (1-2), 183-206, 1984. <https://ideas.repec.org/a/eee/pubeco/v23y1984i1-2p183-206.html>
- Metin, F. (2021). İşten ayrılma niyeti ve psikolojik güçlendirme: Bilişim çalışanları üzerine bir araştırma. [Yayımlanmamış Doktora Tezi, Ankara Üniversitesi].
- Meyer, JP, Stanley, DJ, Herscovitch, L., & Topolnytsky, L. (2002). Affective, continuance, and normative commitment to the organization: a meta-analysis of antecedents correlates, and consequences. *Journal of Vocational Behavior*, 61(1), 20–52. <https://doi.org/10.1006/jvbe.2001.1842>
- Miller, VD, Allen, M., Casey MK & Johnson, JR (2000). Reconsidering the Organizational Identification Questionnaire. *Management Communication Quarterly*, 13(4): 626-658.
- Mobley, WH (1977). Intermediate linkages in the relationship between job satisfaction and employee turnover. *Journal of Applied Psychology*, 62, pp. 237–240. <http://dx.doi.org/10.1037/0021-9010.62.2.237>
- Munasinghe, L., & Sigman, K. (2004). A hobo syndrome? Mobility, wages, and job turnover. *Labour Economics*, 11, pp. 191-218. <https://doi.org/10.1016/j.labeco.2003.05.001>
- Ng, TWH, Eby, LT, Sorensen, KL, & Feldman, DC (2005). Predictors of objective and subjective career success. A meta-analysis. *Personnel Psychology*, 58(2), pp. 367–408. <https://doi.org/10.1111/j.1744-6570.2005.00515.x>
- Nguyen, P. (2021). Determinants of job hopping behavior: The case of information technology sector. *International Journal of Law and Management*, (Ahead of Print). <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3818661>
- Nieß, C., & Zacher, H. (2015). Openness to experience as a predictor and outcome of upward job changes into managerial and professional positions. *PLoS ONE*, 10(6), 1–22. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0131115>

- Onay, M. (2013). Çalışanın iş devir hızı: yönetim için iyi veya kötü bir tutum mudur?. *Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi*, 5 (2), 226-237. <https://dergipark.org.tr/pub/sobiadsbd/issue/22122/237604>
- Ones, DS, Viswesvaran, C., & Dilchert, S. (2005). Personality at work: raising awareness and correcting misconceptions. *Human Performance*, 18(4), pp. 389–404. https://doi.org/10.1207/s15327043hup1804_5
- Pathak, D. (2014). Job Hopping and Turnover Intentions: An empirical study. *International Journal of Research in IT & Management*, 4(7), pp. 24–40. <https://euroasiapub.org/wp-content/uploads/2016/09/3-160.pdf>
- Prati, G., & Zani, B. (2013). The relationship between psychological empowerment and organizational identification. *Journal of Community Psychology*, 41(7), 851–866. <https://doi.org/10.1002/jcop.21578>
- Riketta, M. (2005). Organizational identification: A Meta-Analysis. *Journal of Vocational Behavior*, 66, 358–384. <https://doi.org/10.1016/j.jvb.2004.05.005>
- Saleem S. & Qamar, B. (2017). An investigation of the antecedents of turnover intentions and job hopping behavior: an empirical study of universities in Pakistan. *South Asian Journal of Business Studies*, 6(2). 10.1108/SAJBS-05-2016-0046
- Shin, TJ (2007). The impact of structural dynamics on job mobility rates in the United States. *Social Science Research*, 36:1301-1327. <https://escholarship.org/uc/item/6112w1nW>
- Singh, P., Raj, S., & Bhandaker, A. (2012). *Millennials and the workplace: challenges for architecting the organizations of tomorrow*. SAGE Publications India Pvt., Ltd., India.
- Spreitzer, GM (1995). Psychological empowerment in the workplace: dimensions, measurement and validation. *Academy of Management Journal*, 38(5), 1442–1465. <https://doi.org/10.2307/256865>
- Steenackers, K., & Guerry, M. (2016). Determinants of job-hopping: an empirical study in Belgium. *International Journal of Manpower*, 37(3) pp. 494–510. 10.1108/IJM-09-2014-0184
- Tajfel, H. (1982). *Social identity and intergroup relations*. Cambridge University Press
- Thomas, KW, & Velthouse, BA (1990). Cognitive elements of empowerment: An interpretive model of intrinsic task motivation. *Academy of Management Journal*, 15(4), 666–681. <https://doi.org/10.2307/258687>
- Turunç, Ö., & Çelik, M. (2010). Çalışanların algıladıkları örgütsel destek ve iş stresinin örgütsel özdeşleşme ve iş performansına etkisi. *Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, 17 (2), 183-206. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/yonveek/issue/13693/165728>
- Ulutaş, M. (2019). Sık iş değiştirme olgusu ve alternatif iş bulabilme algısının işgörenlerin işten ayrılma eğilimi üzerine etkisi: Bişkek yiyecek içecek işletmeleri üzerine bir alan araştırması. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8 (4), 3470-3482. DOI: 10.33206/mjss.551149
- Van Dick, R., Wagner, U., Stellmacher, J. & Christ, O. (2004). The utility of a broader conceptualization of organisational identification: which aspects really matter. *Journal of Occupational and Organisational Psychology*, 77(2), 171–92. DOI:10.1348/096317904774202135
- Van Vianen, AEM, Feij, JA, Krausz, M., & Taris, R. (2003). Personality factors and adult attachment affecting job mobility. *International Journal of Selection and Assessment*, 11(4), 253–264. <https://doi.org/10.1111/j.0965-075X.2003.00249.x>
- Veiga, JF (1981). Do managers on the move get anywhere?. *Harvard Business Review*, March-April, pp. 20-38.

- Vinson, GA, Connelly, BS & Ones DS (2007). Relationships between personality and organization switching: Implications for utility estimate. *International Journal of Selection and Assessment*. March. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2389.2007.00375.x>Citations: 16
- Wan-Huggins, VN, Riordan, CM & Griffeth, RW (1998). The development of longitudinal test of a model of organizational identification. *Journal of Applied Social Psychology*, 28, 724-49.
- Wille, B., De Fruyt, F., & Feys, M. (2010). Vocational interests and Big-Five traits as predictors of job instability. *Journal of Vocational Behavior*, 76(3), 547-558. DOI:10.1016/j.jvb.2010.01.007
- Woo, SE (2011). A Study of Ghiselli's Hobo Syndrome. *Department of Psychological Sciences Faculty Publications, Paper 49*. <http://docs.lib.purdue.edu/psychpubs>
- Yadav, P. (2021). An exploratory study of job hopping practices in Indian corporate sector. *Clear International Journal of Research in Commerce & Management*, 12(1). https://www.ijrcm.org.in/article_info.php?article_id=9501
- Yazdi, AMT & Mustamil, N. (2015) Empowerment potential: Big-five personality traits and psychological empowerment. *International Business and Management* 11(3), 2015, pp. 62-69 DOI:10.3968/7938
- Zimmerman, RD (2008). Understanding the impact of personality traits on individuals turnover decisions: A meta-analytic path model. *Personnel Psychology*, 61(2), 309-348. <https://doi.org/10.1111/j.1744-6570.2008.00115.x>

Yazar Katkı Oranı:

Birinci yazar katkı oranı %34, ikinci yazar %33, üçüncü yazarın katkı oranı %33'dür.

İŞYERİ ZORBALIĞININ ÇALIŞANLARIN YAŞAM DOYUMU ÜZERİNDEKİ ETKİSİNDE UMUT VE PROBLEM ÇÖZME BECERİSİNİN ARACI ROLÜNÜN İNCELENMESİ*

Muhammet TORTUMLU¹, Kıvanç UZUN²

Makale Bilgisi

Araştırma Makalesi

DOI: 10.35379/cusosbil.1061508

Makale Geçmişi:

Geliş 22.02.2022

Düzeltilme 16.04.2022

Kabul 17.04.2022

Anahtar Kelimeler:

İşyeri Zorbalığı,

Yaşam Doyumunu,

Umut,

Problem Çözme Becerisi.

ÖZ

Bu araştırmanın amacı işyeri zorbalığının çalışanların yaşam doyumu üzerindeki etkisinde umut ve problem çözme becerisinin aracı rolünün incelenmesidir. Bu doğrultuda değişkenler arasındaki ilişkinin belirlenmesi için ilişkiel araştırma modeli kullanılmıştır. Pandemi koşullarından dolayı çalışma grubu, uygun örnekleme yöntemi ile oluşturulmuştur. Araştırmacılar tarafından hazırlanan online form, çeşitli sosyal medya platformlarında paylaşılarak, kamuda çalışan 415 katılımcıya ulaşılmıştır. Katılımcıların yaş ortalaması 36.28'dir. Araştırmada veriler; araştırmacılar tarafından oluşturulan demografik bilgi formu, Yaşam Doyumunu Ölçeği, İşyeri Zorbalığı Ölçeği, Sürekli Umud Ölçeği ve Problem Çözme Envanteri kullanılarak elde edilmiştir. Verilerin analizinde, betimsel istatistiklerin yanında değişkenler arasındaki ilişkinin saptanması için Pearson Korelasyon Katsayısı, Örtük Değişkenli Aracılı Yapısal Model ve Bootstrap Analizi kullanılmıştır. Araştırma sonuçlarına göre işyeri zorbalığının çalışanların yaşam doyumu üzerindeki etkisinde umut ve problem çözme becerisinin tam aracılık rolünün istatistiksel olarak anlamlı olduğu görülmektedir. Çalışma bulguları ilgili alanyazın ışığında tartışılmıştır.

INVESTIGATION OF THE MEDIATOR ROLE OF HOPE AND PROBLEM SOLVING SKILLS IN THE EFFECT OF WORKPLACE BULLYING ON EMPLOYEES' LIFE SATISFACTION

Article Info

Research Article

DOI: 10.35379/cusosbil.1061508

Article History:

Received 22.02.2022

Revised 16.04.2022

Accepted 17.04.2022

Keywords:

Workplace Bullying,

Life Satisfaction,

Hope,

Problem Solving Skills.

ABSTRACT

The aim of this study is to examine the mediating role of hope and problem solving skills in the effect of workplace bullying on the life satisfaction of employees. To this end, the relational survey model was used to determine the relationships between the variables. The study group of the current research was constructed by means of the convenience sampling method because of the pandemic conditions. The online form prepared by the researchers was shared on various social media platforms; thus, a total of 415 participants working in the public were reached. The mean age of the participants is 36.28. The data in the study were collected by using the demographic information form developed by the researchers, the Satisfaction with Life Scale, the Negative Act Questionnaire, the Dispositional Hope Scale and the Problem Solving Inventory. In the analysis of the data, in addition to descriptive statistics, Pearson Correlation Coefficient, Mediated Structural Model with Implicit Variables and Bootstrap Analysis were used to determine the relationship between variables. According to the results of the research, it is seen that the full mediation role of hope and problem solving skills in the effect of workplace bullying on the life satisfaction of employees is statistically significant. The research findings were discussed in light of the relevant literature.

*Süleyman Demirel Üniversitesi 18.01.2022 tarihli kararında çalışmanın etik ilkelere uygunluğuna karar verilmiştir.

¹ Öğr. Gör., Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, Tefenni Meslek Yüksekokulu, mtortumlu@mehmetakif.edu.tr, ORCID: 0000-0002-7245-1017

² Öğr. Gör., Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, Kariyer Geliştirme Uygulama ve Araştırma Merkezi, kuzun@mehmetakif.edu.tr, ORCID: 0000-0002-6816-1789

Alıntılanmak için/Cite as: Tortumlu, M., Uzun, K. (2022), İşyeri Zorbalığının Çalışanların Yaşam Doyumunu Üzerindeki Etkisinde Umud Ve Problem Çözme Becerisinin Aracı Rolünün İncelenmesi, Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 31 (1), 220-241.

GİRİŞ

İnsanların ortak ideali, yaşamları boyunca huzur ve mutluluğa ulaşmaktır. Söz edilen bu mutluluk, bireylerin aile hayatı, arkadaş çevresi ve iş yaşamında saklıdır. Özellikle çalışma hayatı, yaşamları süresince insanların zamanlarının ve enerjilerinin büyük bir kısmını harcadıkları önemli bir alandır. Zira çalışan bireylerin, gün içerisindeki en verimli zamanları çalıştıkları süreçte geçmektedir. Bu süreçte bireyler birçok olumsuz durumla karşılaşabilmekte ve bu olumsuzluklar can sıkıcı hale gelebilmektedir. Nitekim işyeri kabalığının çalışan mutluluğunu olumsuz yönde etkilediği (Küçük & Çakıcı, 2018; Tortumlu & Taş, 2020), mobbingin yaşam doyumunu azalttığı (Akdemir, Taş & Çiçek, 2019) ve işyeri nezaketsizliğinin öznel iyi oluşu düşürdüğü (İlgin, 2019) yönündeki bulgular, yaşanması muhtemel olumsuzlukların etkisini gözler önüne sermektedir. Bu olumsuz durumlardan biri de işyeri zorbalığıdır. İşyeri zorbalığı, kendini savunamayacak durumda olan bir bireyin, işyerindeki bir kişi veya grup tarafından düşmanca ve etik dışı davranışlara maruz kalmasıdır (Leymann, 1996). İşyeri zorbalığı, bir veya birden fazla kişiye yönelik, çalışma arkadaşları, yöneticiler veya astların belirli bir amaçla düzenli bir şekilde yaptığı saldırgan ve olumsuz davranışlar olarak tanımlanabilir. Bu bağlamda işyeri zorbalığı, çalışanın huzurunu baltalayan durumlar arasında gösterilebilir.

İşyeri zorbalığı gibi olumsuz davranışlar, çalışma ortamının ahengini olumsuz yönde etkileyerek devamında çalışanı huzursuz edebilir. Nitekim bu durum, örgüt verimliliğine dolaylı olarak etki ederek, örgüt iklimini bozmakta ve bireysel performansları da olumsuz yönde etkilemektedir (Tortumlu & Taş, 2019). Dolayısıyla örgüt başarısının işyeri zorbalığından olumsuz yönde etkilenebileceği söylenebilir. Özellikle çalışanlar arasındaki etkileşimin yüksek olduğu kamu kurumlarında bu durum, daha da önemli bir hâl almaktadır. Kamu memurları, esnekliğin düşük olduğu, iş disiplinin önem arz ettiği, görevlerin kesin sınırlarla belirli olduğu ve bürokrasinin hâkim olduğu işleri, kalabalık iş ortamlarında gerçekleştirmektedirler. Kalabalık iş ortamları, çalışanlar arasında zaman zaman sıkıntıların meydana gelmesinde önemli bir faktördür (Cam, 2004).

Weiss ve Cropanzano (1996) tarafından ortaya çıkarılan Duygusal Olaylar Kuramı, duyguların ve modların (mood) bireyin davranışları üzerindeki etkilerini açıklamaktadır. Kuram, yaşanan olumlu ve olumsuz olayların bireylerde hem örgütsel hem de bireysel sonuçlara yol açtığını ileri sürmektedir. Yani çalışan bireyi duygusal olarak olumsuz etkileyecek bir olay, onu huzursuz ve verimsiz kılabilir. Bu bağlamda işyeri zorbalığı gibi olumsuz duygulardan kurtulmak ya da bunlarla savaşmak için güçlü silahlara ihtiyaç olduğu açıktır. Umut, bu silahlar arasında sayılabilir. Zira umut, olumlu duyguların ortaya çıkmasına katkı sağlamaktadır (Snyder, 2002). Olumlu duyguların ortaya çıkması da bireye enerjilik, yeterlilik ve coşkunluk hislerini yaşatmaktadır (Watson, Clark & Tellegen, 1988).

Kaynakların Korunması Kuramı, çalışanların iş stresi ve tükenmişlik gibi olumsuz durumlar karşısında gösterdikleri davranışları incelemiştir (Hobfoll, 2001). Zorluklarla ya da olumsuzluklarla karşılaşan bireyler, bunlarla başa çıkma eğilimindedirler. Kurama göre bireyler, zorluklarla karşılaştıklarında kaynaklarını korumak için çeşitli çözümler arama eğilimi göstermektedirler. Bu bağlamda sorunlarla başa çıkmada ve sonuç almada umuttan sonra problem çözme becerileri de ikinci bir silah olarak nitelendirilebilir.

Alanyazında ortaya konulmuş kuram ve bulgular ışığında bu çalışmanın amacı, işyeri zorbalığının çalışan bireylerin yaşam doyumuna etkisinde umut ve problem çözme becerilerinin aracı rollerini incelemektir. Bu amaç doğrultusunda ulaşılabilecek muhtemel anlamlı bir sonuç, çalışanların yaşam doyumlarının artırılması ve işyeri zorbalığıyla etkili bir şekilde mücadele etmeleri konusunda önemli bilgiler sunacaktır.

KURAMSAL ÇERÇEVE

İşyeri Zorbalığı

Örgütler, çalışan bireylerin birbirleriyle olan ilişki ve etkileşimleri aracılığıyla faaliyetlerini gerçekleştirmekte ve amaçlarına ulaşmaktadırlar. Bu bağlamda çalışma ortamını oluşturan en temel faktörün çalışma arkadaşlarının ve yöneticilerin birbirleriyle olan ilişki ve etkileşimleri olduğu söylenebilir. Bu ilişki ve etkileşimler hem olumlu hem de olumsuz anlamda cereyan edebilmektedir. İşyeri zorbalığı da bu olumsuz etkileşim türlerinden biridir. İşyeri zorbalığının hem birey hem de örgüt için olumsuz bir davranış olduğu açıktır. Türk Dil Kurumu zorba kavramını, “gücüne güvenerek hükmü altında bulunanlara söz hakkı ve davranış özgürlüğü tanımayan kimse” olarak tanımlamıştır (TDK, 2022a). Zorbalık ise statü olarak üstün ya da güçlü olan kişinin, bir başka kişiyi kendi isteklerini yaptırmak için korkutması, aşağılaması, küçümsemesi ve psikolojik saldırılarda bulunması şeklinde ifade edilmektedir. Zorbalık hem bireysel hem de örgütsel açıdan ciddi bir sorundur. Nitekim zorbalık, iş yaşamında ya da günlük yaşamda çokça karşılaşılan olumsuz davranışlar olarak görülmesine rağmen, herhangi bir davranışın zorbalık olduğunu iddia edebilmek için belli bir amaçla ve düzenli

bir şekilde yapılması gereklidir (Leymann, 1996). Buradan hareketle Salin (2003) işyeri zorbalığını, “düşmanca bir iş çevresi yaratan, bir ya da birkaç kişiye yöneltilen, belirli aralıklarla sürekli tekrarlanan davranışlar” olarak tanımlanmıştır. İşyeri zorbalığı çalışan kişilerin yönetici, çalışma arkadaşları veya astlarının saldırgan davranışlara maruz kalması durumudur. Einarsen, Hoel, Zapf ve Cooper (2003) ise işyerinde yaşanan zorbalıkları işyeri kabalığı şeklinde ifade etmiş ve işyeri kabalığını, “birini sosyal olarak dışlama, taciz etme, incitme ya da işini yapmasını olumsuz yönde etkileme” olarak tanımlamışlardır. Bir defa yapılmış ya da çok nadir sergilenen kişiler arası olumsuz davranışlar zorbalık olarak değerlendirilmemektedir (Einarsen vd., 2003; Vartia, 2003). Zorbalık davranışından söz edebilmek için çeşitli kriterlerin bir arada bulunması gerekmektedir. Bunlardan birisi, zorbalık davranışının haftada en az bir defa ve altı ay boyunca devam etmesidir (Leymann, 1996). Bir diğer önemli kriter ise, zorba ile kurban arasında güç farkının olması gerekliliğidir. Bu bağlamda zorbalık davranışından söz edebilmek için davranışın hedef üzerindeki olumsuz etkisi, davranışın sıklığı, davranışın sürekliliği ve güç dengesizliği olmak üzere dört önemli kriterin olduğu söylenebilir (Saunders, Huynh & Goodman-Delahunty, 2007). Ayrıca bir kişiye zarar verme niyeti söz konusu değilse, o davranışın zorbalık olarak nitelendirilemeyeceği de alanyazında ifade edilmiştir (Björkqvist, Österman & Hjelt-Bäck, 1994; Zapf & Einarsen, 2001).

Yaşam Doymu

Sokrates, insanların temel amacının mutlu olmak olduğunu ileri sürmüştür. Dolayısıyla insanlar için mutluluk önemli ve büyük bir hedeftir. Yaşamın kontrol edilemez faktörleri göz önüne alındığında mutluluğa ulaşmanın zor bir süreç olduğu söylenebilir. Zira mutluluğun birçok bileşeni vardır. Bunlardan biri de yaşam doyumudur (Kılınç & Uzun, 2020a). Diener (2000), yaşam doyumunu “öznel iyi oluşun bilişsel bir bileşeni ve kişinin yaşamı ile ilgili bilişsel yargıları” olarak ifade etmiştir. Bu tanımdan hareketle karşımıza çıkan öznel iyi oluş kavramı, alanyazında mutluluk kavramı ile eş değer kullanılmaktadır (Kılınç & Uzun, 2020b). Öznel iyi oluş üç bileşenden oluşmaktadır, bunlar; olumlu duygular, olumsuz duygular ve yaşam doyumudur (Dağlı & Baysal, 2016). Yaşam doymu, kişinin bilişsel süreçleriyle açıklanabilir ve kişinin tercih ettiği ölçütlere göre yaşam kalitesine yönelik genel bir değerlendirmede bulunması şeklinde ifade edilebilir (Diener & Suh, 1997; Shin & Johnson, 1978). Bu süreçte, kişi içinde bulunduğu şartları uygun standartlarla karşılaştırmakta ve ne derece doyum aldığına dair bir yargı oluşturmaktadır (Diener, Emmons, Larsen & Griffin, 1985). Buradan da anlaşılacağı üzere yaşam doymu, bireyin hali hazırda sahip olduğu ile beklentilerinin karşılaştırılmasıdır (Haybron, 2004). Bu bağlamda yaşam doymu, bireyin yaşam kalitesini temel aldığı kriterlere göre değerlendirmesi şeklinde ifade edilebilir (Shin & Johnson, 1978). Yaşam doymu hayatın belirli bir bölümünden yola çıkılarak yapılan bir değerlendirme değildir. Aksine yapılan bu değerlendirme, yaşamın tümünü kapsamaktadır. Nitekim Appleton ve Song (2008) yaşam doyumunun birbirini destekleyen altı farklı yaşam bileşeninden oluştuğunu ifade etmişlerdir. Bu bileşenler; gelir düzeyi, sosyal statü, sahip olunan imkânlar ve sosyal hareketlilik, refah koşulları, mevcut devlet politikası ve çevre, aile ve sosyal ilişkiler şeklinde sıralanmıştır. İnsanların gün içerisinde aktif oldukları zamanlarının çoğunu iş yaşamlarında geçirdikleri düşünüldüğünde, iş yaşamındaki faktörlerin de yaşam doyumunu etkileyebileceği söylenebilir. Zira alanyazında sosyal ilişkilerin, arkadaş ve aile ilişkilerinin de yaşam doymu üzerinde önemli etkileri olduğu vurgulanmıştır (Adams, 1971; Diener vd., 2000).

Umut

Umut, olumlu gelişmelerin önemli bir belirleyicisi olarak kabul edilmektedir (Karataş, Uzun & Tagay, 2021). Umut, insanoğlunun yaşamı boyunca karşılaştığı sorunlara karşı onu yaşam mücadelesinde tutan, hayata devam etmesi için sebepler meydana getiren bir duygudur. Umutsuz yaşamak güçtür. Umut, bir nevi kişiyi yaşama bağlayan iptir. Umut, insanların “daha iyi olacak” sloganına olan inançlarıdır. Umut, beklenti ve tahmin içerir. Nitekim Türk Dil Kurumu umut kavramını “olması beklenen veya olacağı düşünülen şey” olarak tanımlamıştır (TDK, 2022b). Staats ve Stassen’in (1985) tanımına göre ise umut, geleceğe dair olumlu beklentilerin, olumsuz beklentilerden üstün olmasıdır. Bu bağlamda umudun insanı rahatlatan bir duygu olduğu (Bloch, 2007) ve hayatın yaşamaya değer olduğunu hatırlattığı söylenebilir (Zournazi, 2004).

Problem Çözme Becerisi

İnsanlar, yaşamları boyunca karşılaştıkları problemlerin üstesinden gelerek, yaşamlarını devam ettirme çabası içerisindeyler. Problem ise yaşamın her aşamasında karşılaşılabilen, insanı huzursuz edebilen bir olgudur. Bireylerin karşılaştıkları problemlerin üstesinden gelebilmeleri, problem çözme becerileri ile ilgilidir. Bireyler, problemlerini çözebildikleri müddetçe hayata daha kolay uyum sağlayabilir ve ruh sağlıklarını

koruyabilmektedirler (Büyükkaragöz, 1994). Problem çözme, karşılaşılan güçlüklerin ortadan kaldırılmasıdır (Aksu, 1989). Kuzgun (1992), etkili bir problem çözme süreci için öncelikle sorunların doğru tanımlanması gerektiğini ileri sürmüştür. Zira sorunun doğru tanımlanması, problemi çözmede en önemli aşama olarak gösterilmektedir. Nitekim Einstein, “eğer bir sorunu çözmek için bir saatlik vaktim olsaydı, bunun 55 dakikasını sorunu anlamak için üzerinde düşünmeye, 5 dakikasını da sorunu çözmek için düşünmeye ayırırdım.” sözü ile sorunu tanımlamanın önemini vurgulamıştır. Enc (1982) ise problem çözme sürecinde bireylerin, gelişim ve olgunlaşma seviyelerinin, yeteneklerinin, motivasyonlarının, sosyokültürel yapılarının ve eğitim-öğretim düzeylerinin etkili unsurlar olduğunu ifade etmiştir.

Değişkenler Arası İlişkiler ve Hipotezler

Yaşam doyumu, mutluluğun önemli bir bileşenidir. Çalışma hayatının, bireylerin gün içerisinde aktif oldukları zamanın büyük bir kısmını kapsadığı düşünüldüğünde, yaşam doyumunun önemli öncüllerinden birinin de çalışma hayatı olması kuvvetle muhtemeldir. Çalışma hayatında karşılaşılabilecek birçok olumsuz durum söz konusudur. Çalışma hayatında karşılaşılabilecek tüm bu olumsuzluklar, bireylerin yaşam doyumlarını etkileyebilmektedir. Bu olumsuzluklar arasında mobbing, sinizm, dışlanma ve kabalık gibi birçok davranış söz konusudur (Manion, 2003). Nitekim alanyazında iş yeri kabalığının, çalışanların mutluluğunu olumsuz etkilediği ifade edilmiştir (Tortumlu & Taş, 2020). Başka bir araştırmada da dışlanma davranışının, çalışan bireylerin psikolojik iyi oluşlarını negatif yönde etkilediği tespit edilmiştir (Yakut & Yakut, 2018). İşyeri zorbalığı da bireylerin çalışma hayatlarında karşılaşılabilecekleri bu olumsuz davranışlar arasında gösterilebilir. İşyeri zorbalığı çalışanları, sessizlik davranışına yönelmekte ve huzursuz etmektedir (Demirtaş, 2018). Ayrıca işyeri zorbalığı çalışanların psikolojik iyi oluşlarını, öz-saygılarını ve iş doyumlarını olumsuz etkileyerek işten ayrılma niyetlerini de artırmaktadır (Bernstein & Trimm, 2016). İşyerinde meydana gelen kabalık gibi olumsuz davranışlar, moral bozukluklarına, öfke ve güven kaybına yol açmaktadır (Blau & Anderson, 2005). Bu gibi durumlar devamında çalışanlarda stres, öfke, mutsuzluk ve çatışma gibi sonuçlar meydana getirerek, mutsuz çalışanlar ve huzursuz çalışma ortamları oluşturabilmektedir (Kanten, 2016). Agervold ve Mikkelsen (2004), zorbalığa uğrayan bireylerin kaygı ve korku seviyelerinin arttığını, öz-saygılarının ve öz-yeterliklerinin düştüğünü, mesleki yeterliliğe dair inançlarının zedelendiğini ve psikolojik iyi oluş seviyelerinin azaldığını vurgulamışlardır. Diğer yandan zorbalık, zihinsel sağlıkla da ilişkilidir. Nitekim zorbalığa maruz kalan bireylerin büyük depresif bozukluklar ve travma sonrası stres bozukluğu yaşayabilecekleri ve hatta intihara kalkışmaya niyet edebilecekleri ifade edilmiştir (Rugulies vd., 2012). Ayrıca zorbalığa maruz kalan bireylerde fizyolojik sonuçlar olarak, uyku bozukluklarının ve kas rahatsızlıklarının da ortaya çıktığı bilinmektedir (Hoch, Mikkelsen & Hansen, 2011). Sonuç olarak alanyazındaki araştırmalar ışığında, işyeri zorbalığının fizyolojik, zihinsel ve psikolojik olarak bireyi olumsuz etkilediği söylenebilir. Buradan hareketle H₁ hipotezi geliştirilmiştir.

H₁: İşyeri zorbalığı ile yaşam doyumu değişkenleri negatif yönde anlamlı düzeyde ilişkilidir.

Modern iş yaşamı içerisinde insanların mutluluklarını kaybettiği, örgütten uzaklaştığı ve bağlılığın günden güne azaldığı ileri sürülmüştür (Tortumlu & Taş, 2020). Bu sonuç üzerinde, işyerindeki kaba davranışların ve işyeri zorbalığının önemli bir etkisi olabilir. Örgüt ortamında sağlıklı ilişkiler kurulabilmesi, sevginin, saygının ve hoşgörünün ışığında zorluklarla ve olumsuzluklarla mücadelede edilebilmesi için umut duygusu pozitif ve iyileştirici bir etki sunabilir. Yapılan çalışmalar, zorbalık davranışı ile umudun negatif ilişkisinin olduğunu ortaya koymuştur (Leung, 2010). Zorbalığa uğrayan birey, korku ve umutsuzluk duygularına kapılmaktadır (Totan, Özer & Özmen, 2017). Bu bağlamda zorbalığın, bireyleri zaman zaman umutsuzluğa sevk etmesi kaçınılmazdır (Olweus, 1996).

İşyerinde karşılaşılan sorunlar, çalışanların bireysel beceri ve mücadeleleri ile ortadan kaldırılabılır. Ancak zorbalığa uğrayan birey, psikolojik sıkıntılarla uğraşacağından çeşitli becerilerini kullanma yetilerini o an için kaybedebilir. Özellikle problem çözme becerilerinin geliştirilmesinin, bireylerin şiddetten kaçınmaları ve yaşayabilecekleri muhtemel olumsuzluklar karşısında önlem almaları için oldukça önemli olduğu ifade edilmiştir (Türküm, 2011). Problem çözmede, bireyin sahip olduğu motivasyonun yeri büyüktür (Enc, 1982). Zorbalığa maruz kalan bireyler, travma sonrası stres bozukluğu (Leymann & Gustafsson, 1996; Matthiesen & Einarsen, 2004) ve depresyon (Björkqvist vd., 1994; Quine, 2001) gibi durumlarla karşılaşmaktadır. Nitekim stres gibi diğer olumsuz durumlar da çalışanların motivasyonlarını düşürmektedir (Aslan & Cengiz, 2015). Dolayısıyla alanyazındaki tüm bu çalışmalar incelendiğinde zorbalık davranışlarının, motivasyonu düşürdüğü ve nitekim çalışanların problem çözme becerilerini baltaladığı söylenebilir. Bu araştırmalar ışığında H₂ hipotezi geliştirilmiştir.

H₂: İşyeri zorbalığı değişkeni umut ve problem çözme becerisi değişkenleri ile negatif yönde anlamlı düzeyde ilişkilidir.

Umut, kişilerin hem psikolojik hem de fiziksel sağlığında etkisi olan bir duygudur. Diğer yandan umut, bireylerin iyi oluşları (Kato & Snyder, 2005), motivasyon düzeyleri (Snyder, LaPointe, Crowson & Early, 1998) ve yaşam doyumları (Bailey & Snyder, 2007; Cole, 2008) ile ilişkilidir. Bu bağlamda umudun, bireylerin iyilik halini güçlendiren bir duygu durum olduğu söylenebilir. Umutsuzluk durumu ise üzüntü ve sıkıntıların göstergesi olarak kabul edilmektedir (Martin, 2007). Alanyazındaki çalışmalar umudun iyileştirici yönünü kanıtlar nitelikte bulgular sunmaktadır. Kadın konukevlerinde yapılan bir çalışmada, umut ile psikolojik dayanıklılık arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir (Çiltaş, 2019). Yine yapılan başka bir çalışmada psikolojik iyi oluş ile umut arasında pozitif ve anlamlı ilişkilerin olduğu ortaya konmuştur (Usta, 2013).

Yaşam doyumunu açıklayan motivasyon kaynağının, temelde düşünme ve anlama ihtiyacı olduğu ifade edilmektedir (Özkul & Alparslan, 2019). Bu bağlamda alanyazındaki çalışmalar incelendiğinde düşünmenin, problem çözmenin ve çözüm odaklı olmanın yaşam doyumunun önemli yordayıcıları olduğu söylenebilir. Ergenler üzerine yapılan bir çalışmada, ergenlerin düşünme ihtiyacı azalma eğilimine girdikçe, problem çözme becerilerinin de düştüğü anlaşılmıştır (Cenkseven & Akar-Vural, 2006). Öğretmenler üzerine yapılan diğer bir çalışmada ise öğretmenlerin çözüm odaklı düşünce düzeylerinin umut ve yaşam doyumları üzerinde etkili olduğu ortaya konmuştur (Aydoğdu, 2021). Tüm bu çalışmalar çerçevesinde H₃ hipotezi geliştirilmiştir.

H₃: Umut ve problem çözme becerisi değişkenleri ile yaşam doyumunu değişkeni pozitif yönde anlamlı düzeyde ilişkilidir.

İş stresi ve tükenmişlik gibi olumsuz durumları açıklamaya çalışan Kaynakların Korunması Kuramına göre kaynaklar; materyal, durumsal, kişisel ve enerji kaynakları olmak üzere dört kategoride incelenmektedir (Hobfoll, 1989). Bu kurama göre bireyler, yaşam koşullarını ve şartlarını korudukları ölçüde sağlıklı ve başarılı bir yaşam sürdürebilir. Kaynakların Korunması Kuramına göre çalışanlar, kaynaklarının tehdit altında olduğunu hissettiklerinde, zorluklarla başa çıkmak için stratejiler bulmaya ve çözümler aramaya daha fazla zaman ayırma eğilimi içerisine girerler (Hobfoll, 2001). Bu kurama göre bireyler, stresle veya benzeri bir olumsuz durumla karşılaştıklarında elde ettikleri kaynakların kaybını en azami düzeyde tutmaya çalışarak, karşı bir tepki geliştirerek savunmaya geçerler. Dolayısıyla bireyler, zorbalık karşısında kişisel kaynaklarını koruma eğilimine girebilirler ve kendilerini savunurken problem çözme becerileri onlar için önemli bir araç olabilir. Nitekim yapılan bir çalışmada, motivasyon ile yaşam doyumunu arasındaki ilişkide problem çözme becerisinin aracı rol üstlendiği saptanmıştır (Tulunay-Ateş, 2021).

Sokrates, insanların yaşam amacının mutluluk olduğunu ileri sürmüştür. Umut Kuramını ortaya koyan Snyder ve diğerlerine (1991) göre umut, bireylerin amaçlarına ulaşabilmeye yönelik taşıdıkları inançtır. Yani umut, amaçlara ulaşma sürecinde kullanılacak bir inanç sistemi şeklinde ifade edilebilir (Snyder, Lopez, Shorey, Rand & Feldman, 2003). Bu iki kuramın sentezi, mutluluk için umudun kritik rolünü ortaya koymaktadır. Buradan hareketle umudun, yaşam zorlukları karşısında bireylerin mutluluklarını koruyan bir tampon görevi görmesi kuvvetli bir ihtimaldir. Tüm bu kuramlar ve çalışmalar ışığında H₄ hipotezi oluşturulmuştur.

H₄: İşyeri zorbalığı ile yaşam doyumunu arasındaki ilişkide umut ve problem çözme becerisi değişkenlerinin aracı rolü bulunmaktadır.

YÖNTEM

Araştırmanın Modeli

Araştırmada, çalışanların işyerinde zorbalığa maruz kalma düzeyleri ile yaşam doyumları arasındaki ilişkide umut ve problem çözme becerilerinin aracı etkisinin incelenmesine yönelik olarak ilişkisel tarama modeli kullanılmıştır. İlişkisel tarama modeli, nicel araştırma geleneği içerisinde yer alır, iki veya daha fazla değişken arasında birlikte değişimin olup olmadığını ve bu değişimin ne ölçüde olduğunu belirlemeyi hedefleyen bir araştırma modeli türüdür (Karasar, 2012). İlişkisel araştırma modellerinde tüm değişkenler bütüncül bir yaklaşımla analiz edilir. Bu noktadan hareketle, kuramsal temellere dayalı olarak oluşturulmuş olan modelde diğer değişkenlerin herhangi bir değişken üzerindeki doğrudan ve dolaylı etkilerini ortaya çıkarmak için, tahmini istatistiksel tekniklerden ve YEM (Yapısal Eşitlik Modeli) temelli yapısal model analizi türlerinden biri olan örtük değişkenli aracılı yapısal model uygulamaları tercih edilmiştir (Gürbüz, 2019).

Çalışma Grubu

Araştırmanın çalışma grubu, kamuda memur olarak çalışan 415 bireyden oluşmaktadır. Katılımcıların %60.70'i (n=252) kadın, %39.30'u (n=163) ise erkektir. Çalışma grubuna ait yaş ortalaması 36.28 olarak tespit edilmiştir. Pandemi koşulları nedeniyle çalışma grubunun oluşturulmasında seçkisiz olmayan örnekleme yöntemlerinden biri olan uygun örnekleme kullanılmıştır. Uygun örnekleme yöntemi, araştırmacıların en erişilebilir yanıtlayıcılardan başlayarak ihtiyaç duydukları büyüklüğe ulaşana kadar örneklem oluşturmalarıdır (Büyüköztürk, Kılıç-Çakmak, Akgün, Karadeniz & Demirel, 2016).

Veri Toplama Araçları

Araştırmanın verilerinin toplanması için çalışanlara ilişkin kişisel bilgilerin elde edildiği demografik bilgi formu, Yaşam Doyumu Ölçeği, İşyeri Zorbalığı Ölçeği, Sürekli Umut Ölçeği ve Problem Çözme Envanteri kullanılmıştır. Araştırma içerisinde kullanılan tüm veri toplama araçlarının fikri mülkiyet sahiplerinden e-posta aracılığıyla izin alınmıştır.

Demografik Bilgi Formu

Çalışma grubunda yer alan katılımcıların, kişisel bilgilerini almak amacıyla yazarlar tarafından cinsiyet, yaş ve çalışılan kurum türü bilgilerinin sorulduğu bir demografik bilgi formu oluşturulmuştur.

Yaşam Doyumu Ölçeği

Yaşam Doyumu Ölçeği, Diener ve diğerleri (1985) tarafından geliştirilmiştir. Ölçeğin Türk Kültürüne uyarlanması Dağlı ve Baysal (2016) tarafından gerçekleştirilmiştir. Toplamda 5 maddeden oluşan ölçek, 5'li Likert tipi puanlamalıdır. Ölçekteki maddelerin puanlaması "Hiç katılmıyorum (1)" ile "Tam olarak katılıyorum (5)" aralığındadır. Ölçekten alınabilecek puan 5 ila 25 arasında değişmektedir. Ölçekten alınan puanın yükselmesi, bireyin sahip olduğu yaşam doyumu düzeyinin de arttığını göstermektedir. Toplam varyansın %68.38'ini açıklayan ölçek tek boyutludur. Yaşam Doyumu Ölçeği'nin iç tutarlık katsayısı .88'dir (Dağlı & Baysal, 2016).

Mevcut araştırma içerisinde Yaşam Doyumu Ölçeği'ni kullanabilmek için ilk olarak geçerliği ve güvenilirliği incelenmiştir. Ölçeğe ait yapı geçerliğinin incelenmesi için Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA) kullanılmış ve Yaşam Doyumu Ölçeği'nin model-veri uyumunun kabul edilen referans değer aralığında olduğu anlaşılmıştır ($\chi^2[n=407]=12.165$, $sd=5$, $p=.000$, $\chi^2/sd=2.433$, $RMSEA=.059$, $SRMR=.046$, $CFI=.983$). Ölçeğin güvenilirliğinin belirlenmesi adına ise Cronbach alfa iç tutarlık katsayısı analizi yapılmıştır. Ölçeğe ait iç tutarlık katsayısının .91 olduğu tespit edilmiştir. Elde edilen geçerlik ve güvenilirlik değerleri incelendiğinde Yaşam Doyumu Ölçeği'nin alanyazında belirtilen referans değerlerine uygun olduğu ve bu araştırma kapsamında kullanılabilir seviyede geçerliğe (Kline, 2015) ve güvenilirliğe (Büyüköztürk, 2014) sahip olduğu ifade edilebilir.

İşyeri Zorbalığı Ölçeği

Einarsen ve Raknes (1997) tarafından geliştirilmiş olan ve sonrasında Einarsen ve Hoel (2001) tarafından gözden geçirilen İşyeri Zorbalığı Ölçeği, Aydın ve Öcel (2009) tarafından Türk Kültürüne uyarlanmıştır. Toplamda 22 maddeden oluşan ölçek, katılımcıların her bir madde içerisinde ifade edilmiş olan davranışlara son altı ayda ne yoğunlukla karşılaştıklarını, 5'li Likert tipi puanlama üzerinden kendileri için en uygun olan seçeneği işaretleyerek doldurmaları yoluyla uygulanmaktadır. Ölçekteki maddelerin puanlanması "Hiçbir zaman (1)" ile "Her gün (5)" aralığındadır. Ölçekten alınan puanlar ise 22 ila 110 arasında değişmektedir. Ölçekten alınan puanın yükselmesi, bireyin maruz kaldıkları işyeri zorbalığının arttığına işaret etmektedir. Ölçek tek boyutludur ve toplam varyansın %39.00'unu açıklamaktadır. İşyeri Zorbalığı Ölçeği'nin iç tutarlık katsayısı .88'dir (Aydın & Öcel, 2009).

Mevcut araştırma içerisinde İşyeri Zorbalığı Ölçeği'ni kullanabilmek için ilk olarak geçerliği ve güvenilirliği incelenmiştir. Ölçeğe ait yapı geçerliğinin incelenmesi için DFA kullanılmış ve İşyeri Zorbalığı Ölçeği'nin model-veri uyumunun kabul edilen referans değer aralığında olduğu anlaşılmıştır ($\chi^2[n=407]=511.214$, $sd=209$, $p=.000$, $\chi^2/sd=2.446$, $RMSEA=.078$, $SRMR=.066$, $CFI=.941$). Ölçeğin güvenilirliğinin belirlenmesi adına ise Cronbach alfa iç tutarlık katsayısı analizi yapılmıştır. Ölçeğe ait iç tutarlık katsayısının .87 olduğu tespit edilmiştir. Elde edilen geçerlik ve güvenilirlik değerleri incelendiğinde İşyeri Zorbalığı Ölçeği'nin alanyazında belirtilen referans değerlerine uygun olduğu ve bu araştırma kapsamında kullanılabilir seviyede geçerliğe (Kline, 2015) ve güvenilirliğe (Büyüköztürk, 2014) sahip olduğu ifade edilebilir.

Sürekli Umut Ölçeği

Sürekli Umut Ölçeği, Snyder ve diğerleri (1991) tarafından geliştirilmiştir. Ölçeğin Türk Kültürüne uyarlama çalışmaları ise Tarhan ve Bacanlı (2015) tarafından gerçekleştirilmiştir. Toplamda 12 maddeden oluşan ölçek,

8’li Likert tipi puanlamalıdır. Ölçekte yer alan maddelerin puanlaması “Kesinlikle yanlış (1)” ile “Kesinlikle doğru (8)” arasında değişmektedir. Sürekli Umut Ölçeği, “Eyleyici Düşünme” (2., 9., 10. ve 12. maddeler) ve “Alternatif Yollar Düşüncesi” (1., 4., 6. ve 8. maddeler) olmak üzere iki alt boyuttan oluşmaktadır. Dolgu maddeler (3., 5., 7. ve 11. maddeler) puanlamaya katılmamaktadır. Ölçeğin alt boyutlarından alınabilecek puanlar 4 ila 32 aralığında değişmekte iken ölçekten alınabilecek toplam puanlar ise 8 ila 64 aralığındadır. Ölçek toplam bir umut puanı da vermektedir. Ölçekten alınan puanın yükselmesi, bireyin sahip olduğu umut düzeyinin de arttığını göstermektedir. Toplam varyansın %61.00’ünü açıklayan Sürekli Umut Ölçeği’ne ait iç tutarlık katsayısı ise .84’tür (Tarhan & Bacanlı, 2015).

Mevcut araştırma içerisinde Sürekli Umut Ölçeği’ni kullanabilmek için ilk olarak geçerliği ve güvenilirliği incelenmiştir. Ölçeğe ait yapı geçerliğinin incelenmesi için DFA kullanılmış ve Sürekli Umut Ölçeği’nin model-veri uyumunun kabul edilen referans değer aralığında olduğu anlaşılmıştır ($\chi^2[n=407]=83.475$, $sd=20$, $p=.000$, $\chi^2/sd=4.173$, $RMSEA=.072$, $SRMR=.058$, $CFI=.878$). Ölçeğin güvenilirliğinin belirlenmesi adına ise Cronbach alfa iç tutarlık katsayısı analizi yapılmıştır. Ölçeğe ait iç tutarlık katsayısının .85 olduğu tespit edilmiştir. Elde edilen geçerlik ve güvenilirlik değerleri incelendiğinde Sürekli Umut Ölçeği’nin alanyazında belirtilen referans değerlerine uygun olduğu ve bu araştırma kapsamında kullanılabilir seviyede geçerliğe (Kline, 2015) ve güvenilirliğe (Büyüköztürk, 2014) sahip olduğu ifade edilebilir.

Problem Çözme Envanteri

Problem Çözme Envanteri, Heppner ve Petersen (1982) tarafından geliştirilmiştir. Envanterin Türk Kültürüne uyarlama çalışmaları Şahin, Hisli-Şahin ve Heppner (1993) tarafından gerçekleştirilmiştir. Toplamda 35 maddeden oluşan ölçek, 6’lı Likert tipi puanlamalıdır. Ölçekte yer alan maddelerin puanlanması “Her zaman böyle davranırım (1)” ile “Hiçbir zaman böyle davranmam (6)” aralığında değişmektedir. Problem Çözme Envanteri, “Aceleci Yaklaşım” (13., 14., 15., 17., 21., 25., 26., 30. ve 32. maddeler), “Düşünen Yaklaşım” (18., 20., 31., 33. ve 35. maddeler), “Kaçıngan Yaklaşım” (1., 2., 3. ve 4. maddeler), “Değerlendirici Yaklaşım” (6., 7. ve 8. maddeler), “Kendine Güvenli Yaklaşım” (5., 23., 24., 27., 28. ve 34. maddeler) ve “Planlı Yaklaşım” (10., 12., 16. ve 19. maddeler) olmak üzere altı alt boyuttan oluşmaktadır. Dolgu maddeler (9., 22. ve 29. maddeler) puanlamaya katılmamaktadır. Ölçeğin 1., 2., 3., 4., 11., 13., 14., 15., 17., 21., 25., 26., 30., 32. ve 34. maddeleri tersten puanlanmaktadır. Ölçek toplam bir problem çözme becerisi puanı da vermektedir. Ölçekten alınan toplam puan 32 ila 192 aralığında değişmektedir. Bu çalışma kapsamında, Şahin ve diğerlerinin (1993) puanlamasından farklı olarak, ölçekten alınan puan yükseldikçe bireyin problem çözme becerisi algısının olumlu yönde arttığı kabul edilmektedir. Toplam varyansın %50.10’unu açıklayan Problem Çözme Envanteri’nin genel iç tutarlık katsayısı ise .88’dir (Şahin vd., 1993).

Mevcut araştırma içerisinde Problem Çözme Envanteri’ni kullanabilmek için ilk olarak geçerliği ve güvenilirliği incelenmiştir. Ölçeğe ait yapı geçerliğinin incelenmesi için DFA kullanılmış ve Problem Çözme Envanteri’nin model-veri uyumunun kabul edilen referans değer aralığında olduğu anlaşılmıştır ($\chi^2[n=407]=497.424$, $sd=241$, $p=.000$, $\chi^2/sd=2.064$, $RMSEA=.058$, $SRMR=.051$, $CFI=.941$). Ölçeğin güvenilirliğinin belirlenmesi adına ise Cronbach alfa iç tutarlık katsayısı analizi yapılmıştır. Ölçeğe ait iç tutarlık katsayısının .89 olduğu tespit edilmiştir. Elde edilen geçerlik ve güvenilirlik değerleri incelendiğinde Problem Çözme Envanteri’nin alanyazında belirtilen referans değerlerine uygun olduğu ve bu araştırma kapsamında kullanılabilir seviyede geçerliğe (Kline, 2015) ve güvenilirliğe (Büyüköztürk, 2014) sahip olduğu ifade edilebilir.

Verilerin Toplanması

Araştırmacıların hazırladığı uygulama formu, pandemi koşullarındayken veri toplayabilmek için Google Formlar uygulamasının yardımıyla online forma dönüştürülmüştür. Sonrasında ise oluşturulan bu online form Whatsapp, Instagram, Facebook vb. gibi Türkiye’de çalışan kişilerce yaygın olarak kullanılan sosyal medya platformlarında paylaşılmıştır. Araştırma içeriği ve ölçeklerle ilgili gerekli açıklamalar online formun giriş kısmında verilmiştir. Bunun üzerine “Açıklamayı okudum. Çalışmanın amacını anladım. Bu çalışmaya katılmayı gönüllü olarak kabul ediyorum.” ifadesini sanal ortamda kabul ettiğini belirten katılımcılar ile araştırma sürecine devam edilmiştir.

Verilerin Analizi

Araştırmanın amacı doğrultusunda belirlenen ölçme araçları ile elde edilen verilerin çözümlenmesi SPSS 22.0 ve AMOS 21.0 paket programları kullanılarak bilgisayar ortamında gerçekleştirilmiş ve anlamlılık düzeyi olarak .05 alınmıştır. Toplanan verilerle istatistiki çalışmaların yapılması için ilk olarak veriler SPSS 22.0

programına aktarılmıştır. Veriler online form aracılığıyla toplandığı için tüm değerlerin, beklendiği gibi olası sınırlar (ranj) içinde olduğu ve kayıp verinin bulunmadığı anlaşılmıştır.

Temel analizlere başlamadan önce YEM'in ön şartlarından olan örneklem büyüklüğü, uç değerler incelemesi, çoklu bağlantı problemi ve normallik varsayımlarının sağlanmış olması gerekmektedir (Ullman, 2013). YEM araştırmalarında, gözlem miktarının 250 ile 500 arasında olmasının yeterli olduğu ifade edilmektedir (Schumacker & Lomax, 2016). Bu bağlamda araştırmacının ulaştığı 415 kişilik çalışma grubu, bu koşulun sağlandığını göstermektedir. Veri setinde bulunan uç değerleri belirlemek için tek değişkenli ve çok değişkenli uç değer analizleri yapılmıştır. İlk olarak, tek değişkenli uç değer analizi için z testi gerçekleştirilmiştir. Örneklem büyüklüğü 100'ün üzerinde olduğu için z puanı referans değeri -4.00 ile +4.00 arası olarak kabul edilmiştir (Mertler & Vannatta, 2016). Belirlenmiş olan z puanı aralığının dışındaki 5 veri seti araştırmanın dışında bırakılmıştır. Daha sonra Mahalanobis uzaklık katsayısı testi ile çok değişkenli uç değer incelemesi yapılmış ve uç değer olduğu belirlenen 3 veri seti de yine araştırma kapsamının dışında bırakılmıştır (Tabachnick & Fidell, 2013). Analizlerin devamına, normallik varsayımını sağlayan 407 kişilik veri seti ile devam edilmiştir.

Veri setindeki çoklu bağlantı problemini kontrol etmek için değişkenlerin arasındaki basit (ikili) korelasyonlar incelenmiştir. Yapılan pearson korelasyon katsayısı analizi sonrasında değişkenler arasındaki ikili korelasyon değerlerinin hepsinin referans değer olan .90'dan düşük olduğu anlaşılmıştır (Ullman, 2013). Böylece değişkenler arasında çoklu bağlantı probleminin olmadığı söylenebilir. Daha sonra çalışmada, basıklık (Kurtosis) ve çarpıklık (Skewness) katsayılarının normallik varsayımını sağlayıp sağlamadığı test edilmiştir. Her bir değişken için basıklık ve çarpıklık katsayılarının referans değer aralığı olan -1.00 ile +1.00 aralığında olduğu tespit edilmiştir (Çokluk, Şekercioğlu & Büyüköztürk, 2014).

Bu çalışmanın veri setinin, parametrik olan istatistiki yöntemlere uygun olup olmadığına yönelik yapılan analizlerin sonucunda; veri setinin, YEM temelli yapısal model analizi türlerinden olan örtük değişkenli aracılı yapısal model uygulamalarına uygun olduğu ve ilgili analizlerin yapılabileceği anlaşılmıştır. Bu çalışmada da YEM analizi, Kline'm (2015) önerdiği şekilde ölçüm modeli ve yapısal model olmak üzere iki aşamada gerçekleştirilmiştir. Aracılı yapısal model analizine başlanmadan önce ilk olarak kullanılan ölçeklere doğrulayıcı faktör analizi uygulanmış ve ölçüm modelinin doğrulanıp doğrulanmadığı test edilmiştir. Ayrıca bu çalışmada İşyeri Zorbalığı Ölçeği tek boyutlu olduğundan dolayı parselleme yöntemi tercih edilmiştir. Parselleme yöntemi ölçümdeki standart hataların azaltılmasını sağlayarak güvenilirliği artırmaktadır (Bandalos, 2002). Madde korelasyon değerleri göz önüne alınarak parselleme yapılmış ve İşyeri Zorbalığı Ölçeği iki parçaya ayrılmıştır. Bu çalışmada, çok değişkenli normalliğe sahip modellerin standardizasyonunda sıklıkla kullanılan bir yöntem olan En Çok Olabilirlik (maximum likelihood) yöntemi tercih edilmiştir.

Analiz sonucunda üretilen uyum iyiliği indeks (goodness of fit indices) değerlerine bakılarak, YEM uygulamasında test edilen modelin bir bütün olarak toplanan veriler tarafından desteklenip desteklenmediğine karar verilir (Meydan & Şeşen, 2015). Bu konuda yapılan Monte-Carlo simülasyon çalışmalarına göre uyum iyiliği değerlerine ilişkin tartışmalar devam etmektedir. Güncel araştırmalar ve Monte-Carlo çalışmalarındaki sonuçlar dikkate alındığında ML (maximum likelihood) ve GLS (generalized least squares) hesaplama yöntemiyle yapılan YEM araştırmalarında geniş örneklem (N>250) kullanıldığında " χ^2 " ve buna ait p değeri, χ^2/df , RMSEA, SRMR ve CFI uyum iyiliği indekslerinin raporlanması önerilmektedir (Gürbüz, 2019). Bu araştırmanın YEM analizlerinde kullanılacak olan uyum indeksleri ve bunların kabul edilebilir eşik değerleri Tablo-1'de verilmiştir.

Tablo 1. Yapısal Eşitlik Modelinde Kullanılan Uyum İyiliği İndeksi Değerleri

Uyum İndeksleri	İyi Uyum Değerleri	Kabul Edilebilir Değerler
χ^2 (CMIN)	p>.05 (anlamsız) olmalı	
χ^2/df	< 3	$3 < (\chi^2/df) < 5$
RMSEA	< .05	< .08
SRMR	< .05	< .08
CFI	> .95	> .90

Kaynak: (Gürbüz & Şahin, 2018; Gürbüz, 2019; Meydan & Şeşen, 2015).

Ayrıca bu çalışmada aracılığın anlamlı olup olmadığına ilişkin ek kanıt elde etmek için Bootstrap (5000) testi kullanılmıştır (Meydan & Şeşen, 2015). Bootstrap yöntemi, Baron ve Kenny'nin (1986) geleneksel yönteminden ve Sobel testinden daha güvenilir sonuçlar verdiği öne sürüldüğü için tercih edilmiştir (Gürbüz, 2019).

Etik Kurul Onay Bilgileri

Bu araştırma, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal ve Beşerî Bilimler Etik Kurulu tarafından 18/01/2022 tarihinde yapılan 116 nolu toplantıda 16 nolu karar sayısı ile gerekçesi, amacı, yaklaşımı ve yöntemi açısından incelenmiş, kapsam ve uygulama açısından etik ilkelere ve insan haklarına uygun bulunmuştur.

BULGULAR

Araştırmanın örtük değişkenli aracılı yapısal modelinden elde edilen bulgular sunulmadan önce YEM'in ön şartlarının sağlandığını görmek için yapılan ön analizlerde, araştırmanın değişkenlerinin betimsel istatistikleri hesaplanmış ve Pearson momentler çarpımı korelasyon analizi yöntemi kullanılarak değişkenler arasındaki ilişkiler incelenmiştir. Tablo-2'de araştırmanın değişkenlerine ait betimsel istatistikler sunulmuştur.

Tablo 2. Araştırma Değişkenlerine İlişkin Betimsel İstatistikler

Değişkenler	Ranj	Min.	Max.	\bar{x}	ss	Çarpıklık	Basıklık
Yaşam Doyumu	20.00	5.00	25.00	16.41	3.75	-.364	.091
İşyeri Zorbalığı	84.00	26.00	110.00	68.69	15.49	.132	-.035
Umut	34.00	30.00	64.00	51.45	6.91	-.361	-.117
Problem Çözme Becerisi	85.00	75.00	160.00	120.65	13.03	-.103	.876

Araştırma verilerinin, normallik varsayımını sağlayıp sağlamadığının anlaşılması için Tablo-2'deki basıklık (Kurtosis) ve çarpıklık (Skewness) katsayıları incelendiğinde; her bir değişken için basıklık ve çarpıklık katsayısının, referans değer olan -1.00 ile +1.00 aralığında yer almakta olduğu görülmektedir (Çokluk vd., 2014). Bu bağlamda araştırmanın değişkenlerinin normallik sayılıştığını karşıladığı söylenebilir. Değişkenlerin birbirleriyle olan ilişkisini gösteren korelasyon katsayıları ise Tablo-3'te verilmiştir.

Tablo 3. Araştırma Değişkenlerine İlişkin Pearson Momentler Çarpımı Korelasyon Analizi Değerleri

Değişkenler	Yaşam Doyumu	İşyeri Zorbalığı	Umut	Problem Çözme Becerisi
Yaşam Doyumu	1.00			
İşyeri Zorbalığı	-.212**	1.00		
Umut	.413**	-.216**	1.00	
Problem Çözme Becerisi	.441**	-.339**	.714**	1.00

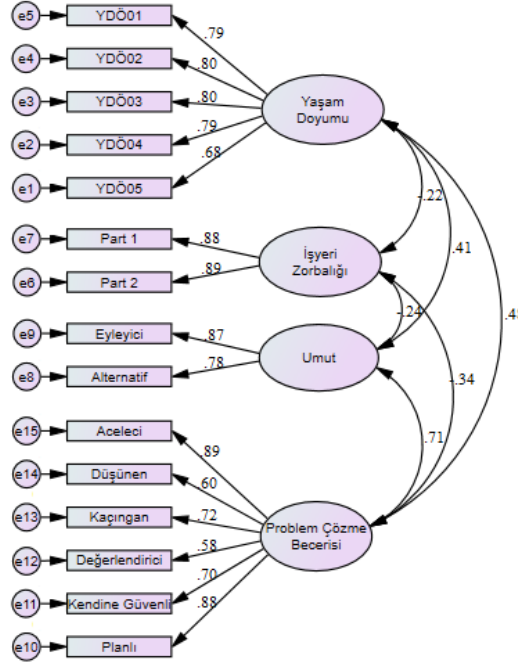
*p<.05, ** p<.01

Tablo-3'e bakıldığında, araştırmanın değişkenleri arasındaki ilişkilerin .21 ile .71 arasında değiştiği görülmektedir. Çoklu bağlantı sorunundan söz edilebilmesi için ilişkilerin, referans değeri olarak kabul edilen .90'dan büyük olmaması gerekmektedir (Ullman, 2013). Bu bağlamda kurgulanan modelin çoklu bağlantı sorunu oluşturacak düzeyde olmadığı söylenebilir.

Yapısal model analizlerinde, araştırmada yer alan gözlenen değişkenlerin kendi aralarında oluşturdukları ilişkiler oldukça önemlidir. Kurgulanan modelin hesaplanabilmesi ve doğrulanması için gözlenen değişkenlerin kendi aralarında doğrusal ilişkiler olmalıdır (Sayın & Gelbal, 2016). Bu nedenlerle örtük değişkenli aracılı yapısal model analizlerine başlanmadan önce analiz sürecinde kullanılacak olan değişkenler yardımıyla ölçüm modellerinin incelenmesi ve araştırmanın yapısal modeline ilişkin ölçüm modelinin analiz edilmesi gerekmektedir.

Bu araştırmada katılımcıların tutumları dört farklı ölçme aracı ile ölçülmüştür. Bu ölçme araçlarıyla ölçülmüş olan değişkenlerin, birbirleriyle olan ilişkilerini gösteren ölçüm modelinde, gizil ve gözlenen değişkenler

arasında bulunan bütün yollar analiz edilmiştir. Bu araştırmanın ölçüm modeline ait yol diyagramı ve standardize edilmiş değerleri Şekil-1’de sunulmuştur.



Şekil 1. Ölçüm Modeli

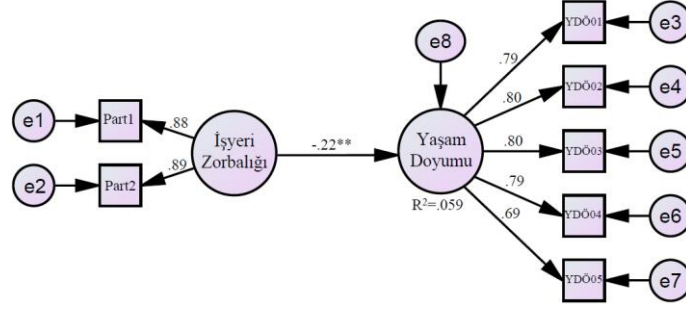
Araştırmanın hipotezleri ve yapısal modelleri analiz edilmeden önce yapısal modelde yer alacak olan tüm değişkenlerin içerisinde bulunduğu ölçüm modeli test edilmiştir. Araştırmanın verileri normal dağılım gösterdiği için Maximum Likelihood hesaplama yöntemi tercih edilerek kovaryans matrisleri oluşturulmuştur (Gürbüz & Şahin, 2019). Daha sonra işyeri zorbalığı, yaşam doyumu, umut ve problem çözme becerisi değişkenlerinin oluşturduğu ölçüm modeli test edilmiştir. Analiz neticesinde ulaşılan uyum iyiliği indeks değerleri ($\chi^2[n=407]=228.900$, $sd=84$, $p=.000$, $\chi^2/sd=2.725$, $RMSEA=.073$, $SRMR=.065$, $CFI=.936$), ölçüm modelinin doğrulandığına işaret etmiştir. Modelin uyum iyiliği değerlerinin yeterli olmasından dolayı herhangi bir modifikasyon işlemi yapılmamıştır.

Ölçüm modelinin uyum iyiliği değerlerinin yeterli olmasından sonra yapısal modelin sınanmasında Baron ve Kenny'nin (1986) önerileri dikkate alınarak toplamda dört adımda sonuca gidilmiştir. Bunun için ilk adımda aracı değişkenler modele dahil edilmeden bağımsız değişkenin (işyeri zorbalığı) bağımlı değişkeni (yaşam doyumu) doğrudan yordayıp yordamadığı incelenmiştir. İkinci adımda ise bağımsız değişken ile aracı değişkenler (umut ve problem çözme becerisi) arasındaki ilişki incelenmiştir. Ardından üçüncü adımda, aracı değişkenler ile bağımlı değişken arasındaki ilişkiye bakılmıştır. Dördüncü ve son adımda ise aracı değişkenler modele dahil edilmiş, bağımsız değişkenin bağımlı değişken üzerindeki etkisi tekrar incelenmiştir.

1. Adım

H₁: İşyeri zorbalığı ile yaşam doyumu değişkenleri negatif yönde anlamlı düzeyde ilişkilidir.

H₁ hipotezinin sınanması için işyeri zorbalığı ile yaşam doyumu gizil değişkenleri arasındaki yol incelenmiş ve sonuçlar Şekil-2’de verilmiştir.



Şekil 2. H₁ Hipotezinin Sınanması

İlk olarak H₁ (İşyeri Zorbalığı → Yaşam Doyumu) hipotezini test etmek amacıyla bağımsız değişken olan işyeri zorbalığının dışsal, bağımlı değişken olan yaşam doyumunun ise içsel değişken olduğu örtük değişkenli yapısal model test edilmiştir. YEM sonuçlarına göre işyeri zorbalığı ile yaşam doyumu arasında negatif yönde anlamlı düzeyde ilişki tespit edilmiştir ($\beta=-.22$, $p<.01$). İşyeri zorbalığı değişkeninin yaşam doyumu değişkenine zayıf düzeyde ($-.30<\beta<.00$) doğrudan bir etkisi bulunmaktadır (Büyüköztürk, 2014). Ayrıca Şekil-2 incelendiğinde işyeri zorbalığı değişkeninin yaşam doyumu değişkenindeki toplam varyansın %5.90'lık kısmını açıkladığı görülmektedir ($R^2=.059$, $p<.01$). Bu bağlamda kurgulanan bu öncü modelde işyeri zorbalığının yaşam doyumu üzerinde küçük bir etki değerine ($R^2<.13$) sahip olduğu söylenebilir (Cohen, 1988). Yapısal modelin birinci adımı için kurulan bu öncü modele ait uyum iyiliği değerlerinin alanyazında kabul edilmiş olan referans değerlerin içerisinde olması ($\chi^2[n=407]=28.477$, $sd=13$, $p=.000$, $\chi^2/sd=2.191$, $RMSEA=.054$, $SRMR=.041$, $CFI=.981$), modelin veri ile uyumlu ve kabul edilebilir olduğunu göstermektedir. Modelin uyum iyiliği değerlerinin yeterli olmasından dolayı herhangi bir modifikasyon işlemi yapılmamıştır. Bu durumda H₁ hipotezi kabul edilmiştir. Yapısal modelin birinci adımına ilişkin yol katsayılarının anlamlılık değerleri ile regresyon katsayısı Tablo-4'de verilmiştir.

Tablo 4. Yapısal Modelin Birinci Adımı İçin Yol Katsayısı, t, R² ve Anlamlılık Değerleri

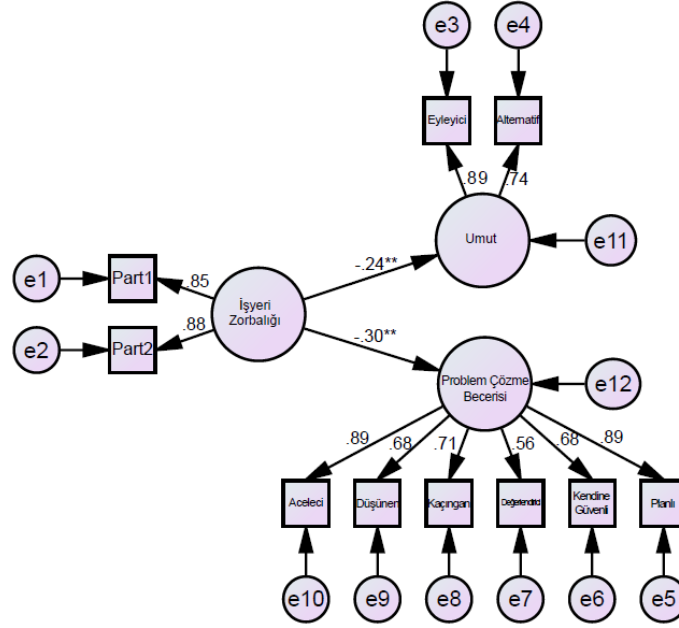
Yordayan		Yordanan	β	t	p	R ²
İşyeri Zorbalığı	→	Yaşam Doyumu	-.220	-4.232	.000	.059

**p<.01

2. Adım

H₂: İşyeri zorbalığı değişkeni umut ve problem çözme becerisi değişkenleri ile negatif yönde anlamlı düzeyde ilişkilidir.

H₂ hipotezinin sınanması için işyeri zorbalığı ile umut ve problem çözme becerileri gizil değişkenleri arasındaki yol incelenmiş ve sonuçlar Şekil-3'te verilmiştir.



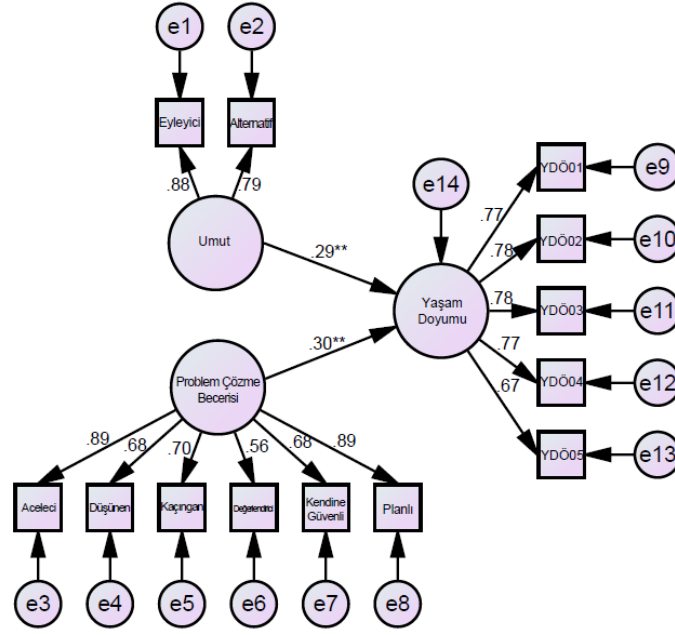
Şekil 3. H₂ Hipotezinin Sınanması

Yapısal modelin ikinci adımı olarak H₂ (İşyeri Zorbalığı → Umut, İşyeri Zorbalığı → Problem Çözme Becerisi) hipotezini test etmek amacıyla bağımsız değişken olan işyeri zorbalığının dışsal, aracı değişkenler olan umut ve problem çözme becerisinin ise içsel değişkenler olduğu örtük değişkenli yapısal model test edilmiştir. YEM sonuçlarına göre işyeri zorbalığı ile umut ($\beta=-.24$, $p<.01$) ve problem çözme becerisi ($\beta=-.30$, $p<.01$) arasında negatif yönde anlamlı ilişkilerin olduğu anlaşılmıştır. Ayrıca yapısal modelin ikinci adımı için kurulan bu öncü modelin uyum iyiliği değerlerinin alanyazında kabul edilmiş olan referans değerler içerisinde yer alması ($\chi^2[n=407]=85.239$, $sd=33$, $p=.000$, $\chi^2/sd=2.583$, $RMSEA=.078$, $SRMR=.068$, $CFI=.906$), modelin veri ile uyumlu ve kabul edilebilir olduğunu göstermektedir. Modelin uyum iyiliği değerlerinin yeterli olmasından dolayı herhangi bir modifikasyon işlemi yapılmamıştır. Bu durumda H₂ hipotezi kabul edilmiştir.

3. Adım

H₃: Umut ve problem çözme becerisi değişkenleri ile yaşam doyumu değişkeni pozitif yönde anlamlı düzeyde ilişkilidir.

H₃ hipotezinin sınanması için umut ve problem çözme becerisi ile yaşam doyumu gizil değişkenleri arasındaki yol incelenmiş ve sonuçlar Şekil-4'de verilmiştir.



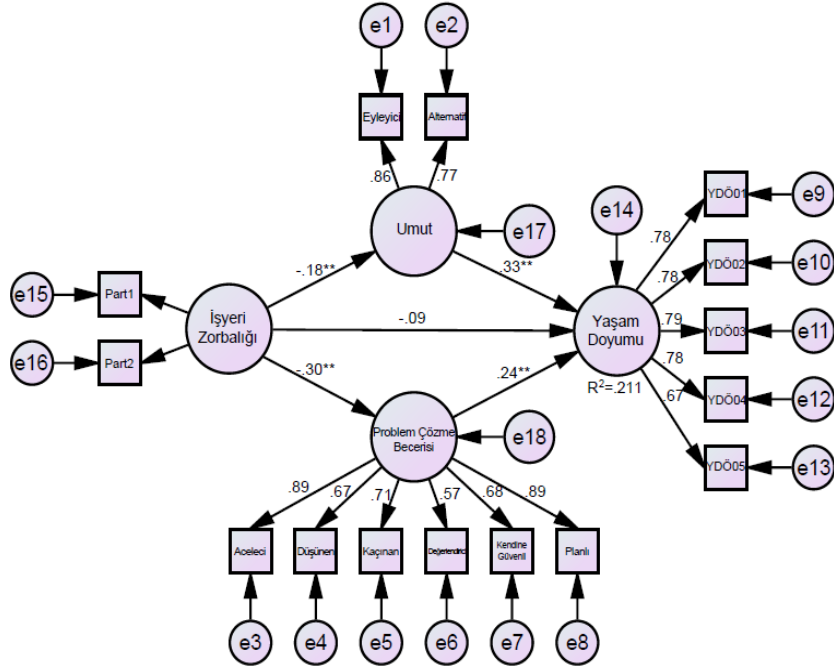
Şekil 4. H₃ Hipotezinin Sınanması

Yapısal modelin üçüncü adımı olarak H₃ (Umut → Yaşam Doyumu, Problem Çözme Becerisi → Yaşam Doyumu) hipotezini test etmek amacıyla aracı değişkenler olan umut ve problem çözme becerisinin dışsal, bağımlı değişken olan yaşam doyumunun ise içsel değişkenler olduğu örtük değişkenli yapısal model test edilmiştir. YEM sonuçlarına göre yaşam doyumu ile umut ($\beta=.29$, $p<.01$) ve problem çözme becerisi ($\beta=.30$, $p<.01$) değişkenleri arasında pozitif yönde anlamlı ilişkilerin olduğu anlaşılmıştır. Ayrıca yapısal modelin üçüncü adımı için kurulan bu öncü modelin uyum iyiliği değerlerinin alanyazında kabul edilmiş olan referans değerler içerisinde yer alması ($\chi^2[n=407]=185.850$, $sd=63$, $p=.000$, $\chi^2/sd=2.950$, $RMSEA=.073$, $SRMR=.057$, $CFI=.915$), modelin veri ile uyumlu ve kabul edilebilir olduğunu göstermektedir. Modelin uyum iyiliği değerlerinin yeterli olmasından dolayı herhangi bir modifikasyon işlemi yapılmamıştır. Bu durumda H₃ hipotezi kabul edilmiştir.

4. Adım

H₄: İşyeri zorbalığı ile yaşam doyumu arasındaki ilişkide umut ve problem çözme becerisi değişkenlerinin aracı rolü bulunmaktadır.

H₄ hipotezinin sınanması için işyeri zorbalığı ile yaşam doyumu arasındaki ilişkide umut ve problem çözme becerisi gizil değişkenleri arasındaki yol incelenmiş ve sonuçlar Şekil-5'te verilmiştir.



Şekil 5. H4 Hipotezinin Sınanması

Yapısal modelin dördüncü adımı olarak H₄ (İşyeri Zorbalığı → Umut ve Problem Çözme Becerisi → Yaşam Doyumu) hipotezini test etmek amacıyla bağımsız değişkenin işyeri zorbalığı, bağımlı değişkenin yaşam doyumunu ve aracı değişkenlerin umut ve problem çözme becerisi olduğu örtük değişkenli aracılı yapısal model test edilmiştir. YEM sonuçlarına göre aracı değişkenlerin modele dahil edilmesiyle işyeri zorbalığı değişkeninden yaşam doyumuna giden yol $-0,22$ 'den $-0,09$ 'a düşmüş ve anlamsızlaşmıştır ($\beta = -0,09$, $p > .05$). Aracı değişkenlerin modelin içerisine dahil edilmesinin ardından bağımsız değişken ile bağımlı değişken arasındaki ilişki anlamsızlaştığı için umut ve problem çözme becerisi değişkenlerinin yapısal modelde tam aracı rol üstlendikleri söylenebilir (Baron & Kenny, 1986). Ayrıca Şekil-5 incelendiğinde işyeri zorbalığı, umut ve problem çözme becerisi puanlarının hep birlikte yaşam doyumuna toplam varyansın %21,10'luk kısmını açıkladığı görülmektedir ($R^2 = .211$, $p < .01$). Bu bağlamda kurgulanan modeldeki tüm değişkenlerin yaşam doyumunu üzerinde orta düzeyde bir etki değerine ($.13 < R^2 < .26$) sahip olduğu söylenebilir (Cohen, 1988). Yapısal model sonucunda ulaşılan uyum iyiliği değerlerinin alanyazında kabul edilen referans değerleri aralığında yer alması ($\chi^2[n=407]=362.270$, $sd=85$, $p=.000$, $\chi^2/sd=4.262$, $RMSEA=.077$, $SRMR=.069$, $CFI=.901$), modelin veri ile uyumlu ve kabul edilebilir olduğunu göstermektedir. Modelin uyum iyiliği değerlerinin yeterli olmasından dolayı herhangi bir modifikasyon işlemi yapılmamıştır. Bu durumda H₄ hipotezi kabul edilmiştir. Yapısal modelin dördüncü adımına ilişkin yol katsayılarının anlamlılık değerleri ile toplam regresyon katsayısı Tablo-5'de verilmiştir.

Tablo 5. Yapısal Modelin Dördüncü Adımı İçin Yol Katsayısı, t, R² ve Anlamlılık Değerleri

Yordayan		Yordanan	β	t	p	R ²
İşyeri Zorbalığı	→	Yaşam Doyumu	-0,09	-1.842	.065	.211
Umut	→	Yaşam Doyumu	.33	4.380	.000	
Problem Çözme Becerisi	→	Yaşam Doyumu	.24	4.701	.000	

**p<.01

İşyeri zorbalığı ile yaşam doyumunu değişkenleri arasındaki ilişkide umut ve problem çözme becerisi değişkenlerinin aracılık etkisinin anlamlı olup olmadığını test etmek için Bootstrap yönteminin kullanıldığı yol analizi yapılmıştır. Bootstrap analizinde 5000 yeniden örneklem seçeneği tercih edilmiştir. Bootstrap tekniği ile

yapılan aracılık etki analizlerinde, araştırmannın H_4 hipotezinin desteklenebilmesi için analiz neticesinde elde edilen %95 güven aralığındaki (GA) değerlerin, sıfır değerini içermemesi gerekmektedir (Gürbüz, 2019). Gerçekleştirilen Bootstrap işlemi sonucunda Bootstrap katsayısı ve %95 güven aralıkları alt ve üst sınırları hesaplanmış olup, sonuçlara Tablo-6’da yer verilmiştir.

Tablo 6. Yapısal Modele Ait Bootstrap Analiz Sonuçları

Yapısal Model				Bootstrap Analizi			
Dolaylı Etki				%95 GA			
Bağımsız Değişken		Aracı Değişkenler		Bağımlı Değişken	Katsayı	Alt Sınır	Üst Sınır
İşyeri Zorbalığı	→	Umut Problem Çözme Becerisi	→	Yaşam Doyumu	-.133	-.225	-.061

**p<.01

Tablo-6’deki Bootstrap sonuçları işyeri zorbalığı ile yaşam doyumu değişkenleri arasındaki ilişkide umut ve problem çözme becerisinin aracılık etkisinin anlamlı olduğunu göstermektedir ($\beta=-.133$, %95 GA [-.225, -.061]). Zira yüzdellik yöntem aracılığıyla ulaşılmış olan Bootstrap alt ve üst güven aralığı değerleri, sıfır değerini içermemektedir.

SONUÇ

Bu araştırmayla işyeri zorbalığının çalışanların yaşam doyumlarına etkisinde umut ve problem çözme becerisinin aracı rolünü tespit etmek amaçlanmıştır. Araştırma örneklemini ise özellikle kalabalık iş ortamları olan, bürokrasinin hâkim olduğu devlet kurumlarında çalışan kamu memurları oluşturmuştur. Teoriler ve bulgular ışığında oluşturulan hipotezler, yapılan analizler ışığında test edilmiştir.

Araştırmanın birinci bulgusu, işyeri zorbalığının yaşam doyumu üzerinde anlamlı bir etkisi olduğudur. Yani işyeri zorbalığına maruz kalan çalışanların, mutluluğun önemli bileşenlerinden biri olarak gösterilen yaşam doyumları olumsuz yönde etkilenmektedir. Bu bağlamda zorbalık davranışlarını minimum seviyeye düşürmek, çalışan mutluluğunu belirli bir oranda artıracaktır. Dışlanma, taciz veya zorlama gibi davranışlar huzur kaçıran, ilişkileri ve etkileşimleri olumsuz yönde etkileyen davranışlar arasında gösterilmektedir. Zorbalık, çalışanları sessizliğe itebilmekte (Demirtaş, 2018) ve yaşam kalitelerini düşürebilmektedir (Güngör-Tavşanlı, Türkmen & Es, 2017). Ayrıca işyerinde meydana gelen kaba davranışların da çalışanların mutluluğunu baltaladığı ifade edilmiştir (Tortumlu & Taş, 2020). Dolayısıyla duygusal birer varlık olan çalışan bireylerin, işyeri huzurunu sağlamak mutluluklarını ve yaşam doyumlarını korumak açısından önem arz etmektedir.

Araştırmanın ikinci bulgusu ise işyeri zorbalığının çalışanların umut ve problem çözme becerilerine olumsuz etkisinin olduğudur. Yani işyeri zorbalığına maruz kalan bireylerin daha fazla umutsuzluğa düşebildikleri ve problem çözme becerilerinin baltalanabildiği ifade edilebilir. Zira zorbalığa uğrayan bireyler, korkuya ve umutsuzluğa kapılabilmektedirler (Totan vd., 2017); ancak umut, kişiyi yaşama bağlayan önemli bir duygudur. İşyeri zorbalığına maruz kalan bireyler, birçok psikolojik sorunla karşı karşıya kalmaktadırlar (Björkqvist vd., 1994; Leymann & Gustafsson, 1996; Matthiesen & Einarsen, 2004; Quine, 2001). Bu sorunlarla mücadele ederken, 21. yüzyıl becerileri arasında gösterilen problem çözme becerilerinin önemli bir yer tuttuğu açıktır. İşyeri zorbalığı, bireylerin motivasyonları üzerinde önemli bir etkiye sahip olan problem çözme becerisini azaltmaktadır. Diğer yandan tam tersi olarak problem çözme becerileri ve umut da işyeri zorbalığının olumsuz etkisini düşüren ve tamponlayan etkenler arasında bulunmaktadır.

Araştırmanın üçüncü bulgusu, umut ve problem çözme becerisinin yaşam doyumunu olumlu anlamda etkilediğidir. Yani çalışanların umut düzeylerinin artması ve problem çözme becerilerinin yüksek olması, yaşam doyumlarını artırmaktadır. Umudun bireye yaşam arzusu aşılacaktır. Nitekim yapılan çalışmalar umudun yaşam doyumuyla yakından ilişkili olduğunu ortaya koymuştur (Totan vd., 2017). Ayrıca Kaynakların Korunması Kuramı, bireylerin yaşam doyumunu gibi pozitif kaynaklarını korumak için zorluklarla başa çıkabilecek stratejiler ve çözümler aramaya eğilimli olduklarını göstermiştir (Hobfoll, 2001).

Araştırmanın son bulgusunda, işyeri zorbalığının yaşam doyumuna etkisinde umut ve problem çözme becerisinin tam aracı rolü olduğu anlaşılmıştır. İşyeri zorbalığına maruz kalan çalışanlar moral bozukluğu, huzursuzluk ve mutsuzluk yaşayabilmektedirler. İşyeri zorbalığı gibi çeşitli saldırılar karşısında, güçlü umut duygularına ve problem çözme becerilerine sahip olmaları, çalışanların yaşam doyumlarına yansiyacak olumsuz

etkilerin önünü kesmektedir. Yani umut ve problem çözme becerisi, işyerlerinde karşılaşılan zorbalık davranışlarına karşı güçlü bir panzehir görevi görmekte ve çalışanların yaşam doyumlarını koruyucu bir rol üstlenmektedir.

Her araştırmada olduğu gibi bu araştırmanın da sınırlılıkları mevcuttur. Araştırma, Türkiye'deki çeşitli kamu kurumlarında çalışmakta olan 415 memurun; kişisel inançlarını ve mevcut değişkenleri ölçmek için geliştirilmiş Yaşam Doyumu Ölçeği, İşyeri Zorbalığı Ölçeği, Sürekli Umut Ölçeği ve Problem Çözme Envanteri ile toplanan verilerle sınırlandırılmıştır. Dolayısıyla veriler kamu memurlarının kişisel değerlendirmeleri sonucunda elde edilmiştir; yani kamu memurlarının ölçeklerde yer alan maddelerde işaretleyerek gösterdikleri tepkileri gerçek yaşamdaki davranışlarıyla bağdaşmayabilir. Ayrıca veriler, araştırmacılar tarafından oluşturulan online formun Whatsapp, Instagram, Facebook vb. gibi çeşitli sosyal medya platformlarında paylaşılmasıyla toplanmıştır. Bu bağlamda her ne kadar sayılarımız az olduğu düşünülse de internete erişimi olmayan ve sosyal medya kullanmayan kamu memurları, bu araştırmanın çalışma grubunda temsil edilememiştir.

Öneriler

Araştırmanın bulgularından yola çıkarak şu öneriler geliştirilebilir;

Bu araştırmada, çalışanların işyeri zorbalığı karşısında yaşam doyumlarının zarar gördüğü ve bunu önleyebilmek için umut duygusundan ve problem çözme becerisinden yararlanılabileceği tespit edilmiştir. Buradan hareketle kamuda memur olarak çalışanların hem yaşam doyumlarının artırılması hem de işyeri zorbalığıyla etkili bir şekilde baş edebilmeleri için umut duygularının ve problem çözme becerilerinin desteklenmesi gerektiği söylenebilir. Bu bağlamda umut duygusunu ve problem çözme becerisinin artırılmasına hizmet edecek ve içeriği bu yönde düzenlenmiş psikoeğitim programları geliştirilebilir. Bu programlar kamu çalışanlarına 6 ila 8 oturum arasında 12 ila 14 kişilik gruplar halinde uygulanabilir. Büyük gruplara ise umut ve problem çözme becerileri ile ilgili seminerler planlanarak kısa sürede yüzeysel bilgilendirmeler yapıp bu konuda farkındalık oluşturulabilir. Diğer yandan araştırmacılar, işyeri zorbalığının yaşam doyum üzerindeki yıkıcı etkilerini tamponlayabilecek diğer muhtemel aracı değişkenlerin tespit edilmesiyle ilgili araştırmalar yapmaya devam edebilir. Ayrıca bu araştırmada çalışma grubu olarak kamuda çalışan memurlar seçilmiştir; bundan sonra planlanacak olan araştırmalarda ise aynı değişkenlerin farklı sektörlerde veya farklı kültürlerde kamuda memur olarak çalışan bireyler üzerinde de etkili sonuçlar verip vermediği incelenebilir. Son olarak aynı değişkenler, kamuda memur olarak çalışan bireylerin demografik özelliklerine (cinsiyet, yaş vb.) göre ayrı ayrı incelenebilir ve karşılaştırmalı sonuçlar elde edilebilir.

KAYNAKLAR

- Adams, DL (1971). Correlates of satisfaction among the elderly. *The Gerontologist*, 11(4, Pt. 2), 64-68. https://doi.org/10.1093/geront/11.4_Part_2.64
- Agervold, M., & Mikkelsen, EG (2004). Relationships between bullying, psychosocial work environment and individual stress reactions. *Work & Stress*, 18(4), 336-351. <http://dx.doi.org/10.1080/02678370412331319794>
- Akdemir, H., Taş, MA, & Çiçek, H. (2019). İş yerinde duygusal taciz (mobbing) ve yaşam doyum ilişkisi: Burdur ilinde bir araştırma. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, (54), 138-159. <https://doi.org/10.18070/erciyesuibd.546662>
- Aksu, M. (1989). *Problem çözme becerilerinin geliştirilmesi*. Kültür ve Turizm Bakanlığı & Orta Doğu Teknik Üniversitesi Problem Çözme Yöntemleri Sempozyumu, ss. 44-54.
- Appleton, S., & Song, L. (2008). Life satisfaction in urban China: Components and determinants. *World Development*, 36(11), 2325-2340. <https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2008.04.009>
- Aslan, Z., & Cengiz, E. (2015). Akademisyenlerin iş stresi ile iş motivasyonu ilişkisi. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Elektronik Dergisi*, 6(12), 25-43.

- Aydın, O., & Öcel, H. (2009). İşyeri zorbalığı ölçeği: Geçerlik ve güvenirlik çalışması. *Türk Psikoloji Yazıları*, 12(24), 94-103.
- Aydoğdu, F. (2021). Öğretmenlerde çözüm odaklı düşünme ile mutluluk ilişkisinde sürekli umut ve yaşam doyumunun aracı rolü. *Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar*, 13(Ek 1), 337-360. <https://doi.org/10.18863/pgy.983099>
- Bailey, TC, & Snyder, CR (2007). Satisfaction with life and hope: A look at age and marital status. *The Psychological Record*, 57(2), 233-240. <https://doi.org/10.1007/BF03395574>
- Bandalos, DL (2002). The effects of item parceling on goodness-of-fit and parameter estimate bias in structural equation modeling. *Structural Equation Modeling*, 9(1), 78-102. https://doi.org/10.1207/S15328007SEM0901_5
- Baron, RM, & Kenny, DA (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. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.51.6.1173>
- Bernstein, C., & Trimm, L. (2016). The impact of workplace bullying on individual wellbeing: The moderating role of coping. *SA Journal of Human Resource Management*, 14(1), a792. <http://dx.doi.org/10.4102/sajhrm.v14i1.792>
- Björkqvist, K., Österman, K., & Hjelt-Bäck, M. (1994). Aggression among university employees. *Aggressive Behavior*, 20(3), 173-184. [https://doi.org/10.1002/1098-2337\(1994\)20:3<173::AID-AB2480200304>3.0.CO;2-D](https://doi.org/10.1002/1098-2337(1994)20:3<173::AID-AB2480200304>3.0.CO;2-D)
- Blau, G., & Andersson, L. (2005). Testing a measure of instigated workplace incivility. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 78(4), 595-614. <https://doi.org/10.1348/096317905X26822>
- Bloch, E. (2007). *Umut ilkesi, cilt-1* (Çev. T. Bora). İletişim Yayınları.
- Büyükkaragöz, S. (1994). *Genel öğretim metotları*. Atlas Kitabevi.
- Büyüköztürk, Ş. (2014). *Sosyal bilimler için veri analizi el kitabı* (19.Basım). Pegem Akademi.
- Büyüköztürk, Ş., Kılıç-Çakmak, E., Akgün, Ö.E., Karadeniz, Ş., & Demirel, F. (2016). *Bilimsel araştırma yöntemleri* (21.Basım). Pegem Akademi.
- Cam, E. (2004). Çalışma yaşamında stres ve kamu kesiminde kadın çalışanlar. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 8(1), 1-10.
- Cenkseven, F., & Akar-Vural, R. (2006). Ergenlerin düşünme gereksinimine cinsiyetlerine göre problem çözme becerilerinin karşılaştırılması. *Eurasian Journal of Educational Research*, 25, 45-53.
- Cohen, J. (1988). *Statistical power analysis for the behavioral sciences* (2.Basım). Erlbaum.
- Çiltaş, Ç. (2019). *Kadın konukevi hizmeti almakta olan kadınların psikolojik dayanıklılık ile umut düzeyleri arasındaki ilişkinin incelenmesi* [Yayımlanmamış Doktora Tezi, Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi].
- Çokluk, Ö., Şekercioğlu, G., & Büyüköztürk, Ş. (2014). *Sosyal bilimler için çok değişkenli istatistik SPSS ve LISREL uygulamaları* (3.Basım). Pegem Akademi.
- Cole, BP (2008). *Correlations between trait and academic measure of hope and the inventory on learning climate and student well-being* [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, University of Kansas].

- Dağlı, A., & Baysal, N. (2016). Yaşam doyumu ölçeğinin Türkçe'ye uyarlanması: Geçerlik ve güvenirlik çalışması. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 15(59), 1250-1262. <https://doi.org/10.17755/esosder.75955>
- Demirtaş, N. (2018). *Otel işletmelerinde işyeri zorbalığı ile örgütsel sessizlik arasındaki ilişkinin belirlenmesi: Kuşadası örneği* [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi].
- Diener, E. (2000). Subjective well-being: The science of happiness and a proposal for a national index. *American Psychologist*, 55(1), 34-43. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.55.1.34>
- Diener, E., & Suh, E. (1997). Measuring quality of life: Economic, social, and subjective indicators. *Social Indicators Research*, 40(1-2), 189-216. <https://doi.org/10.1023/A:1006859511756>
- Diener, ED, Emmons, RA, Larsen, RJ, & Griffin, S. (1985). The satisfaction with life scale. *Journal of Personality Assessment*, 49(1), 71-75. https://doi.org/10.1207/s15327752jpa4901_13
- Einarsen, S., & Raknes, BI (1997). Harassment in the workplace and the victimization of men. *Violence and Victims*, 12(3), 247-263. <https://doi.org/10.1891/0886-6708.12.3.247>
- Einarsen, S., & Hoel, H. (2001). *The Negative Acts Questionnaire: Development, validation and revision of a measure of bullying at work*. Oral presentation at the 10th European Congress on Work and Organisational Psychology, Prague, Czech Republic.
- Einarsen, S., Hoel, H., Zapf, D., & Cooper, CL (2003). The concept of bullying at work: The European tradition. S. Einarsen, H. Hoel, D. Zapf & C. L. Cooper, (Ed.), *Bullying and emotional abuse in the workplace* içinde (ss. 3-30). Taylor and Francis.
- Enc, M. (1982). *Eğitim ruh bilimi*. Aka Kitabevi.
- Güngör-Tavşanlı, N., Türkmen, SN, & Es, B. (2017). Hemşirelerin işyeri zorbalığına maruz kalma durumları ve yaşam kalitelerinin değerlendirilmesi. *Sürekli Tıp Eğitimi Dergisi*, 26(6), 231-236.
- Gürbüz, S. (2019). *AMOS ile yapısal eşitlik modellemesi* (1.Basım). Seçkin Yayıncılık.
- Gürbüz, S., & Şahin, F. (2018). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri* (5.Basım). Seçkin Yayıncılık.
- Haybron, DM (2004). *Happiness and the importance of life satisfaction*. Delivered at the department of philosophy. University of Arizona. Erişim adresi: <https://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.199.9197&rep=rep1&type=pdf>
- Heppner, PP, & Petersen, CH (1982). The development and implications of a personal problem-solving inventory. *Journal of Counseling Psychology*, 29(1), 66-75. <https://doi.org/10.1037/0022-0167.29.1.66>
- Hobfoll, SE (1989). Conservation of resources: A new attempt at conceptualizing stress. *American Psychologist*, 44(3), 513-524. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.44.3.513>
- Hobfoll, SE (2001). The influence of culture, community, and the nested-self in the stress process: Advancing Conservation of Resources theory. *Applied Psychology: An International Review*, 50(3), 337-370. <https://doi.org/10.1111/1464-0597.00062>
- Hoch, A., Mikkelsen, EG, & Hansen, AM (2011). Individual consequences of workplace bullying/mobbing. S. H. Einarsen, H. Hoel, D. Zapf & C. Cooper (Ed.), *Workplace bullying: Developments in theory research and practice* içinde (ss. 129-148). Taylor and Francis.

- İlgin, C. (2019). *İşyeri nezaketsizliği ile sinizm arasındaki ilişkide öznel iyi oluş halinin rolü* [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi].
- Kanten, P. (2016). İşyeri nezaketsizliği. P. Kanten & S. Kanten (Ed.), *Örgütlerde davranışın aydınlık ve karanlık yüzü* içinde (ss. 527-564). Nobel Akademik Yayıncılık.
- Karasar, N. (2012). *Bilimsel araştırma yöntemi* (24.Basım). Nobel Yayın Dağıtım.
- Karataş, Z., Uzun, K., & Tagay, Ö. (2021). Relationships between the life satisfaction, meaning in life, hope and Covid-19 fear in Turkish adults during the Covid-19 outbreak. *Frontiers in Psychology, 12*, 633384. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.633384>
- Kato, T., & Snyder, CR (2005). The relationship between hope and subjective well-being: Reliability and validity of the dispositional hope scale, Japanese version. *Japanese Journal of Psychology, 76*(3), 227-234. <https://doi.org/10.4992/jjpsy.76.227>
- Kılınç, M., & Uzun, K. (2020a). Ergenlerin yaşam doyumlarının yordayıcıları olarak direkt ve dolaylı akran baskısı. *OPUS-Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi, 16*(28), 1241-1271. <https://doi.org/10.26466/opus.748254>
- Kılınç, M., & Uzun, K. (2020b). Ergenlerin öznel iyi oluşlarının yordayıcıları olarak akran zorbalığı ve akran mağduriyeti. *Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi, 21*(3), 1400-1439. <https://doi.org/10.29299/kefad.853992>
- Kline, RB (2015). *Principles and practice of structural equation modeling* (4.Basım). Guilford Publications.
- Kuzgun, Y. (1992). *Rehberlik ve psikolojik danışma*. ÖSYM Eğitim Yayınları.
- Küçük, Ö., & Çakıcı, A. (2018). İşyeri kabalığının öznel iyi oluş haline etkisi. *İş ve İnsan Dergisi, 5*(1), 75-87. <https://doi.org/10.18394/iid.368835>
- Leymann, H. (1996). The content and development of mobbing at work. *European Journal of Work and Organizational Psychology, 5*(2), 165-184. <https://doi.org/10.1080/13594329608414853>
- Leymann, H., & Gustafson, A. (1996). Mobbing at work and the development of post-traumatic stress disorders. *European Journal of Work and Organizational Psychology, 5*(2), 251- 275. <https://doi.org/10.1080/13594329608414858>
- Leung, WB (2010). *Can hope buffer the negative effects of bullying on psychological well-being and promote growth?* [Yayımlanmamış Doktora Tezi, The University of Hong Kong].
- Manion, J. (2003). Joy at work!: Creating a positive workplace. *JONA: The Journal of Nursing Administration, 33*(12), 652-659. <https://doi.org/10.1097/00005110-200312000-00008>
- Martin, KK (2007). *Measuring hope: Is hope related to problem solving and criminal behaviour in offenders?* [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, University of Toronto].
- Matthiesen, SB, & Einarsen, S. (2004). Psychiatric distress and symptoms of PTSD among victims of bullying at work. *British Journal of Guidance & Counselling, 32*(3), 335-356. <https://doi.org/10.1080/03069880410001723558>
- Mertler, CA, & Vannatta, RA (2016). *Advanced and multivariate statistical methods: Practical application and interpretation* (6.Basım). Pyrczak Publishing.

- Meydan, CH, & Şeşen, H. (2015). *Yapısal eşitlik modellemesi AMOS uygulamaları* (2.Basım). Detay Yayıncılık.
- Özkul, AS, & Alparşlan, AM (2019). Yaşam doyumunu artıran motivasyon kaynağı: Düşünme-anlama ihtiyacı. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 8(4), 3272-3288.
- Rugulies, R., Madsen, IE, Hjärsbech, PU, Hogh, A., Borg, V., Carneiro, IG, & Aust, B. (2012). Bullying at work and onset of a major depressive episode among Danish female eldercare workers. *Scandinavian Journal of Work, Environment & Health*, 38(3), 218-227. <https://doi.org/10.5271/sjweh.3278>
- Salin, D. (2003). Bullying and organisational politics in competitive and rapidly changing work environments. *International Journal of Management and Decision Making*, 4(1), 35-46.
- Saunders, P., Huynh, A., & Goodman-Delahunty, J. (2007). Defining workplace bullying behaviour professional lay definitions of workplace bullying. *International Journal of Law and Psychiatry*, 30(4-5), 340-354. <https://doi.org/10.1016/j.ijlp.2007.06.007>
- Sayın, A., & Gelbal, S. (2016). Yapısal eşitlik modellemesinde parametrelerin klasik test kuramı ve madde tepki kuramına göre sınırlandırılmasının uyum indekslerine etkisi. *Uluslararası Eğitim Bilim ve Teknoloji Dergisi*, 2(2), 57-71.
- Schumacker, RE, & Lomax, RG (2016). *A beginner's guide to structural equation modeling* (4.Basım). Routledge.
- Shin, DC, & Johnson, DM (1978). Avowed happiness as an overall assessment of the quality of life. *Social Indicators Research*, 5(1), 475-492. <https://doi.org/10.1007/BF00352944>
- Snyder, CR (2002). Hope theory: Rainbows in the mind. *Psychological Inquiry*, 13(4), 249-275. https://doi.org/10.1207/S15327965PLI1304_01
- Snyder, CR, Harris, C., Anderson, JR, Holleran, SA, Irving, LM, Sigmon, ST, Yoshinobu, L., Gibb, J., Langelle, C., & Harney, P. (1991). The will and the ways: Development and validation of an individual-differences measure of hope. *Journal of Personality and Social Psychology*, 60(4), 570-585. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.60.4.570>
- Snyder, CR, LaPointe, AB, Crowson, JJ, & Early, S. (1998). Preferences of high and low-hope people for self-referential input. *Cognition & Emotion*, 12(6), 807-823. <https://doi.org/10.1080/026999398379448>
- Snyder, CR, Lopez, SJ, Shorey, HS, Rand, KL, & Feldman, DB (2003). Hope theory, measurements, and applications to school psychology. *School Psychology Quarterly*, 18(2), 122-139. <https://doi.org/10.1521/scpq.18.2.122.21854>
- Staats, SR, & Stassen, MA (1985). Hope: An affective cognition. *Social Indicators Research*, 17(3), 235-242. <https://doi.org/10.1007/BF00319312>
- Şahin, N., Hisli-Şahin, N., & Heppner, PP (1993). Psychometric properties of the Problem Solving Inventory in a group of Turkish university students. *Cognitive Therapy and Research*, 17(4), 379-396. <https://doi.org/10.1007/BF01177661>
- Tabachnick, BG, & Fidell, LS (2013). *Using multivariate statistics*. Pearson.
- Tarhan, S., & Bacanlı, H. (2015). Sürekli Umut Ölçeği'nin Türkçe'ye uyarlanması: Geçerlik ve güvenirlik çalışması. *The Journal of Happiness & Well-Being*, 3(1), 1-14.

- Tulunay-Ateş, Ö. (2021). Motivasyon ile yaşam doyumu arasındaki ilişkide problem çözme becerilerinin aracı rolü. *Gazi Üniversitesi Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 41(3), 1465-1487.
- Tortumlu, M., & Taş, MA (2019). Örgüt iklimi, iş stresi ve çalışan performansı ilişkisi: İstanbul Avrupa Yakası ilçe belediyelerinde bir uygulama. *Avrasya Uluslararası Araştırmalar Dergisi*, 7(18), 349-367. <https://doi.org/10.33692/avrasyad.595667>
- Tortumlu, M., & Taş, MA (2020). İşyeri kabalığı ve mutluluk ilişkisinde iş yaşamında yalnızlığın düzenleyici etkisi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 23(2), 706-719.
- Totan, T., Özer, A., & Özmen, O. (2017). The role of hope, life satisfaction, and motivation in bullying among adolescents. *International Online Journal of Educational Sciences*, 9(2), 391-400. <https://doi.org/10.15345/iojes.2017.02.008>
- Türk Dil Kurumu [TDK] (2022a). *Zorba*. Erişim adresi: <https://sozluk.gov.tr/>
- Türk Dil Kurumu [TDK] (2022b). *Umut*. Erişim adresi: <https://sozluk.gov.tr/>
- Türküm, AS (2011). Okulda şiddet: Problem çözme becerilerine ilişkin algıları ergenleri ne kadar koruyor? *Kuram ve Uygulamada Eğitim Bilimleri*, 11(1), 115-132.
- Olweus, D. (1996). Bullying at school: Knowledge base and an effective intervention programs. *Annals of the New York Academy of Sciences*, 794(1), 265-276. <https://doi.org/10.1111/j.1749-6632.1996.tb32527.x>
- Ullman, JB (2013). Structural equation modeling. B. G. Tabachnick & L. S. Fidell (Ed.), *Using multivariate statistics* içinde (ss. 681-785). Pearson.
- Usta, F. (2013). *Üniversite öğrencilerinin psikolojik iyi olma ve umut düzeyleri arasındaki ilişki* [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Üniversitesi].
- Vartia, M. (2003). *Workplace bullying: A study on the environment, well-being and health* (Yayımlanmamış doktora tezi). Université d'Helsinki, Helsinki, Finlande.
- Quine, L. (2001). Workplace bullying in nurses. *Journal of Health Psychology*, 6(1), 73-84. <https://doi.org/10.1177/135910530100600106>
- Watson, D., Clark, LA, & Tellegen, A. (1988). Development and validation of brief measure of positive and negative affect: The PANAS scales. *Journal of Personality and Social Psychology*, 54(6), 1063-1070. <https://doi.org/10.1037//0022-3514.54.6.1063>
- Weiss, HM, & Cropanzano, R. (1996). Affective events theory: A theoretical discussion of the structure, causes and consequences of affective experiences at work. M. B. Staw & L. L. Cummings (Ed.), *Research in organizational behavior: An annual series of analytical essays and critical reviews* içinde (ss. 1- 74). Elsevier Science/JAI Press.
- Yakut, S., & Yakut, İ. (2018). Öğretmenlerde psikolojik iyi oluş ve iş yerinde dışlanma ilişkisi. *Turkish Studies & Social Sciences*, 13(18), 1357-1376. <http://dx.doi.org/10.7827/TurkishStudies.13883>
- Zapf, D., & Einarsen, S. (2001). Bullying in the workplace: Recent trends in research and practice—an introduction. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 10(4), 369-373. <https://doi.org/10.1080/13594320143000807>
- Zournazi, M. (2004). *Umut değişim için yeni felsefeler* (Çev. U. Abacı). Literatür.

Yazar Katkı Oranı

Araştırma hipotezlerinin oluşturulması, uygun yöntemin seçimi ve analizlerin yapılması başta olmak üzere ikinci yazarın araştırmaya katkısı %50'dir. Araştırmanın problem durumunun olgunlaştırılması, kuramsal çerçevesinin oluşturulması ve sonuçlandırılması süreçleri başta olmak üzere birinci yazarın katkı oranı %50'dir. Yazarlar çalışmaya eşit oranda katkı sağlamıştır.

HOW THE INTERACTION BETWEEN SUBJECTIVE HAPPINESS AND EFFECTIVE COUNSELOR CHARACTERISTICS MODERATE CAREER ADAPTABILITY?

Şerife ÖZBİLER¹, İlker ARDIÇ², Durmuş ÜMMET³

Article Info

Research Article

DOI: 10.35379/cusosbil.1052240

Article History:

Received 01.01.2022

Revised 28.03.2022

Accepted 15.04.2022

Keywords:

Subjective Happiness,

Effective Counselor

Characteristics,

Career Adaptability.

ABSTRACT

Although evidence exists for individuals who are much happier in their lives and then easily adapt to their career in their vocational development, little is known about how much their characteristics moderate this relationship. The main aim of this study was to assess the moderating role of effective counsellor characteristics in the relationship between subjective happiness and career adaptability. More specially, the subjective well-being perspective explained by integrating into career adaptability. The participants were 448 [259 women and 189 men; ($Mean=1.42$, ($SD=.49$))] counselors from different parts of Turkey and North Cyprus. Data collected by using the Effective Counselor Characteristics Assessment Scale, Subjective Happiness Scale and Career Adapt-ability Scale. The research illustrated that subjective happiness of counselors has a positive and significant association with career adaptability; accounting for 61 % of the variance and establishing the moderating roles of effective counselor characteristics in the subjective happiness and career adaptability relationships. Specialized counselor education programs should consider and cover in the curriculum the subjective happiness of counselors and effective counselor characteristics for career adaptability.

ÖZNEL MUTLULUK VE ETKİLİ PSIKOLOJİK DANIŞMAN NİTELİKLERİ ARASINDAKİ ETKİLEŞİM KARIYER UYUMUNU NASIL FARKLILAŞTIRMADIR?

Makale Bilgisi

Araştırma Makalesi

DOI: 10.35379/cusosbil.1052240

Makale Geçmişi:

Geliş 01.01.2022

Düzeltilme 28.03.2022

Kabul 15.04.2022

Anahtar Kelimeler:

Öznel Mutluluk,

Etkili Psikolojik Danışman

Nitelikleri,

Kariyer Uyumu.

ÖZ

Yaşamlarında daha çok mutlu olan bireylerin daha sonra mesleki gelişimlerinde kariyerlerine daha kolay uyum sağladıklarına ilişkin kanıtlar olsa da kariyer özelliklerinin bu ilişkiyi nasıl farklılaştırdığı bilinmemektedir. Bu çalışmanın temel amacı psikolojik danışmanların öznel mutluluk ve kariyer uyumu arasındaki ilişkide etkili psikolojik danışman niteliklerinin farklılaştırıcı rolünü ölçmektir. Özellikle, öznel iyi oluş bakış açısı kariyer uyumuna entegre edilerek açıklanmıştır. Katılımcılar Türkiye'nin farklı bölgelerinden ve Kuzey Kıbrıs'tan 448 [259 kadın ve 189 erkek, ($Ort.=1.42$, ($SS=.49$))] psikolojik danışmanlardır. Veriler Etkili Psikolojik Danışma Nitelikleri Değerlendirme Ölçeği, Öznel Mutluluk Ölçeği ve Kariyer Uyum Yetenekleri Ölçeği kullanılmıştır. Araştırma, psikolojik danışmanların öznel mutluluğu pozitif ve anlamlı olarak kariyer uyumu ile ilişkidir; %61 varyans değerinde, etkili psikolojik danışman nitelikleri özel mutluluk ve kariyer uyumu ilişkisini farklılaştırmaktadır. Psikolojik danışman uzmanlaştırma programları, danışmanların kariyer uyumu için onların öznel mutluluk ve etkili psikolojik danışman niteliklerini içermesi gerekmektedir.

100-138 nolu Etik Kurul Onayı ile uygun bulunmuştur.

¹ Asist. Prof. Dr., Cyprus International University, Faculty of Education, sozbiler@ciu.edu.tr, ORCID:0000-0002-3405-3077.

² Counselor, Cyprus International University, Institute of Graduate Studies and Research, ilkerardic1@gmail.com, ORCID:0000-0002-1854-4175

³ Assoc. Prof. Dr., Marmara University, Faculty of Education, dummet@marmara.edu.tr, ORCID: 0000-0002-8318-9026

Alıntılanmak için/Cite as: Özbiler, Ş., Ardiç, İ., Ümmet, D. (2022), How The Interaction Between Subjective Happiness and Effective Counselor Characteristics Moderate Career Adaptability?, Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 31 (1), 242-254.

INTRODUCTION

The global effects of the coronavirus (COVID-19) pandemic have set new challenges in everybody’s career life. Not only for global COVID-19 pandemic crisis, but also because of the career identity conflicts of counselors (King & Strech, 2013; Özyürek, 2019), they are facing more difficulties in their career adaptability. Therefore, it is important to take into account the career adaptability of the counselors. Career Construction Theory (Savickas, 2013) conceptualizes human development as an adaptation process in the integration of the environment and the goals of individuals. In the view of the Career Construction Theory, career adaptability is the central concept and it is defined as an individual’s resources for self-regulation, coping with complex, ill-defined problems and transactions in their career life (Savickas & Porfeli, 2012). Career adaptability is measured in terms of adaptability competencies. Additionally, career worry, career interest, career control, and career confidence are examples of adaptability competencies (Kara, Eryılmaz & Çubukçu 2020). Counselors should be able to show the skills that required for vocational identity (Eryılmaz & Mutlu, 2013). Counselors' competence skills are important aspect of their vocational identification experience field skill (Eryılmaz & Mutlu-Süral, 2014). A recent study result maintained the career adaptability model for psychological counselors, which is the link between the career adaptability and counselor skills, completely mediates professional calling as one of the influence variables of career adaptability (Kara & Eryılmaz, 2021). In this study, we focused on the career construction model of adaptation assumptions (see Savickas, 2013). In the consequences of this model, the results of the adaptation are related to the achievement of success, satisfaction, and well-being. This model provides a framework for subjective happiness could be conceptualized as a potential antecedent of career adaptability. Thus, by considering the career construction model of adaptation, in the current study, we focused on how the association between subjective happiness and the effective counselor characteristics, which are the core elements of the counseling process, moderates career adaptability. In the conceptual framework (see figure 1), researchers assumed subjective happiness and effective counselor characteristics directly impact on career adaptability (see Figure 1, b_1 and b_2). With this model, the interaction between subjective happiness and effective counselor characteristics how to moderate career adaptability was tested.

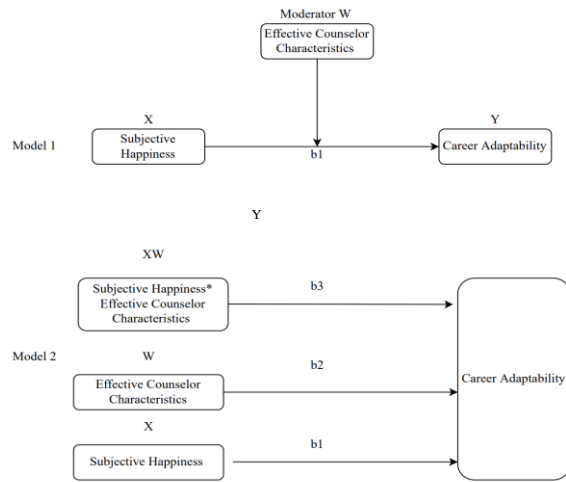


Figure 1. Conceptual and Statistical Models of Moderating Effect of Effective Counselor Characteristics on The Relationship Between Subjective Happiness and Career Adaptability.

LITRATURE REVIEW

Subjective Happiness Directly Impact on Career Adaptability

The hedonic view of subjective well-being is usually known as happiness which includes the balance of positive and negative emotions and life satisfaction (Diener, 2000; Schimmack, 2008). In the current study, subjective well-being was operationalized as subjective happiness. The impact of happiness on career

adaptability is well documented. Researchers, (e.g., Öztemel & Yıldız-Akyol, 2021; Eryılmaz & Kara, 2019, Rego & Cunha, 2008; Sattar, Rasheed, Khan, Tariq & Iqbal, 2017; Quick & Quick, 2004) have proposed that employers with a high level of happiness are more career adaptive. Additionally, happiness encouraged employees to better perform at work (Fisher, 2010). Similarly, happiness develops as a result of positive work-related affects (Kruger, 2014). In contrast, people who are unhappy can reduce productivity and adaptability in workplaces (Fereidouni, Najdi, & Amiri, 2013; Wesarat, Sharif, & Majid, 2015). Similar to previous studies, researchers expected that subjective happiness would positively predicts the career adaptability of counselors (see Figure 1, path b1). Therefore, it is hypothesized that,

Hypothesis 1 (H₁): The subjective happiness would positively predict career adaptability of counselors.

Effective Counselor Characteristics Directly Impact on Career Adaptability

In this study, in order to explore the role of individual characteristics in predicting counselors' career adaptability, we focused on effective counselor characteristics. Effective counselors described as those who can provide a balance between interpersonal and technical competencies (Carkhuff, 2011; Cormier, Nurius, & Osborn, 2009). In order to adapt to their career life, counselors should know helping skills, principles and methods of counseling, theoretical knowledge, and be able to manage sessions (Lent, Hill, & Hoffman, 2003). Additionally, effective counselor characteristics consist of intellectual competence, energy, flexibility, support, goodwill, and self-awareness (İkiz & Totan, 2014). Also, Eryılmaz and Bek (2019) defined fifteen characteristics of effective psychological counselor which are called connecting to a client; conducting the process scientifically; creating the therapeutic conditions, using skills; being supportive; changing client's vision, inserts positive personality characteristics to process; keep motivation at a high level; emotionally comfortable; have an impressive tone of voice; relaxing, taking a close look; listening effectively; finding the cause of the problem; carrying a client through results; solving problem. According to the findings of the study, effective counselor characteristics are positively associated with career adaptability. To illustrate, Savickas (2002) provided that career adaptability is one's attitudes, behaviours, confidence, problem solving, decision making, planning, and being playful. These concerns are essential in counseling sessions. Furthermore, Korkurt, (2005), and Uslu & Arı, (2005) argued that communication skills help counselors to adapt to new careers. Bocciardi *et al.* (2016) claimed that the competence has become a virtual relevant factor to career adaptability. In addition, previous studies' results showed that career adaptability is positively associated with core self-evaluations, including self-esteem (Van Vianen *et al.*, 2012), and tenacious goal pursuit (Tolentino *et al.*, 2013). As a result of the literature, researchers in the current study proposed the effective counselor characteristic to be positively related to career adaptability (See Figure 1, path b2).

Therefore, we theorize that

Hypothesis 2 (H₂): Effective counselor characteristics would predict the career adaptability of counselors.

The Interaction Between the Effective Counselor Characteristics and Subjective Happiness Moderate on Career Adaptability

The relationship between effective counsellor characteristics dimensions and subjective happiness has received some attention, but previous literature has rarely studied it in the counsellor population. Therefore, studies showed a relationship between effective counselor characteristics dimensions and happiness for the sample of adults. Indeed, He & Kim (2013) and González Gutiérrez, et al., (2005) revealed that personality traits (e.g., emotional stability) are positively related to happiness and life satisfaction. A more recent study (Callea, Rosa, Ferri, Lipari & Costanzi, 2019) of 216 Italian participants reported that intelligent meditate happiness and flourishing. Further, it is known that happiness can improve energy (Gailliot, 2012). Also, social support plays an important role in happiness (Moeini, Barati, Farhadian, & Ara, 2020). Thus far, the importance of psychological flexibility for happiness has also been mentioned in literature (Kashdan, & Rottenberg, 2010). However, how the counselor characteristics in their session process effects on their subjective happiness is absent. To our knowledge, no study has been conducted to date among counselor Turkish speaking population to examine the association between effective counselor characteristics and their subject happiness. Then, this evidence can fill the existing knowledge gap on the two variables examined by this current study (see Figure 1, path b3). Thus, we generated the third hypothesis as a,

Hypothesis 3 (H₃): The interaction between the effective counselor characteristics and subjective happiness moderate on career adaptability.

METHOD

Design of the Study

Participants and Recruitments

A total of 448 counselors were included in this study [259 women and 189 men ($Mean= 1.42$, ($SD=.49$)]. The online survey was restricted to (1.) Participants who graduated from a counseling bachelor program and (2.) serve counseling at least one institution. Firstly, participants were recruited via convenience sampling across different parts of North Cyprus and Turkey and completed the online survey. Counselors were invited to participate in the study through advertisements on different social media tools. Ads are created on different media tools with 2 key features: a caption of the study and an ad copy containing a link to the survey website. Ads were shown on media users' newsfeeds. Participants were recruited during 27 consecutive days between December 2020 and January 2021. No reward was offered. A total of 600 counselors responded to the online survey, but 152 participants were excluded from the study because they didn't complete 70% of the questionnaire package and randomly respond to the control questions. The majority of participants reported 86.6% ($n: 388$) have bachelor's degree of counseling, 12.3 %, ($n: 55$) masters' degrees and 5 of them (%1.1) have doctoral degree from any subfield of counseling. Table 1 illustrates detailed demographical information of the participants.

Table 1. Demographics of Participants (N=448)

Age	n	%	\bar{X}	SD
From 21 to 24	89	19.9	2.33	1.153
From 25 to 29	25	48.8		
From 30 to 34	94	21.0		
From 35 to 39	20	4.5		
From 40 to 44	18	4.0		
From 45 to 49	9	2.0		
50 and above	3	0.7		
Work Place	n	%	\bar{X}	SD
Psychological Counseling Research Centers	25	5.6	4.61	.09
Ministry of Family and Social Services	15	3.3		
Schools (Both State and Private)*				
a. Kindergarten	10	2.2		
b. Primary	77	17.2		
c. Secondary	103	23		
d. High School	152	33.9		
e. University	7	1.6		
Turkish Armed Forces	13	2.9		
Special Education Center	20	4.5		
Private Counseling Service Centers	25	5.6		
Health Service Centers	1	.2		
Professional Seniority Level	n	%	\bar{X}	SD
Between 1 and 5 years	277	61.8	1.55	.804
Between 6 and 10 years	108	24.1		
Between 11 and 20 years	50	11.2		
21 years and above	13	2.9		
Attending conferences/seminars/workshops for professional development in a year**	n	%	\bar{X}	SD
Yes	435	97.1	1.03	.168
No	13	2.9		

Working During COVID-19 Pandemic***	n	%	\bar{X}	SD
Yes	331	73.9	1.26	.440
No	117	26.1		
Total	448	100		

SD: Standard Deviation, Note 1. * Counselors who are working at schools, their work place did not separate as a state and a private. Note 2.

** Attending conferences /seminars /workshops for professional development in a year restricted as a at least one time in a year. Note 3. ***

Working during COVID-19 pandemic process was defined as the first wave of pandemic in Turkey and North Cyprus from March 2020 to December 2020 on online survey.

Ethical Statement

All procedures are performed in accordance with the ethical standards of the first authors' affiliation's Scientific Research Publication and Ethics Committee with the reference number 100-138 and with the 1964 Helsinki declaration and its later amendments or comparable ethical standards.

Data Collections Tools

Effective Counselor Characteristics Assessment Scale (ECCAS).

Effective counselor characteristics of participants were measured by the ECCAS. The ECCAS was developed by İkiş and Totan (2014) in the Turkish language, consists of 26-items, and scored on a 5-likert scale from 1 (Doesn't describe me.) to 5 (Quite describe me.). Six effective counselor characteristics were measured by intellectual competence, (A sample item is: "I have knowledge about counseling theories. "), flexibility, (A sample item is: "I don't use a single theory all my clients. "), energy, (A sample item is: "Even if I'm busy, I feel energetic. "), support (A sample item is: "I support clients in making their own choices. "), goodwill (A sample item is: "I love being a counselor. ") and self-awareness (A sample item is: "I'm aware of boundaries that distribute effective counseling process. "). The higher score was related to the higher performance and effectiveness of the counselor in therapeutic relationships. Internal consistency coefficients were for intellectual competence was $\alpha = .80$, for energy was $\alpha = .73$, for flexibility was $\alpha = .70$, for support was $\alpha = .78$, for good will was $\alpha = .63$, for self-awareness was $\alpha = .79$ and the total scale was $\alpha = .90$ in previous study (İkiş & Totan, 2014). In the present study, the total scale was $\alpha = .93$ respectively.

Subjective Happiness Scale (SHS).

Subjective happiness was measured by SHS. The English version of the SHS was developed by Lyubomirsky and Lepper (1999), and Turkish adaptation was done by Akin and Satici (2011). The SHS is a 4-item scale, measure of global happiness. The response format is a 7-point Likert scale. In two items, participants answered with their feelings that best characterize them. (A sample item is: "Compared to most of my peers, I consider myself.") ask respondents to characterize themselves using both absolute ratings and ratings relative to peers, whereas the other two items (A sample item is: "In general, I consider myself. ") offer brief descriptions of happy and unhappy individuals and ask respondents the extent to which each characterization describes them (Lyubomirsky & Lepper, 1999). A higher score reflecting higher happiness. Lyubomirsky and Lepper, (1999) reported internal consistency was $\alpha = .79$ for adult community sample. In the Turkish version of the scale Cronbach was $\alpha = .86$ (Akin & Satici, 2011). In the current study was $\alpha = .48$.

Career Adapt-Ability Scale (CAAS).

The career adaptability of participants was examined by CAAS-Turkish Form. The English version of CAAS-International Form was developed by Savickas & Porfeli, 2012. The CAAS is a 5-point Likert (1=Not strong-5= strongest) which has 24 items divided into the four subscales: concern, (A sample is: "Planning how to achieve my goals. ") control, (A sample item is: "Making decision by myself."), curiosity (A sample item is: "Becoming curious about myself.") and confidence (A sample item is: "Overcoming obstacles."). Savickas and Porfeli, (2012) stated internal consistency of the CAAS- International Form was for concern $\alpha = .83$, for control was $\alpha = .74$, for curiosity was $\alpha = .79$, for confidence $\alpha = .85$ and the total scale was $\alpha = .92$. Turkish adaptation of the CAAS was done by Büyükgöze- Kavas, (2014). The reliability of the CAAS- Turkish form was $\alpha = .91$. The current study's internal consistency of the CAAS was $\alpha = .84$ for all items.

Demographics

A background questionnaire in Turkish was constructed by both researchers for this study. It included socio-demographic items for counselor’s age, gender, as well as structured questions about their career development and work status (whether employed during the COVID-19 pandemic).

Data Analysis

In order to test our hypotheses, the SPSS PROCESS macro (Hayes, 2013) was used. The skewness, and kurtosis, of variables were first investigated. Skewness and kurtosis values ranged from -0.92 to -0.41 and -0.76 to 0.40, respectively, and were smaller than the specified criteria (Kline, 2016).

RESEARCH FINDINGS

Preliminary Analyses.

To test relationship between X (Subjective happiness), Y (Career adaptability), W (Effective Counselor characteristics) variables, we run product-moment correlation coefficients analyses. As is shown Table 2, subjective happiness was positively corelated with career adaptability ($r = .36, p < .001$). Therefore, it can be concluded that as subjective happiness of counselor increased, their career adaptability levels also increased. In addition, increased subjective happiness was positively was associated with the effective counselor characteristics ($r = .28, p < .001$). We also found that increased effective counselor characteristics were associated with career adaptability ($r = .78, p < .001$). Hence, participants of the current study who perceived high level of subjective happiness that was related with increased career adaptability and effective counselor characteristics. Increased effective counselor characteristics were related with career adaptability in their life.

Table 2. Mean, Standard Deviation, Correlation Coefficients Analysis of, Subjective Happiness, Career Adaptability and Effective Counselor Characteristics (N:448)

Variables	\bar{X}	SD	1	2	3
1. Subjective Happiness	4.35	.76	1	.36**	.28**
2. Career Adaptability	4.22	.45		1	.76**
3. ECC	4.17	.45			1

SD: Standard Deviation, Note. ECC= Effective Counselor Characteristics, ** $p \leq .01$,

Model with Moderating Variable ‘W’ as Effective Counselor Characteristics X Subjective Happiness

In order to test hypotheses of current study, the variable M (Effective counselor characteristics) measured on continuous scale of 1 to 5 was used to moderate the effect of the variable X (subjective happiness) on the Y (career adaptability). The PROCESS Macro (Hyles, 2012) was used to test this relationship. Table 3 shows the output of the PROCESS Macro for the simple moderation model. As we expected, the term of the integration (Subjective happiness * Effective counselor characteristics) is significant ($p < 0.01$) which shows that there is moderation. The overall model explained 61 % of the total variance in career adaptability [$F = 240.5072; p < .001; R^2 = .6191$]. Table 4 displays bootstrap results for linear regression model parameter. Also, Figure 2 illustrates the simple statistical model of moderation with unstandardized coefficients with standard errors.

Table 3. Moderating Role of Effective Counselor Characteristics in Relationship between Subjective Happiness and Career Adaptability (N:448)

Model	Coeff.	SE	t	P	LLCI	ULCI
Constant	4.2337	.0138	.305.8540	.000***	4.2065	4.2609
Subjective Happiness	.0648	.0142	4.5694	.000***	.0369	.0927
ECC	.3331	.0140	23.7373	.000***	.3055	.3607
Subjective Happiness* ECC Interaction	.0334	.0118	2.8245	.004**	.0566	.0102

Note. Coeff. = Unstandardized coefficients, SE= Standard Errors, ECC= Effective Counselor Characteristics, *** $p \leq .01$, ** $p \leq .05$

Table 4. Bootstrap Results for Linear Regression Model Parameter (N:448)

Model	Coeff.	Boot Mean	BootSE	BootLLCI	BootULCI
Constant	4.2337	4.2333	.0144	4.2051	4.2616
Subjective Happiness	.08520	.08477	.0134	.0337	.0905
ECC	.73446	.73607	.0169	.3012	.3679
Subjective Happiness * ECC	.09676	.09252	.0119	.0548	.0088

Note. Coeff. = Unstandardized coefficients, SE= Standard Errors, ECC= Effective Counselor Characteristics

We also employed path analysis which was using a parametric bootstrap method to test Hypothesis 3 “The interaction between the effective counselor characteristics and subjective happiness moderate on career adaptability.” After introducing effective counsellor characteristics into total effect moderation model of career adaptability, the results revealed that the total effects of subjective happiness on career adaptability was lower in absolute value when the counsellors had effective counselling characteristics, their effectiveness was better than when they did not have effective counselling characteristics. The path analysis results also indicated that in a total effect of the effective subjective happiness on career adaptability at conditional values of effective career characteristics (1 standard deviation above and below the mean) and Hypothesis 3 was supported.

Table 5. The Path Analyses on the Model of Effective Counselor Characteristics (N=448)

Effect Specifications	Estimate	SE	p	CI
Total effect when EEC at +1 SD	.0685	.0430	.000***	.0805 - .2021
Total effect when EEC at -1 SD	.2141	.0372	.000***	.1409- .2873

Note. Coeff. = Unstandardized coefficients, SE= Standard Errors, ECC= Effective Counselor Characteristics, Moderator value(s) defining Johnson-Neyman significance region(s): Value=8500 % below= 79.2411 % above= 20.7589

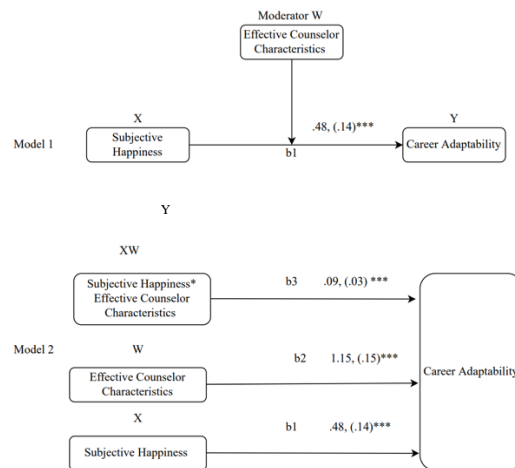


Figure 2. Conceptual and Statistical Models of Moderating Effect of Effective Counselor Characteristics on The Relationship Between Subjective Happiness and Career Adaptability. Note. Unstandardized coefficients were presented (with standard errors in brackets). ***p < .001.

DISCUSSION

Our study was carried out using the basic assumptions of Savickas' Career Construction Theory to understand the career adaptability of counselors. According to the findings of our study, there is a positive significant correlation between the career adaptability and subjective happiness (independent variable) and effective counselor characteristics (moderator variable). Besides, subjective happiness and effective counselor characteristics positively predict the career adaptability of counselors for this study. The first result of our study revealed that if subjective happiness increased for counselors, so their career adaptability level of in their career also increased. This result of our study corresponds with Eryılmaz and Kara's (2019) research, which displayed that the teachers' subjective well-being and career adaptability were positively correlated. Like this explanation, Ramos and Lopez's (2018) study also showed that the career adapt-ability and career interest were significantly associated with subjective well-being. Additionally, the results of the study conducted by Katherine and Frederick (2018) that the subjective well-being significantly associated with the career adaptability. Furthermore, Santilli, Nota, Ginevra, and Soresi (2014) claimed that one of the cognitive dimensions of subjective well-being, life satisfaction, is strongly linked to career flexibility in employed adults. The literature review indicated that regardless of their occupation, individuals with a high level of the subjective well-being are likely to earn more money than others (Diener, Nickerson, Lucas & Sandvik, 2002) and more likely be satisfied in their jobs (Lyubomirsky, King & Diener, 2005). To sum up, subjective well-being (subjective happiness), which is one of the core concepts of positive psychology, influences career adaptability supported by literature. These individuals are more insistent on managing their careers, and the resilience characteristics of these individuals positively affect their career adjustment. (Rudolph, Lavigne & Zacher, 2017; Tolentino, et al. 2014). Moreover, the relationship between career adaptability and resilience, which is a concept so closely related to subjective happiness, is remarkable. Individuals with a high level of resilience are determined to overcome the difficulties they encounter in the career process. These individuals are more insistent on managing their careers, and the resilience characteristics of them were positively affect their career adjustment (Bimrose & Hearne, 2012). The participants of this study mainly consist of individuals in the young adulthood period. Although there are certain social variations between the young and middle adulthood, the individual's work, career formation, and career adaptability are among the developmental responsibilities in both times (Arnett, 2015). Career adaptation is a psychological framework that comprises resources for coping with career changes and traumas, and it is an essential responsibility of this developmental phase. As a result, a key element in career adjustment is an individual's well-being (Savickas & Porfeli, 2012). These explanations supported that the subjective happiness can increase career adaptability, in order words people with a high level of subjective happiness associated with a high level of career adaptability as we hypothesized in our study.

One of our findings also showed that the effective psychological counselor characteristics were positively associated with career adaptability. This relationship can be explained by Career Construction Theory assumptions. According to this theory (Savickas, 2012) career adaptation consists of the two-way interactions between the self-perception and the expectation career from society across to the life. Also, this theory highlights the links between the perception of career identity and career adaptability (Savickas & Porfeli, 2012). This means that people who see themselves as a component of their profession have higher career expectations, which increases their career adaptability. Also, this theory is based on how individuals construct and manage their career adaptability (Savickas, 2013). Based on this view when the individual perceives himself/herself as competent in the activities, he/she carries out in his/her career life, also increases their career adaptability. Therefore, our findings with the relationships between the effective psychological characteristics and career adaptability of counselors is an expected result. This result is confirmed by the findings of other studies which have indicated that effective psychological characteristics positively related with the career adaptability (Kalay-Usta & Deniz, 2019). Additionally, cognitive flexibility which is one of the dimensions of effective psychological counselor characteristics is positively associated with career adaptability (Chong & Leong, 2017). Important career theorists, Lent and Brown (2006) characterize self-efficacy and career development as being inextricably linked. They claim that individuals who have strong self-efficacy in their studies have less career hesitation, make more correct job choices, and alter their careers more effectively. According to Bandura (1997) individuals with strong and poor self-efficacy may be distinguished by examining how long it takes them to recover from failure. Therefore, individuals with low self-efficacy recover more rapidly from failure in their career, take action again, and change more swiftly than those with strong self-efficacy. These findings indicated that our hypothesis 2 (H_2 : *Effective counselor characteristics would predict career adaptability of counselor.*) is supported by literature.

The last hypothesis of our study was that Hypothesis 3 (H_3): *The interaction between the effective counselor characteristics and subjective happiness moderate on career adaptability* also accepted. According to this finding, subjective happiness and effective counselor characteristics impact on the career adaptability of counselor, in contrast as we can see in Figure 2, the interaction between the effective counselor characteristics (W) and subjective happiness (X) have greater impacts on the career adaptability (Y) and the effective counselor characteristics (W) moderate the relationship between the subjective happiness and career adaptability. In the light of the literature review, this finding can be explained as a greater subjective well-being (subjective happiness) of counselor associated with greater the career adaptability in their career life. Also, if they have effective psychological counseling, these characteristics impact on their subjective happiness. Therefore, the interactions between these two variables have greater impacts on their career adaptation. In other words, if individuals experience positive affects (happiness, joy, satisfaction, gratitude, hope *and etc.*) in their life, they have effective psychological characteristics (flexible, confident *end etc.*) so, they more easily adapt in their career activities. The outcomes of this study should assist counselor educators better educate students to become successful counselors by shedding light on the knowledge of counselors' career adaptability. This model will also be beneficial to career counselors who operate in this field. Based on these findings, subjective well-being awareness activities for candidates in relevant courses such as career counseling, individual counseling, and so on may be undertaken in psychological counselor training. When individuals begin or continue their career life, this insight can help them recognize their subjective well-being sources and enhance their career adaptability. Furthermore, enhancing psychological counselors' effective psychological counseling qualifications in psychological counselor training and in-service training in the field would improve their career adaption. This current study was carried out with counselors. Therefore, we may suppose that if counselors are happier and have better happiness in their professional life, they would adjust more easily to their careers.

CONCLUSION

Based on the current study results, we aspire that our findings will be followed with the career counselors and practitioners who are trying to improve career adaptability and subjective well-being of counselors. Career counselors might use our findings to guide students who are studying counseling, in their career adaptability. According to our findings subjective well-being (happiness) seemed to be essential for career adaptability. As a result, in order to contribute to career adaptability, career counselors should incorporate subjective well-being training into their career guidance. With this current study results we underline, the importance of the subjective happiness and effective career counselor characteristics for career adaptability. This outcome demonstrated that the counselor education curriculums should be considered the activities to improve effective career counselor characteristics as well as their well-being. It seems clear that the counselors with higher score of the subjective happiness and effective counselors' characteristics associated higher career adaptability. Thus, all counselor education programs should not ignore these two variables, in order to provide the career adaptability of counselor in their future professional life. A limitation is that the results could not be compared with other professions that did not participate in our study. Given that, it is possible to conduct different health professional samples (such as; nurses, doctors, psychiatrists, and psychologist). Another limitation is that the current study was carried out with quantitative data. In further research, in order to provide qualitative data, researchers might focus on interview with the counselors. To sum up, as we can see in Figure 2, our all hypotheses have been supported. The current results demonstrated that the counselors who participated in this study have positive emotions and they have effective psychological counseling characteristics in their professional life. When these two variables interacted together, counselors were more easily adapted in their career life.

REFERENCES

- Akın, A. & Satıcı, SA (2011). Öznel Mutluluk Ölçeği: Geçerlik ve güvenilirlik çalışması [The Subjective Happiness Scale: Validity and reliability study]. *Sakarya Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 21, 65–77.
- Arnett, JJ (2015). *Emerging adulthood: The winding road from the late teens through the twenties*. Oxford University Press.
- Bandura A. (1997) *Self-efficacy: The exercise of control*. New York Freeman.

- Bimrose, J., & Hearne, L. (2012). Resilience and career adaptability: Qualitative studies of adult career counseling. *Journal of Vocational Behavior*, 81(3), 338–344.
- Bocciardi, F., Caputo, A., Fregonese, C., Langher, V., & Sartori, R. (2017). Career adaptability as a strategic competence for career development. An exploratory study of its key predictors. *European Journal of Training and Development*, 41(1), 67–82 <http://dx.doi.org/10.1108/EJTD-07-2016-0049>
- Büyükgöze-Kavas, A. (2014). Validation of the Career Adapt-Abilities Scale-Turkish form and its relation to hope and optimism. *Australian Journal of Career Development*, 23(3), 125–132. <https://doi.org/10.1177/1038416214531931>.
- Carkhuff, R. (2011). *The Art of helping*. HPD Press.
- Chong, SH & Leong, FTL (2017). Antecedents of career adaptability in strategic career management. *Journal of Career Assessment*, 25(2), 268-280.
- Cormier, S., Nurius, PS, & Osborn, CJ (2009). *Interviewing and change strategies for helpers*. USA: Brooks/Cole, Cengage Learning.
- Cormier, WH & Cormier, LS (1991). *Interviewing strategies for helpers*. Pacific Grove, California: Brooks/Cole Publishing Company.
- Diener, E. (2000). Subjective well-being: The science of happiness and a proposal for a national index. *American Psychologist*, 55(1), 34–43. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.55.1.34>
- Edwards, JR, & Lambert, LS (2007). Methods for integrating moderation and mediation: A general analytical framework using moderated path analysis. *Psychological Methods*, 12, 1–22. <http://doi.org/bxvf4h>
- Eryılmaz, A. & Kara, A. (2018). Öğretmen adayları için bir kariyer uyumluluk modeli. [A career adaptability model for teachers' candidates] *Erzincan Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 20(2), 352–365.
- Eryılmaz, A., & Kara, A. (2019). Öğretmenlerin öznel iyi oluşlarıyla kariyer uyumlulukları arasında amaçlar için mücadele etmenin aracı rolü. [The mediator role of goal striving between teachers' career adaptability and subjective well-being] *Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi*, 9(52), 1–21.
- Eryılmaz, A. & Mutlu, T. (2013). *Development of perceived self- efficacy in counseling competencies scale*. International Symposium on Changes and New Trends in Education.
- Eryılmaz, A. & Mutlu-Süral, T. (2014). *Kuramdan uygulamaya bireyle psikolojik danışma [Individual counseling from theory to practice]*. Anı Yayıncılık.
- Fereidouni, GH, & Youhanna-Najdi, Y. & Amiri, RE (2013). Do governance factors matter for happiness in the MENA region?, *International Journal of Social Economics*, 40(12),1028–1040.
- Fisher, DC (2010). Happiness at work. *International Journal of Management Reviews*, 12, 384–412. doi: 10.1111/j.1468-2370.2009.00270.x
- Gallilot, TM (2012). Happiness as surplus or freely available energy. *Scientific Research*, 3(9), 702–712 <http://dx.doi.org/10.4236/psych.2012.39107>.
- González Gutiérrez JL., Moreno-Jimenez, B., Garraso-Herna'ndez, E. & Penacoba-Puente, C. (2005). Personality and subjective well-being: Big five correlates and demographic variables. *Personality and Individual Differences*, 38(7), 1561–1569. doi:10.1016/j.paid.2004.09.015

- Ha, SE, & Kim S. (2013). Personality and subjective well-being: Evidence from South Korea. *Social Indicators Research, 111*(1), 341–359. 10.1007/s11205-012-0009-9
- İkiz, E., & Totan, T. (2014). Etkili psikolojik danışman niteliklerinin değerlendirilmesine ilişkin ölçek geliştirme çalışması [The scale development study on evaluation of Effective Counselor Characteristic]. *Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi, 5*(42), 269–279.
- Kalay-Usta., T., & Deniz. ME (2019). Psikolojik danışmanların ruh sağlığı sürekliliğinin yordanması: Etkili psikolojik danışman nitelikleri ve kariyer uyumluluğunu rolü. *Kariyer Psikolojik Danışma Dergisi, 2*(2), 215–237.
- Kara, A. & Eryılmaz, A. (2021). A career adaptability model for psychological counselors. *International Journal of Progressive Education, 17*(6), 32–53. doi: 10.29329/ijpe.2021.382.3
- Kara, A., Eryılmaz, A., & Çubukçu, Z. (2020). A postmodern orientation in career counselling: Career adaptability. *Osmangazi Journal of Educational Research, 7*(2), 105–121.
- Kashdan, TB, & Rottenberg, J. (2010). Psychological flexibility as a fundamental aspect of health. *Clinical Psychology Review, 30*(7), 865–878. <https://doi.org/10.1016/j.cpr.2010.03.001>
- Katherine, R. & Frederick. L. (2018). Attachment security and career adaptability as predictors of subjective well-being among career transitioners. *Journal of Vocational Behavior. Pub.D.*, doi: 10.1016/j.jvb.2017.10.004
- King, JH, & Stretch, LS (2013). A critical analysis of counseling's professional identity crisis. Ideas and Research You Can Use: VISTAS 2013. Retrieved on 21 September 2021 from http://www.counselingoutfitters.com/vistas/vistas13/Article_8.pdf.
- Kline, RB (2016). *Principles and practice of structural equation modeling* (4th ed.). Guilford Press.
- Korkut, F. (2005). Yetişkinlere yönelik iletişim becerileri eğitimi [Communication skills education for adults]. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 28*(28), 143–149.
- Larson, LM & Daniels, JA (1998). Review of the counseling self-efficacy literature. *The Counseling Psychologist, 26*(2), 179–218.
- Lent, RW & Brown, SD (2006). On conceptualizing and assessing social cognitive constructs in career research: A measurement guide. *Journal of Career Assess, 14*, 12–35.
- Lent, RW, Hill, CE, & Hoffman, MA (2003). Development and validation of the counselor activity self-efficacy scales. *Journal of Counseling Psychology, 50*, 97–108.
- Lyubomirsky, S., & Lepper, H. (1999). A measure of subjective happiness: Preliminary reliability and construct validation. *Social Indicators Research, 46*, 137–155.
- Mei, M., Yang, F. & Tang, M. (2021). Does practice enhance adaptability? The role of personality trait, supervisor behavior, and career development training. *Frontiers in Psychology, 11*:594–791. doi: 10.3389/fpsyg.2020.594791
- Moeini, B., Barati, M., Farhadian, M., & Heydari-Ara, M. (2020). The effectiveness of an educational intervention to enhance happiness in Iranian older people: Applying social support theory. *Australasian Journal on Ageing, 39*(1), e86–e93. <https://doi.org/10.1111/ajag.12702>
- Okun, BF (1997). *Effective helping. Interviewing and counseling techniques.* (5. Press). Belmont, CA: Brooks/Cole Publishing Company.

- Öztemel, K. & Yıldız Akyol, E. (2021). The Predictive role of happiness, social support, and future time orientation in career adaptability. *Journal of Career Development*, 48(3),199–212. <https://doi.org/10.1177/0894845319840437>
- Özyürek, R. (2019). Psikolojik danışman eğitimi ve mesleğin profesyonel kimlik gelişimi için gereksinim duyulan yasa ve yönetmelik düzenlemeleri [Counselor education and professional identity development for the profession required laws and regulations], *Turkish Psychological Counseling and Guidance Journal*, 9(54). Retrieved on 21 September 2021 from <https://turkpsdrdergisi.com/index.php/pdr/article/view/770>
- Quick, JC, & Quick, JD (2004). Health, happy, productive work: A leadership challenge. *Organizational Dynamics*, 33(4), 329–337. doi: 10.1016/j.orgdyn.2004.09.001.
- Ramos, K., & Lopez, FG (2018). Attachment security and career adaptability as predictors of subjective well-being among career transitioners. *Journal of Vocational Behavior*, 104, 72–85.
- Rudolph, CW, Lavigne, KN, & Zacher, H. (2017). Career adaptability: A meta-analysis of relationships with measures of adaptivity, adapting responses, and adaptation results. *Journal of Vocational Behavior*, 98, 17–34.
- Santilli, S., Nota, L., Ginevra, MC, & Soresi, S. (2014). Career adaptability, hope and life satisfaction in workers with intellectual disability. *Journal of Vocational Behavior*, 85(1), 67–74.
- Sattar, AM, Rasheed, IM, Khan, UI, Tariq, H. & Iqbal, J. (2017). Why adaptable individuals perform better: The role of orientation to happiness. *Australian Journal of Career Development*, 26(3) 134–141. <https://doi.org/10.1177/1038416217724516>.
- Savickas, ML (2012). Life design: A paradigm for career intervention in the 21st century. *Journal of Counseling and Development*, 90, 13–19.
- Savickas, ML (2013). The 2012 eona Tyler award address: Constructing careers actors, agents, and authors. *The Counseling Psychologist*, 41(4), 648–662.
- Savickas, ML & Porfeli, EJ (2012). Career Adapt-Abilities Scale: Construction, reliability, and measurement equivalence across 13 countries. *Journal of Vocational Behavior*, 80(3), 661–673. <https://doi.org/10.1016/j.jvb.2012.01.011>
- Schimmack, U. (2008). The structure of subjective well-being. In Eid, M. & Larsen, R.J. (eds), *The Science of Subjective Well-being*. New York: The Guilford Press, 97–123.
- Shertzer, B. & S. C. Stone. (1980). *Fundamentals of counseling*. Houghton-Mifflin.
- Tolentino, LR, Garcia, PRJM, Restubog, SLD, Bordia, P. & Tang, RL (2013), Validation of the career adaptabilities scale and an examination of a model of career adaptation in the Philippine context, *Journal of Vocational Behaviour*, 83(3), 410– 418, doi: 10.1016/j.jvb.2013.06.013.
- Tolentino, LR, Sedoglavich, V., Lu, VN, Garcia, PRJM, & Restubog, SLD (2014). The role of career adaptability in predicting entrepreneurial intentions: A moderated mediation model. *Journal of Vocational Behavior*, 85(3), 403–412.
- Uslu, M. & Arı, R. (2005). Psikolojik danışmanların danışma becerisi düzeylerinin incelenmesi [An investigating the counselling skills of the counsellors]. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 14, 509–519.

Van Vianen, AEM, Klehe, UC, Koen, J. & Dries, N. (2012), Career adaptabilities scale – Netherland's form: Psychometric properties and relationships to ability, personality, and regulatory focus, *Journal of Vocational Behaviour*, 80, 716–724.

Wesarat, P., Sharif MY, & Majid, AHA (2015). A conceptual framework of happiness at the workplace. *Asian Social Science*, 11(2), 78–88. doi: 10.5539/ass.v11n2p7

Author Contribution Rate

The first author contributed 40 % to the introduction, data analysis-interpretation, drafting the manuscript and critically revising it for important intellectual content; the second author contributed 30% to the study's conception and design, method, and data collection; and the third author contributed 30% to the study's discussion and conclusion. The final manuscript was reviewed and approved by all authors.

Ethical Statement

All procedures are performed in accordance with the ethical standards of the first authors' affiliation's Scientific Research Publication and Ethics Committee with the reference number 100-138 and with the 1964 Helsinki declaration and its later amendments or comparable ethical standards.

FLÜTTE TON GELİŞİMİNE YÖNELİK OLARAK PNEUMO PRO MATERYALİNİN İNCELENMESİ

Ceren HEPYÜCEL¹

Makale Bilgisi

Kavramsal Makale

DOI: 10.35379/cusosbil.1079200

Makale Geçmişi:

Geliş 25.02.2022

Düzeltilme 28.03.2022

Kabul 26.04.2022

Anahtar Kelimeler:

Pneumo Pro,

Flüt Tonu,

Hava Kolonu.

ÖZ

Birçok flüt eğitmeni ve virtüozunun ortak görüşü, kaliteli bir flüt tonunun iyi bir tekniğin temelini oluşturduğu ve müzikal ifadeyi olumlu yönde etkilediği yönündedir. Konu ile ilgili farklı kaynaklar incelendiğinde, flüt eğitiminin ilk yıllarında, iyi bir duruş ve tutuş pozisyonu ile esnek bir dudak pozisyonu vasıtasıyla havayı doğru noktaya yönlendirerek ton geliştirme üzerinde durulduğu görülmektedir. Bu çalışmada, eğitim materyali Pneumo Pro'nun flütte ton geliştirmeye yönelik olarak kullanımı incelenmiştir. Çalışmanın literatür taraması aşamasında, flüt eğitimi ile ilgili dokümanların incelemesi yoluyla ton üretimini etkileyen faktörlerin neler olduğu saptanmıştır. Bu faktörler, Hava Kolonu Oluşturma, Esnek Dudak Pozisyonu, Doğru Tutuş Başlıkları ile belirlenmiş ve açıklanmıştır. Bulgular kısmında, Pneumo Pro adlı eğitim materyalinin fiziki yapısı ve ton geliştirmeye yönelik kullanım şekli açıklanmış; klasik flüt eğitim metotlarında ton geliştirmeye yönelik açıklamalar ile arasındaki ilişki incelenmiştir. Materyalin tasarımcısı Kathy Blocki'nin metodunda yer alan Pneumo Pro ile uygulanabilecek egzersiz örnekleri ve yönlendirmeler, klasik eğitim metotlarında üzerinde durulan hava kolonu oluşturma, esnek dudak pozisyonu ve doğru tutuş ile ilgili olarak verilmiş açıklamalar karşılaştırılarak değerlendirilmiştir. Çalışmanın sonunda, klasik flüt metotlarındaki ağırlık çalışmaları, ton üretimine yönelik açıklama ve yönlendirmeler ile Pneumo Pro'nun eğitim metodunda yer alan ses üretimi aşamasındaki ilk derslerin paralellik gösterdiği ve destekleyici olabileceği sonucuna varılmıştır.

ANALYSIS OF THE USAGE OF EDUCATIONAL MATERIAL PNEUMO PRO FOR FLUTE TONE DEVELOPMENT

Article Info

Conceptual Article

DOI: 10.35379/cusosbil.1079200

Article History:

Received 25.02.2022

Revised 28.03.2022

Accepted 26.04.2022

Keywords:

Pneumo Pro,

Flute Tone

Air Column.

ABSTRACT

The consensus of many flute instructors and virtuosos is that a quality flute tone forms the basis of good technique and positively affects musical expression. When different sources on the subject are examined, it is seen that in the first years of flute education, it is focused on developing tone by directing the air to the right point by means of a good posture and holding position and a flexible lip position. In this study, the use of the training material Pneumo Pro for tone development in flute was examined. During the literature review phase of the study, the factors affecting tone production were determined and explained by examining the documents related to flute education. These factors are determined and explained with air column, flexible embouchure, correct holding position. In the findings section, the physical structure of the training material called Pneumo Pro and its use for tone development are explained; The relationship between classical flute training methods and explanations for tone development was examined. Exercise examples and directions that can be applied with Pneumo Pro in the method of Kathy Blocki, the designer of the material, were evaluated by comparing the explanations given about creating an air column, flexible embouchure and holding position, which are emphasized in classical training methods. At the end of the study, it was concluded that headjoint studies in classical flute methods, explanations and directions for tone production and the first lessons in the sound production stage in the training method of Pneumo Pro are parallel and can be supportive for tone improvement at flute training..

¹ Doç. Dr., Akdeniz Üniversitesi, Antalya Devlet Konservatuvarı, cerenhepyucel@akdeniz.edu.tr, ORCID: 0000-0002-7186-3335.

Alıntılanak için/Cite as: Hepyücel, C. (2022), Flütte Ton Gelişimine Yönelik Olarak Pneumo Pro Materyalinin İncelenmesi, Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 31 (1), 255-265.

GİRİŞ

Başlangıç seviyesindeki flüt öğrencileri dudaklarında ve diyaframlarında günlük yaşamlarında daha önce aktif olmayan kaslarını kullanmaya başlamaktadır. Bu sebeple, flüt eğitiminin ilk yıllarında, doğru tutuş ve esnek bir dudak pozisyonu ile havayı doğru noktaya yönlendirerek ton geliştirme becerisi üzerinde durulmaktadır. (Galway, 1990, s. 87), (Floyd, 1990, s. 53), (Harrison, 1982, s. 8), (Uludere, 2005, s. 27). Flüt kamışlı bir üfleme çalgı olmadığı için, başlangıç seviyesindeki öğrencilere ilk derslerde, ideal dudak pozisyonu ile havayı flütün ağızlığında hangi noktaya yönlendirmesi gerektiğini anlatmak özellikle ilkökul çağında somut işlem devresindeki çocuklar için soyut bir kavram olarak kalabilmektedir. Bu noktada eğitim materyalleri hem öğrencilere hem de öğretmenlere havanın yönlendirilmesi konusunda yardımcı olabilmektedir.

Çalgı eğitiminde, dersler dışında yapılan bireysel çalışmalarındaki tekrar çalışmaları, kazanılması hedeflenen davranışın pekişmesi açısından gereklidir. Yapılan tekrar çalışmalarının süresi kadar öğrencinin bu çalışmalarını elde edilmek istenen hedefe yönelik olarak, eğitmenin yönlendirmelerine uyararak yapması da oldukça önem taşımaktadır. Ortaya çıkan teknik problemler, genellikle öğrencinin eğitimcinin yanında bulunmadığı bireysel çalışma saatlerinde, derste aktarılan bilgileri uygulama sürecini yeterli bir şekilde yönetememesinden kaynaklanmaktadır. (Ekebakan, 2007, s. 1). Buradan hareketle araştırmanın problem cümlesi: Eğitim Materyali Olarak Pneumo Pro'nun Flütte Ton Gelişimine Yönelik Kullanımının İncelenmesine İlişkin Sonuçlar nasıldır? biçiminde oluşturulmuştur.

Alt Problemler

Pneumo Pro'nun Fiziki Yapısı ve İlk Derslerde Kullanımı nasıldır?

Pneumo Pro'nun Ton Geliştirmeye Yönelik Kullanımının Analiz sonuçları nasıldır?

Sınırlıklar

Araştırma, flütte ton gelişimini etkileyen faktörlerin belirlenmesi aşaması için flüt literatüründe yer alan eğitim metotları ile eğitim materyali Pneumo Pro'nun metodunda yer alan açıklamalar ve yönlendirmeler ile sınırlandırılmıştır.

Amaç

Araştırmada elde edilen bulgular ile eğitim materyali Pneumo Pro'nun flütte ton üretimi aşamasında eğitimcilere derslerde, öğrencilere ise eğitmenin yanında olmadığı bireysel çalışmalar sırasında verilen ne şekilde yardımcı olabileceğini saptamak amaçlanmaktadır.

Önem

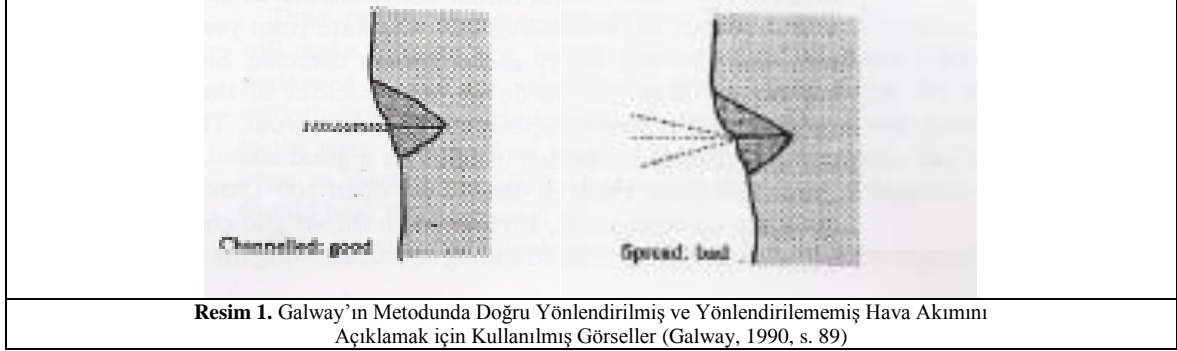
Bu çalışma, klasik eğitim metotlarında belirtilen ton üretimini etkileyen faktörlerin geliştirilebilmesi için yapılmış olan açıklamalar ile eğitim materyali Pneumo Pro'nun ton geliştirmeye yönelik olarak kullanımı arasındaki ilişkiyi ortaya belirlemek açısından önem taşımaktadır.

LİTERATÜR TARAMASI

Flütte ton üretimini etkileyen faktörler nelerin olduğunu belirlemek amacıyla incelenmiş olan klasik eğitim metotlarında, “hava kolonu oluşturma”, “esnek dudak pozisyonu” ve “doğru tutuş” konuları, ton üretiminin unsurları olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu unsurların tümünü ayrı ayrı faktörler olarak ele alarak açıklamak mümkündür.

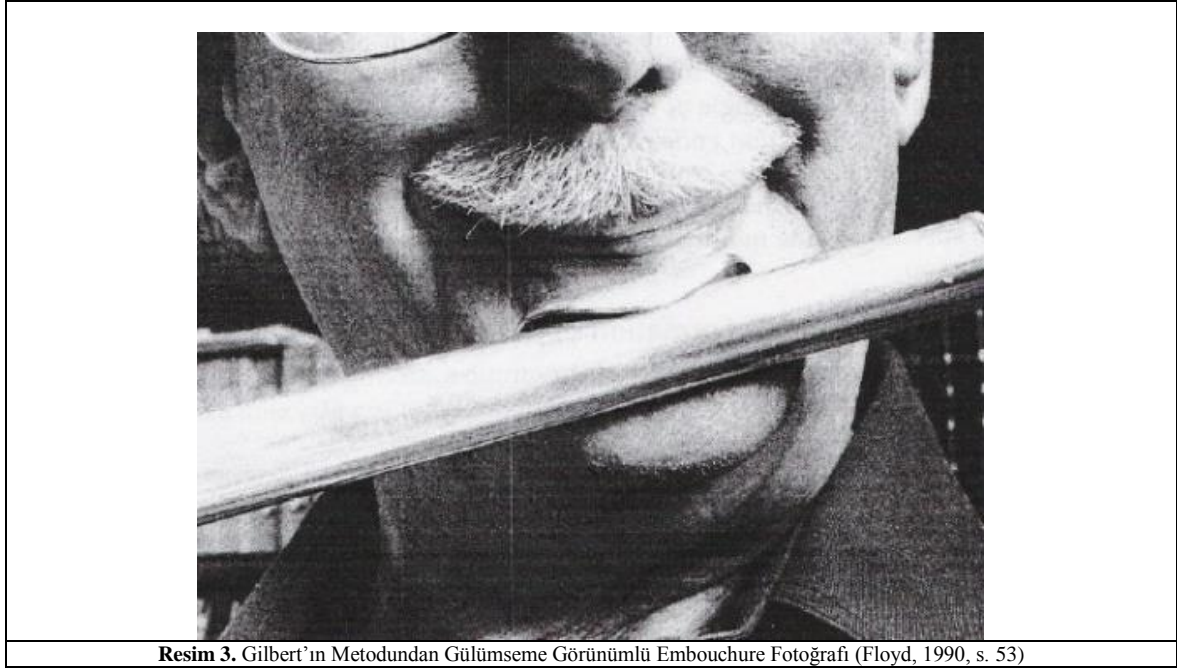
Flütten doğru bir entonasyon ile pürüzsüz ve kaliteli bir ton elde etmek için dudak aralığından çıkan havayı ağızlık paletinin duvarında alta doğru yönlendirmek ve odaklamak gerekmektedir. Bu yönlendirme sonucu ortaya çıkan şiddeti yüksek akım, “hava kolonu” olarak adlandırılmaktadır. Galway'e göre üst ve alt dudaklarımız ne çok gergin ne de çok serbest olmalıdır. Ağızlık, dudaklara paralel bir şekilde çeneye yerleştirmelidir. Üflenen hava bir iğne deliğine benzetilerek ağızlık paletindeki delikten daha geniş olmayacak şekilde yönlendirildiğinde parlak ve güçlü bir ses elde edilecektir. Üfleme pozisyonunda dudakların arasında oluşan deliğin flütün ağızlığındaki delikten daha geniş olması durumunda hava kaybı yaşanmış olacaktır. Bu da odaklanılmamış bir hava ile beraber boğuk bir ton olarak duyulacaktır. (Önertürk, 2015, s. 127) İlerleyen seviyelerde de oktav ve nüans geçişleri için esnek bir dudak pozisyonu ile ağızlık paletinde farklı noktalara üfleme becerisi geliştirilmektedir. (Harrison, 1982, s. 8), (Galway, 1990, s. 88) Bu bilgiyi almamış bir öğrenci flütün ağızlığına üflediğinde, hava kolonu oluşturamayacak ve hava büyük oranda dışarı çıkacağı için tiz ve fısırtılı duyulan bir ses çıkacaktır. (Floyd, 1990, s. 53) Bu aşamada öğrencinin genellikle havayı nereye yönlendirmesi gerektiğini kavraması uzun bir süre almaktadır. Öğrenci, ağızlık paletinde rahatlıkla havayı hangi noktaya odaklayacağını

tam olarak kavramadan flütü birleştirip çalma aşamasına geçilmemelidir. Galway, konuyu “Flute” adlı eserinde, odaklanmış hava kolonu ile odaklanmamış hava akımını resimlemeler ile açıklamıştır. (Galway, 1990, s. 89)

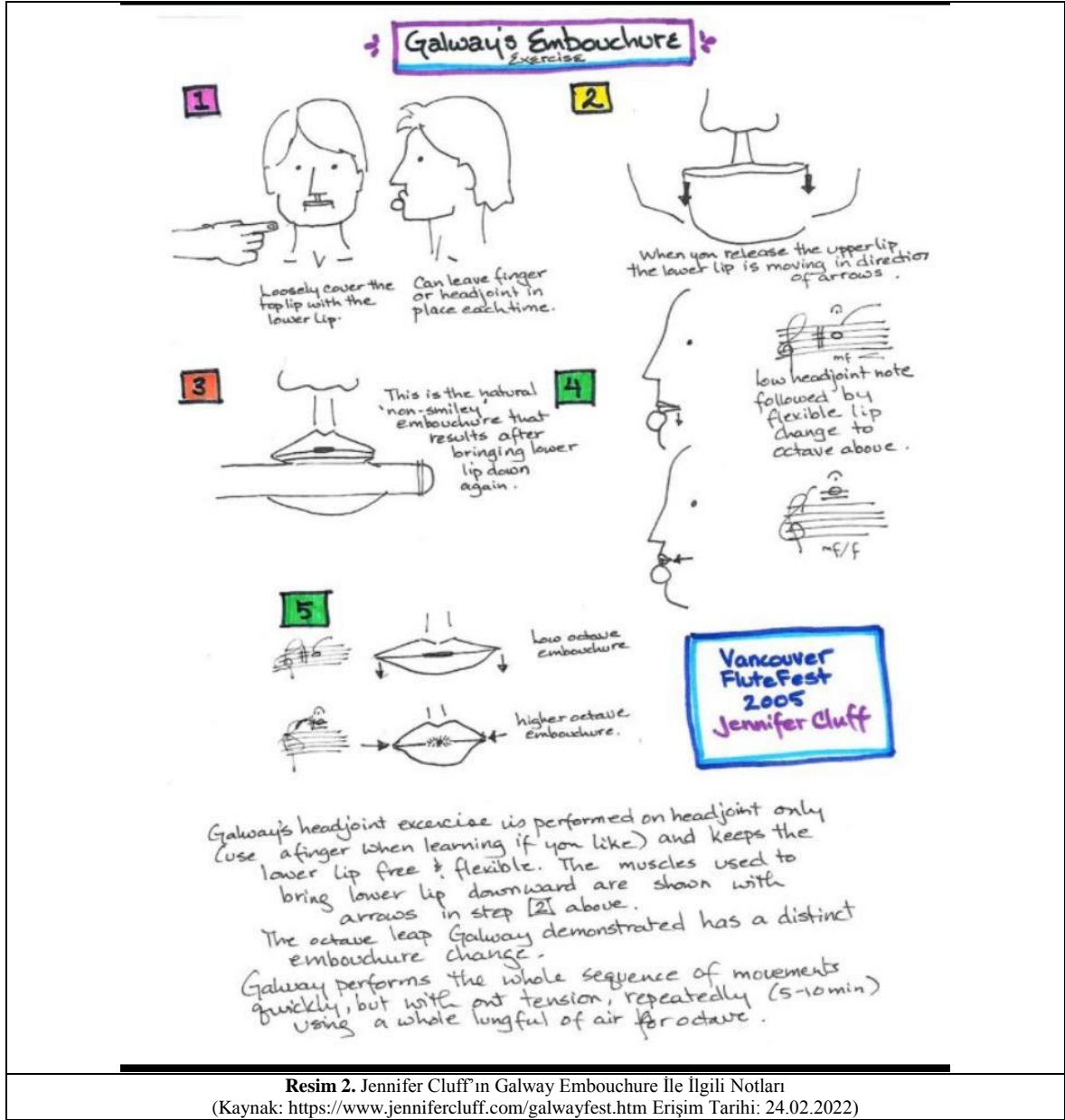


Ağız kenarını çevreleyen kaslar, dudakların şekli ve çene pozisyonunun bütününe içeren tekniğe "embouchure" adı verilmektedir. 20. Yüzyılın ikinci yarısından itibaren yetmiş flüt eğitimcilerinin ve sanatçıların çoğu "smiling embouchure" denilen gülümseme görünümlü dudak pozisyonunu artık tercih etmemekle beraber bu pozisyonun dezavantajları üzerinde de önemle durmaktadırlar.

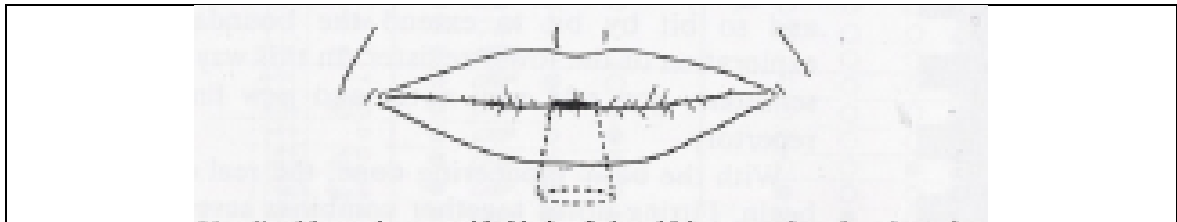
İngiliz eğitimci Geoffrey Gilbert, metodunda "gergin bir dudak pozisyonuyla çaldığımızda dudaklarda herhangi bir esneklik elde edemezsiniz" ifadesi ile açıklamaktadır. (Floyd, 1990, s. 53)

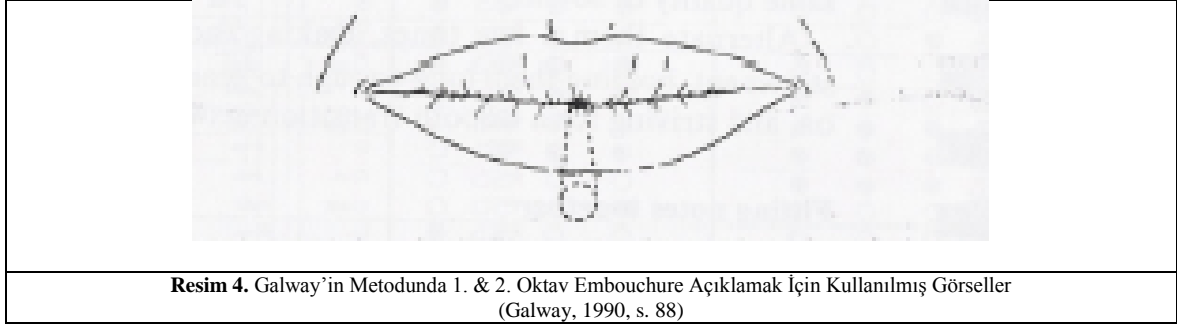


Ünlü virtüöz James Galway de ustalık sınıflarında bu konu üzerinde önemle durmakta; gülümseme pozisyonunun oktavlar arasında farklı noktalara havayı yönlendirebilmek açısından elverişsiz olduğunu belirtmektedir. (Galway, 2013). (<https://www.youtube.com/watch?v=0osD9bKuUVE> Erişim Tarihi:19.02.2022) İngiliz eğitimci Jennifer Cluff'ın 2005 yılında Vancouver Flüt Festivali Galway ustalık sınıfında, "Galway Embouchure" başlığı ile aldığı notlarda (Resim 1), 1. ve 2. oktavlardaki dudak aralığının büyüklük farklılığı, oktavlar arası geçişlerde dudak esnekliği üzerinde durulduğu görülmektedir.



Farklı kaynaklar incelendiğinde, eğitimcilerin embouchure konusuna ilişkin olarak, iki dudağın arasındaki boşluğun da tam ortada bulunması ve bu açıklığın 1. Oktavda daha büyük, 2. Oktavda ise daha küçük olması gerekliliği üzerinde durdukları görülmektedir. (Galway, 1990, s. 88), (Harrison, 1982, s. 8). Galway, "Flute" adlı eserinde, 1. ve 2. Oktavdaki iki farklı pozisyondaki dudak aralığındaki farkı resimlerle açıklamaktadır.





Klasik metotlarda ağızlığı üflenen havanın belirli bir noktaya, kesintisiz bir şekilde yönlendirilmesi gerekliliği üzerinde durulmaktadır. Kontrolün sağlanabilmesi için, flüt metotlarında ilk çalışmalar uzun düz ses çalışmaları ve ritim çalışmalarından oluşmaktadır. Havanın yönlendirilmesini çalışabilmek için avuç içine belirli noktalara üfleme çalışmaları da yer almaktadır.



Flüte başlangıç metotlarında ağızlıkta ton üretimi ve dudak pozisyonu geliştirme konuları ile birlikte çalma sırasındaki vücut pozisyonu ve flütü tutuş pozisyonu üzerinde de durulmaktadır. H. Altes'in flüt için yazılmış en eski metodu olarak bilinen, günümüzde de halen kullanılmakta olan "Method For The Boehm Flute"den bu yana flüte başlangıç metotlarının birçoğunda ideal vücut pozisyonuna dair resimlere yer verildiği görülmektedir. Bu noktada, flütü, dudak pozisyonunu bozmadan dengeli bir şekilde taşıyabilmek için 3 Denge Noktası üzerinde durulmakta; 1. denge noktası olarak ağızlığın yerleştiği çene; 2. denge noktası olarak sol elde flütün yerleştirildiği bölge; 3. denge noktası olarak da sağ elin başparmağı olarak açıklanmaktadır. Flüt, sol elle çeneye doğru uygulanan bir kuvvetle taşınırken, sağ elden de aksi yönde dengelenmektedir. (Altes, 1880, s. 26), (Wye, 1984, s. 3), (Floyd, 1990, s. 26), (Winn, 2000, s. 6). Başlangıç seviyesindeki özellikle küçük yaşlardaki öğrenciler, flütü taşıma ve dengelemeyi tam olarak öğrenmemiş olmaları ve çabuk yorulmaları sebebiyle, flütü içe veya dışa döndürerek tutabilmektedirler. Bunun sonucu olarak da ağızlıkta dudakların kapladığı alanın boyutu değişmekte ve hava akımının yönü de değişebilmektedir. Böyle bir durumda hava akımı doğru noktalara yönlendirilmediği için güçsüz ve entonasyonu bozuk bir ton ortaya çıkacaktır. Derslerde ve bireysel çalışmalarda bu noktaya dikkat edilmediği takdirde bu bir alışkanlık haline gelebilmektedir. (Uludere, 2005, s. 27) Flüt eğitmeni Michel Debost da tutuş pozisyonunun önemini bu açıdan değerlendirmiş; flütü çalmaya başlamadan önce onu taşımayı ve dengelemeyi öğrenmenin parmakların rahat ve hızlı çalışabilmesini sağladığı gibi, elde edilen tonu da olumlu yönde etkilediğini belirtmiştir. (Pintner, 1998, s. 61)

YÖNTEM

Araştırmanın Modeli

Çalışmada nitel araştırma modellerinden durum çalışması yöntemi kullanılmıştır.

Evren-Örneklem

Araştırmanın evrenini flüt eğitiminde kullanılmakta olan eğitim metotları ile eğitim materyalleri, örneklemini ise eğitim metotlarında yer alan ton üretimine yönelik açıklamalar ile eğitim materyali Pneumo Pro'nun metodunda yer alan açıklamalar oluşturmaktadır.

Verilerin Toplanması

Araştırmanın konusu olan flüt eğitiminde ton gelişimi ile ilgili veriler, flüt literatüründeki eğitim metotları, kitaplar, tezler, makaleler, ustalık sınıfı videoları dökümanları; eğitim materyali Pneumo'nun fiziki yapısı, ilk derslerde kullanımına ait bulgular için materyale ait eğitim metodu ile eğitim videosu kullanılmıştır.

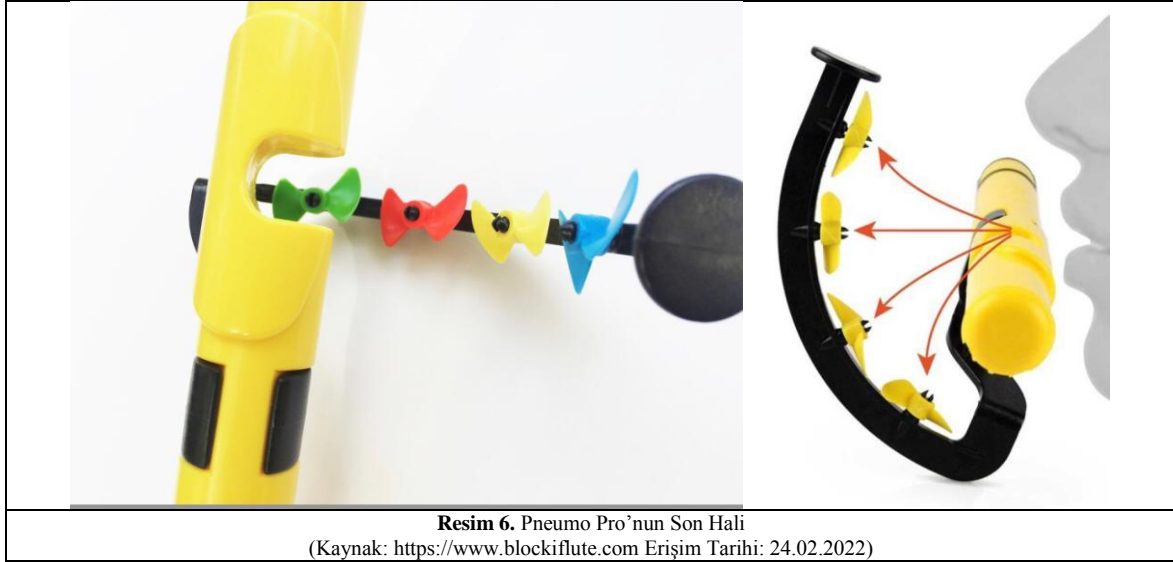
Verilerin Analizi

Flüt eğitimi ve tekniği ile ilgili literatürde belirtilen ton üretiminin unsurları döküman incelemesi yoluyla belirlenmiş; klasik metotlarda belirtilen ton üretimini etkileyen bu faktörlerin geliştirilmesine yönelik olarak yer alan açıklamalar ile materyalin tasarımcısı Kathy Blocki'nin flüte başlangıç metodunda yer alan Pneumo Pro ile uygulanan egzersizler için verilmiş hedef davranışlar arasındaki ilişki tablolar ile açıklanmış ve yorumlanmıştır.

ARAŞTIRMA BULGULARI ve YORUMLAR

Pneumo Pro'nun Fiziki Yapısı ve İlk Derslerde Kullanımına İlişkin Bulgular ve Yorumlar

Pneumo Pro, flütten kaliteli ve doğru entonasyonda ton elde edebilmek için Amerikalı flüt eğitimcisi Kathy Blocki tarafından geliştirilmiş bir eğitim materyalidir. Pneumo Pro ile çalışırken, havanın ağızlıkta hangi noktaya yönlendirildiği somut olarak görülebilmektedir. Materyal ilk olarak tahtadan üretilmiştir. Son halini alana dek birkaç defa değişime uğramıştır. Güncel versiyonu plastikten üretilmektedir. Ayrıca materyalin tasarımcısı Blocki, Pneumo Pro ile uygulanarak geliştirilebilecek egzersiz ve parçalardan oluşan bir Flüt Metodu yayınlamıştır. Metodun kullanımına yönelik bilgiler Öğretmen Kılavuzunda yer almaktadır.

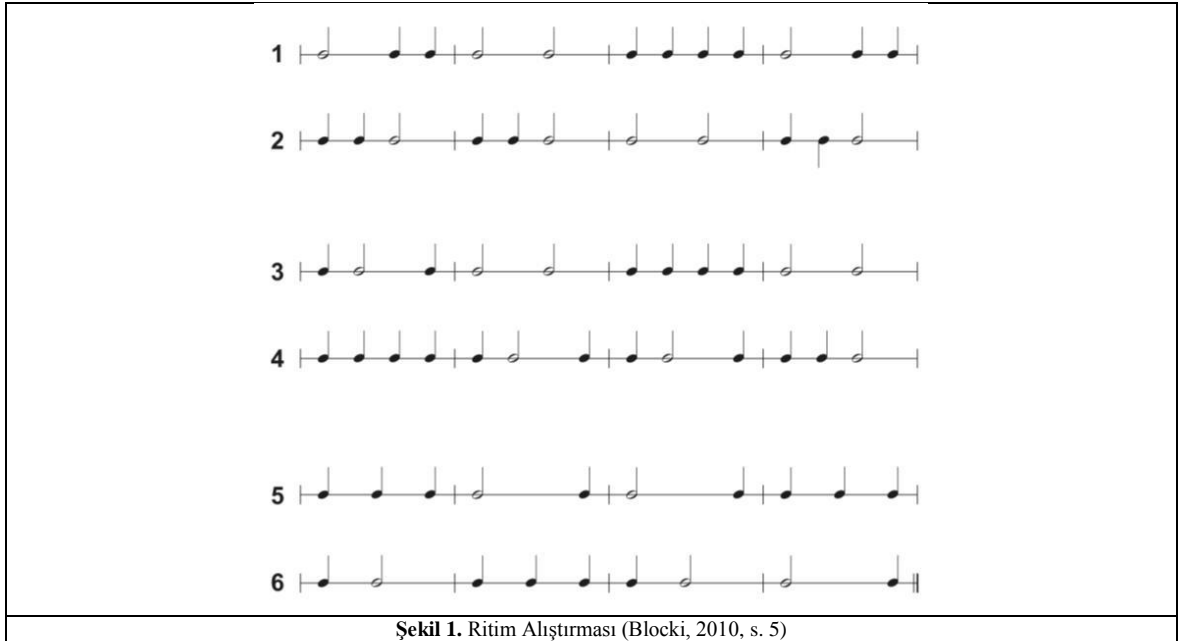


Pneumo Pro, flütün gövdesine takılabilecek şekilde; flüt ağızlığı taklit edilerek tasarlanmıştır. Dudağa yaslanılan kısmın karşısı yani ağızlık paletinde havanın yönlendirildiği alan açıktır. Açıklığın altında dört tane pervane bulunmaktadır. Kaliteli bir flüt tonu için gerekli olan hava kolonunun oluşmuş olup olmadığı ve havanın yönü, pervanelerin dönüşü gözlemlenerek anlaşılabilir. Öğrenciler, Pneumo Pro'ya ilk defa üflediklerinde genellikle üstteki iki ya da üç pervane aynı anda dönebilmektedir. Öğretmen öğrenciye hangi oktavda havayı nereye yönlendireceğini ve hangi şiddette döndürülmesi gerektiğini göstererek anlatır. (Blocki, 2010, s. 3)

Pneumo Pro'yu flütün gövdesi ile birleştirerek çalışmak da mümkündür. (Resim 7) Bu çalışma şekli ile tutuş ve denge hatalarından kaynaklanan ton ve entonasyon problemlerinin önüne geçmek amaçlanmaktadır.

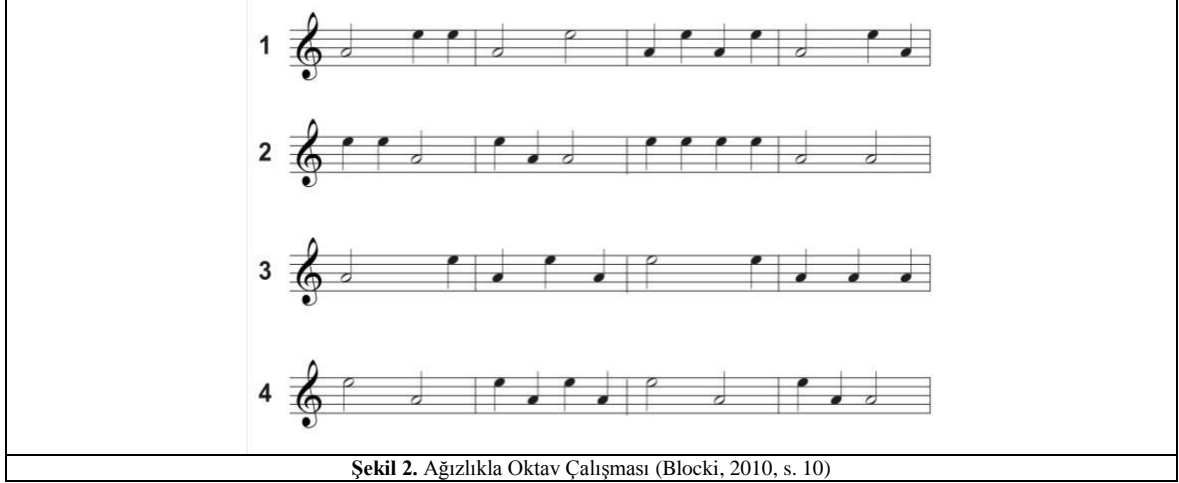


Pneumo Pro'nun eğitim metodundaki ilk derslerde ise öğrencinin 1. Oktav sesler sırasında döndüreceği pervane ile onun bir üzerinde yer alan, 2. Oktav sırasında döndüreceği pervaneleri eğitmenin belirlemesi önerilmektedir. Bununla ilgili olarak yapılacak çalışmalar yer almaktadır. Bu aşamada, Blocki'nin metodunda Şekil 1'deki egzersiz yer almaktadır. Çalışma ile öğrenciye farklı oktavlarda havayı doğru noktaya yönlendirme becerisini kazandırmak amaçlanmıştır. Alıştırma, farklı ritim kalıplarını uygulayarak havayı yönlendirmenin pekiştirilmesi amaçlanmaktadır. Alıştırmalar her iki oktavdaki pozisyon için de uygulanabilmektedir. Bu ritim çalışmaları sırasında, Pneumo Pro üzerindeki pervanelerin dönüşü görülerek hava akımı da kontrol edilebilmektedir.



Blocki'ye göre, 2. Oktav sesler için gerekli olan esneklik, ton kalitesi ve havanın odaklanması açısından çok önemlidir. 2. Oktav seslere geçiş için uzun süre beklendiği takdirde öğrenci farklı pozisyona alışmakta zorlanacaktır. (Blocki, 2010, s. 10) 1. ve 2. Oktav geçişi için yazdığı, Şekil 2'deki alıştırmaya, Pneumo ile mümkün

olduğunca en üst seviyede kavrandıktan sonra flütün ağızlığı ile çalışılmaktadır. Öğrenciden Pneumo Pro ile çalışırken nota üzerinde -la sesini gördüğünde aşağıya doğru havayı yönlendirerek 1. Oktav pervanesini; -mi sesini gördüğünde daha yukarıya doğru havayı yönlendirerek 2. Oktav pervanesini ritim değeri boyunca döndürmesi istenmektedir.



Şekil 2. Ağızlıkla Oktav Çalışması (Blocki, 2010, s. 10)

Flüt öğrencileri, ses üretiminin ardından gelen etüt ve eserlerin çalınmaya başlandığı aşamalarda, daha kolay ses elde edebilmek adına ağızlığı içe veya dışa döndürebilmektedir. Çalarken ağızlığın içeriye veya dışarıya dönmesi durumunda, dudakların ağızlık üzerinde kapladığı alan değişiklik göstereceği için sesin kalitesi de bu durumdan olumsuz yönde etkilenmektedir. Blocki'nin metodunda, Pneumo Pro'nun pervanelerinin bulunduğu kısmın üzerinde bulunan yuvarlak, yatay alanın tavana paralel bir şekilde durması gerekliliği üzerinde durulduğu görülmektedir. Pneumo Pro ile yapılan çalışmalarda, öğrencilerin Resim 8'de görülmekte olan bu alanı da kontrol etmesinin sağlanması eğitmenlere önerilmektedir. (Blocki, 2010, s. 3)



Resim 8. Pneumo Pro Üzerinde Kontrol Edilmesi İstenen Alan (Blocki, 2010, s. 3)

Pneumo Pro'nun Ton Geliştirmeye Yönelik Kullanımının Analizine İlişkin Bulgular ve Yorumlar

Çalışma için incelenmiş olan dökümanlardan elde edilen bilgiler doğrultusunda, “Hava Kolonu Oluşturma”, “Esnek Dudak Pozisyonu” ve “Doğru Tutuş” kavramlarının flütten kaliteli bir ton elde etmede etkili olduğu görülmektedir. Bu kısımda, ton üretimini etkileyen bu 3 faktörün geliştirilmesine yönelik olarak klasik eğitim metotlarından yer alan açıklamalar ve Pneumo Pro ile uygulanması önerilen egzersiz örneklerine yönelik olarak belirlenmiş hedef davranışlar arasındaki ilişki tablolarında gösterilmiştir.

Tablo 1. Hava Kolonu Oluşturma

Faktörün Adı	Klasik Metotlarda Yer Alan Açıklama	Pneumo Pro ile Hedeflenen Davranış
Hava Kolonu Oluşturma	Verilen havanın: <ul style="list-style-type: none">• ağızlık paletinde belirli bir noktaya, kesintisiz biçimde yönlendirilmesi	Verilen hava ile: <ul style="list-style-type: none">• ağızlık paletindeki pervane dönüşünün kesintisiz bir şekilde sağlanması

Flüte başlangıç aşamasında ton geliştirmede üzerinde durulan “Hava Kolonu Oluşturma” kavramına yönelik olarak klasik metotlarda yer alan açıklamalar ve Pneumo Pro ile uygulanması önerilen egzersiz örnekleri için belirlenen hedef davranışlar arasındaki ilişki Tablo 1’de görülmektedir. Klasik metotlarda, hava kolonu oluşturmak için verilen havanın ağızlık paletinde belirli bir noktaya, kesintisiz biçimde yönlendirilmesi gerektiği üzerinde durulmaktadır. Pneumo Pro ile yapılan çalışma sırasında ise verilen hava ile ağızlık paletinin karşısında bulunan pervanenin kesintisiz bir şekilde dönüşünü sağlamak hedeflenmektedir.

Tablo 2. Esnek Dudak Pozisyonu

Faktörün Adı	Klasik Metotlarda Yer Alan Açıklama	Pneumo Pro ile Hedeflenen Davranış
Esnek Dudak Pozisyonu	Havanın: <ul style="list-style-type: none">• 1. ve 2. oktavlarda farklı noktalara yönlendirilmesi	Havayı yönlendirmek için: <ul style="list-style-type: none">• 1. ve 2. oktavlar için ayrı pervanelerin belirlenmesi

Flüte başlangıç aşamasında ses üretimine yönelik olarak üzerinde durulan “Esnek Dudak Pozisyonu” kavramına yönelik olarak klasik metotlarda yer alan açıklamalar ve Pneumo Pro ile uygulanması önerilen egzersiz örnekleri için belirlenen hedef davranışlar arasındaki ilişki Tablo 2’de gösterilmiştir. Klasik metotlarda, verilen havanın 1. ve 2. oktavlarda farklı noktalara yönlendirilebilmesi için esnek bir dudak pozisyonu gerekliliği üzerinde durulmaktadır. Pneumo Pro ile yapılan çalışma sırasında ise verilen havanın 1. ve 2. oktavlarda farklı pervanelerin belirlenip yönlendirilmesi gerekmektedir.

Tablo 3. Doğru Tutuş

Faktörün Adı	Klasik Metotlarda Yer Alan Açıklama	Pneumo Pro ile Hedeflenen Davranış
Doğru Tutuş (Ağızlığın içe veya dışa döndürülmesinin önüne geçmek için)	<ul style="list-style-type: none">• 3 denge noktasından verilen desteğin sağlanması	<ul style="list-style-type: none">• Pervanelerinin bulunduğu kısmın üzerinde bulunan alanın tavana paralel bir şekilde durmasının sağlanması

Tablo 3’te “Doğru Tutuş” kavramına yönelik olarak klasik metotlarda yer alan açıklamalar ve Pneumo Pro ile uygulanması önerilen egzersiz örnekleri için belirlenmiş hedef davranışlar arasındaki ilişki görülmektedir.

Eğitimciler, 1. Denge noktası olarak geçen çeneye yaslanan ağızlığın üçte birinin dudaklarla kapatabilmesi için 2. ve 3. destek noktalarını da kullanmanın gerekliliği üzerinde durmaktadırlar. (Harrison, 1982, s. 8), (Galway, 1990, s. 88). Pneumo Pro ile yapılan çalışma sırasında ise denge noktalarının kullanımı ve ağızlıkta dudakların kapladığı alanın kontrolü için materyalin üzerindeki pervanelerinin bulunduğu kısmın üzerinde bulunan alanın tavana paralel bir şekilde durmasının sağlanması hedeflenmektedir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Sonuçlar

Çalışmada analiz edilen kaynaklarda, “hava kolonu oluşturma, “esnek dudak pozisyonu” ve “doğru tutuş” unsurları, flütte ton üretimini etkileyen faktörler olarak belirtilmiştir. Bu üç faktöre dair kaynaklarda yer alan açıklamalar ile, K.Blocki'nin metodunda ele aldığı öğretilerin arasındaki bağlantı incelendiğinde; materyalin kaynaklarda belirtilen unsurları geliştirmeyi destekler nitelikte olduğu sonucuna varılmıştır.

Klasik metotlarda “hava kolonu oluşturma” aşaması için verilen havanın flütün ağızlık paletinde belirli bir noktaya doğru, kesintisiz bir şekilde gönderilmesi gerekliliği yönünde açıklamalar yer almaktadır. Pneumo Pro'nun kullanımı için geliştirilen metotta ise ağızlık paletindeki seçilmiş bir pervanenin kesintisiz bir şekilde döndürülmesi hedeflenmekte; geliştirmeye yönelik aşamalı alıştırmalar verilmektedir.

Oktavlar arası geçişlerde temiz ve doğru entonasyonda bir ton için eğitimcilerin üzerinde önemle durduğu bir diğer unsurun ise “esnek dudak pozisyonu” olduğu görülmekte. Verilen havanın 1. ve 2. Oktavlarda farklı noktalara yönlendirilmesi gerektiği şeklinde açıklamalar bulunmakta. Benzer şekilde, Pneumo Pro ile uygulanacak alıştırmalarda da 1. ve 2. oktavlarda farklı pervanelerin döndürülmesi hedeflenmektedir.

Ayrıca, incelenen metotların tümünde önemle durulan bir diğer konunun da “Duruş ve Tutuş” olduğu tespit edilmiştir. Bu noktada Pneumo Pro ile çalışma yaparken üzerindeki alanın tavana paralel olması gerektiği vurgulanmıştır. Klasik eğitim metotlarında tutuş konusunda üzerinde durulan “flütün perdelerinin tavana paralel durması gerekliliği” çalıcının denge noktalarından flütü doğru bir şekilde tutuşu ile gerçekleşmektedir. Bu uygulama ile çalma sırasında, öğrenci ve/veya ona yardımcı olan kişi için flütün perdelerini ve ağızlığın duruşunu kontrol etmenin yanı sıra destekleyici bir uygulama olarak değerlendirilebileceği görüşüne varılmıştır.

Çalışma ile, klasik flüt metotlarındaki ağızlık çalışmaları, ton üretimine yönelik açıklama ve yönlendirmeler ile Pneumo Pro'nun eğitim metodunda yer alan ses üretimi aşamasındaki ilk derslerin paralellik gösterdiği ve destekleyici olabileceği sonucuna varılmıştır.

Öneriler

Çalışmada, örnek olarak incelenen alıştırmalar üzerinde nefes yerleri bulunmamaktadır. Eğitimcilerin öğrencinin ulaştığı nefes kapasitesine göre belirleyeceği nefes yerlerini nota üzerinde işaretlemelerinin faydalı olabileceği düşünülmektedir.

Flüt eğitiminde, başlangıç seviyesinde önemle üzerinde durulan “Ton Üretimi” aşamasında, havayı doğru noktaya yönlendirememeye, dudak esnekliğinin sağlanamaması ve ağızlığın içe veya dışa fazla dönmesi gibi problemlerde Pneumo Pro ile yapılan çalışmalar alternatif olarak eğitimcilere önerilmektedir. Bu sebeple, Pneumo Pro'nun ülkemizde özellikle flüt eğitimi verilmekte olan müzik bölümlerinde tanıtıcı etkinliklerin düzenlenmesi, materyalin fiziksel olarak temin edilebilmesi için eğitimler tarafından gerekli çalışmaların yapılması önerilmektedir.

Ayrıca, materyalin eğitim içerisinde kullanımının flüt tekniğinin artikülasyon, entonasyon gibi farklı öğelerinin geliştirilmesi ve bu konularda oluşmuş olan problemlerin çözümlenmesinde kullanım alanının incelenmesine yönelik araştırmaların çoğalmasının alana katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

KAYNAKLAR

Altes, H. (1880). *Celebre methode complete de flute*. Alphonse Leduc.

Blocki, K. (2010). *Blocki flute method teacher's manual book*. Blocki Pedagogical FluteProducts

Ekebakan, S. (2007). *Flüt eğitiminde çalışma yöntemlerinin teknik ve pedagojik açıdan incelenmesi* [Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi].

Floyd, A. (1990). *The Gilbert legacy*. Iowa: Winzer Pres.

- Galway, J. (1990). *Flute*. Kahn & Averil.
- Gresset, P. (2002). Une Interview avec Emmanuel Pahud. *Traversières*, 72, 11-16.
- Harrison, H. (1982). *How to play the flute, everything you need to know to play the flute*. St. Martin's Press.
- Oray, C. (2006). *Flüt tekniği ve flüt çalarken karşılaşılan problemler* [Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi].
- Önertürk, C. (2015). 20. yüzyıl müziğinde öne çıkan flüt tekniklerinin incelenmesi ve oluşabilecek sorunlarla ilgili icracı ve bestecilere tavsiyeler. *Akü Amader Dergisi*, 1, 124-141. <https://doi.org/10.5578/AMRJ.8920>
- Pintner, H. (1998). *The Life And Teachings Of Flutist Michel Debost*. [Doktora Tezi, Florida State University].
- Topcan, T. (2011). *Flüt Eğitiminde Marcel Moÿse'a ait "De La Sonorite" adlı metodun içeriği ve çalışma yöntemleri*. [Yüksek Lisans Tezi, İnönü Üniversitesi].
- Turgay, H. (1993). *Ton geliştirmede ileri teknikler*. [Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi].
- Uludere, A. (2005). *9-12 yaş gurubundaki çocuklarda flüt eğitimine başlama yöntemleri* [Sanatta Yeterlik Tezi, Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi].

Winn, R. (2000). *Querflöten Spielerien*. AMA Musicverlag.

Wye, T. (1984). *A Beginner's book for the flute*. Novello&Company Limited.

İnternet Kaynakları

<https://www.youtube.com/watch?v=0osD9bKuUVE> Erişim Tarihi: 19.02.2022

<https://www.jennifercluff.com/galwayfest.htm> Erişim Tarihi: 19.02.2022

<https://www.blockiflute.com> Erişim Tarihi: 24.02.2022

https://www.blockiflute.com/Pneumo-Pro_p_1.html Erişim Tarihi: 24.02.2022

<http://www.blockiflute.com/assets/templates/default/pdf/Pneumo%20Pro%20instructions%20English.pdf>
Erişim Tarihi: 24.02.2022

THE EFFECT OF OPTIMUM STIMULATION LEVEL AND EXPLORATORY INFORMATION SEEKING ON ONLINE PURCHASE INTENTION*

Didem DEMİR¹, Hilal İNAN²

Article Info

Research Article

DOI: 10.35379/cusosbil.1032040

Article History:

Received 03.12.2021

Revised 29.03.2022

Accepted 26.04.2022

Keywords:

Extroversion,

Optimum Stimulation Level,

Exploratory Information Seeking,

Online Purchase Intention.

ABSTRACT

The shopping activities of people via the internet vary according to different personality traits. The level of stimulation that occurs at different levels depending on their personality traits will be reflected in their exploratory search for information. In this study, it is aimed to determine how extroverted consumers affect their exploratory search for information and their online purchase intentions depending on their stimulation levels in online shopping processes. Both to fill the gap in the marketing literature and to create competitive advantage for companies the effect of exploratory information seeking tendencies, which emerged because of extroverted individuals' arousal, on online purchase intention was examined. Survey data were collected from 401 participants in Adana. With the structural equation model application, it was found that extroverted people with differences in arousal levels tended to seek exploratory information. It has also been found that these components influence online purchase intention. The theoretical and practical implications of the findings are discussed over the results of the research.

OPTİMUM UYARILMA SEVİYESİ VE KEŞİFSEL BİLGİ ARAMANIN ÇEVİRİMİÇİ SATIN ALMA NİYETİNE ETKİSİ

Makale Bilgisi

Araştırma Makalesi

DOI: 10.35379/cusosbil.1032040

Makale Geçmişi:

Geliş 03.12.2021

Düzeltilme 29.03.2022

Kabul 26.04.2022

Anahtar Kelimeler:

Dışadönüklük,

Optimum Uyarılma Düzeyi,

Keşifsel Bilgi Arama,

Çevrimiçi Satın Alma Niyeti.

ÖZ

Kişilerin internet aracılığı ile gerçekleşen alışveriş faaliyetleri farklı kişilik özelliklerine göre değişiklik göstermektedir. Kişilik özelliklerine bağlı olarak farklı seviyelerde oluşan uyarılma düzeyi onların keşifsel bilgi arama arayışlarına yansımaktadır. Bu çalışmada çevrimiçi alışveriş süreçlerinde dışadönük tüketicilerin uyarılma seviyelerine bağlı olarak keşifsel bilgi arama arayışlarını ve çevrimiçi satın alma niyetlerini nasıl etkilediğini belirlemek amaçlanmıştır. Hem pazarlama literatüründeki boşluğu doldurmak hem de şirketlere rekabet avantajı yaratmak amacıyla dışadönük bireylerin uyarılması sonucunda ortaya çıkan keşifsel bilgi arama eğilimlerinin çevrimiçi satın alma niyeti üzerindeki etkisi incelenmiştir. Anket verileri Adana'da 401 katılımcıdan toplanmıştır. Yapısal eşitlik modeli uygulaması ile uyarılma düzeyleri farklı olan dışadönük kişilerin keşifsel bilgi arama eğiliminde olduğu bulunmuştur. Ayrıca bu bileşenlerin çevrimiçi satın alma niyeti üzerinde etkisi olduğu tespit edilmiştir. Bulguların teorik ve pratik sonuçları, araştırma sonuçları üzerinden tartışılmaktadır.

*Bu çalışma ilk yazarın, ikinci yazar danışmanlığında yürütülen doktora tezinden türetilmiştir. Yazarlar çalışmanın etik kurallara bağlı olarak hazırladığını taahhüt eder.

¹ Öğr. Gör. Dr., Toros Üniversitesi, didem.demir@toros.edu.tr, ORCID: 0000-0003-4589-8240

² Prof. Dr., Çukurova Üniversitesi, İİBF, ihilal@cu.edu.tr, ORCID: 0000-0003-4321-0430

Alıntılanak için/Cite as: Demir, D., İnan, H. (2022), The Effect of Optimum Stimulation Level And Exploratory Information Seeking on Online Purchase Intention, Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 31 (1), 266-278.

INTRODUCTION

Optimum stimulation level (OSL) is a personal trait that determines the level of individuals' stimulation (Avornyo et al., 2019, p. 348). Optimum stimulation level is also related to individuals' environmental stimulation (Raju, 1980). Each individual has his or her own stimulation level and it changes according to complexity and novelty of the environment (Guido et al., 2007, p. 2). As stated by Steenkamp and Baumgartner (1992, p. 434) 'the fact that exploratory tendencies are related to a person's characteristic and stimulation suggests OSL as a major determinant of consumer behaviour with strong exploratory elements.

Matzler et al. (2006) pointed out that consumers who have a higher degree of socialization are more willing to share their experiences with others to attract other people's attention when purchasing a good or a service. Thus, consumers with a high degree of extroversion tend to have a higher proportion of exploratory purchasing motivation (Steenkamp & Burgess, 2002). In addition, extroverted individuals are excited in search of arousal (Zhao & Seibert, 2006, p. 260). 'Extroversion belongs to the interpersonal dimension and is closely related to the quality of social interactions' (McCrae, R. R., & Costa, 1989, p. 586). Extroverted individuals who are taking higher risk change their behaviours more frequently and who have more physical activities are looking for stimulation much more than introvert individuals (Blackburn, 1969). Surfing is one of the components of exploratory behaviour and when individuals reach available information, they desire to keep themselves updated with the latest changes. (Rowley, 2000, p. 22). Exploratory behavior which is characterized by searching for information or doing research on websites affects individuals' attitude towards the websites. Individuals tend to explore the various possibilities offered by websites and if they develop a positive opinion of these websites their approach behaviors will be triggered (Richard & Chandra, 2005, p. 1022). Menon and Kahn (1995) stated that consumers need arousal due to their tendency for seeking innovation and diversity and taking high risks for stimulation. All consumers, regardless of predisposing trends, mostly use sensory mode in exploratory information seeking (EIS). For the same kind of product while different personality traits create functional perception for some people, it creates aesthetic perception for the others (Venkatraman, Deborah, MacInnis, 1985, p.103). More exploratory consumers tend to show more interest in sales promotions that encourage and offer added value (Chandon et al., 2000). In a study conducted by Legoharel (2009), he stated that exploratory information-seeking behavior is cognitive and exploratory purchasing behavior is caused by sensory stimulation. However, he stated that activities such as innovativeness, diversity search, brand change, entertainment shopping and information seeking behavior are indicators of exploratory tendencies in the consumer buying process. Personality traits and psychological mode affect the formation of a consumer's purchase motivation and in this study, only the relation of extroverted individuals with arousal was examined. Raju (1980) mentioned that people with low degree of OSL don't accept new and innovative products just to prevent themselves from the risks and this shows that marketers should find a way in order to give a message that their new products are not risky. This study contributes to fill the paucity of consumer behavior research in Turkey related to OSL and its impact on EIS. The findings of this research can guide marketers to carry out their promotional activities considering the need of arousal of consumers' for seeking exploratory information. The findings of this research can also guide manufacturers, as products could be designed according to the variety and curiosity needs of consumers to increase their online purchase intention through exploratory information seeking.

LITERATURE REVIEW

Extroversion

Extraversion reflects the tendency of individuals to be energetic, enthusiastic, and ambitious (Raja & Johns, 2004, p. 352). Extraverted individuals are more likely to seek stimulation (Zhao & Siebert, 2006, p. 260). In addition, extraverted individuals are prone to valuing social activities and intense human interactions (Bakker et al., 2006, p. 36). Extraversion is positively associated with sociability motivation for online shopping and is strongly associated with emotions (Larsen & Ketelaar, 1991, p. 135). Extraverts tend to emphasize the importance of social activities and intense human interactions (Bakker, Zee, Lewig, 2006, p. 34).

Optimum Stimulation Level

Optimum stimulation level (OSL) is defined as a preferred or appropriate arousal (impulse) level in individuals (Raju, 1980, p. 273). OSL shows the amount of arousal people prefer in life (McReynolds, 1971, p. 157).

The optimum level of stimulation is consistent within the individual but varies from person to person (Steenkamp & Baumgartner, 1992, p. 445). When arousal falls below this level (complexity and/or arousal),

individuals get bored and try to raise it to the desired level (Soares, Farhangmehr & Ruvio, 2008, p. 676). On the contrary, when arousal (impulse) exceeds the optimal level, individuals try to reduce it to a more comfortable level (Hoyer & Ridgway, 1984, p. 115). According to the optimum stimulation level theory, individual behavior is influenced by the intrinsically motivated desire to achieve a certain level of stimulation, called the “optimum stimulation level” (Leuba, 1955, p. 29).

Exploratory Information Seeking

Consumers seeking exploratory information are interested in looking at store windows, advertising and other promotional materials that provide marketing information, and enjoy talking to other consumers about their purchasing and consumption experiences (Baumgartner & Steenkamp, 1996, p. 125).

All consumers, regardless of predisposed tendencies, mostly use the sensory mode in exploratory information seeking. Different personality traits create a functional perception for some people and an aesthetic perception for some people for the same product. (Venkatraman, Deborah, MacInnis, 1985, p. 103) .

In a study conducted by Legohérel et al. (2009), they stated that exploratory information seeking behavior is cognitive, exploratory buying behavior is formed by sensory stimuli. In addition, he stated that activities such as innovation, variety seeking, brand switching, entertainment shopping and information seeking behavior are indicators of exploratory tendencies in the consumer purchasing process.

Online Purchase Intention

According to Pavlou (2003, p. 112), the final stage of the online transaction is the intention to use a website and purchase a product. Therefore, online purchase intention is a vital feature in online consumer behavior. Athapaththu & Kulathunga (2018) stated that brand awareness, previous shopping experience, and website knowledge acquisition can increase customers' intention to purchase products online. Also, Kiel and Layton (1981, p. 233) stated that the level of satisfaction with the fulfillment of previous products or services will positively affect the customers' decision to seek information again.

Extroversion reflects the amount and intensity of relationships of individuals with their environment and refers to the tendency to contact the environment with energy, spirit, enthusiasm, trust and positive experiences (Rolland, 2002, p. 8). Extroverted individuals tend to be energetic, enthusiastic, and ambitious (Raja & Johns, 2004). Extroverts are associated with both social and human interactions (Langelaan, Bakker, Doornen, & Schaufeli, 2006, p. 525). Highly extroverted individuals are engaging in online shopping activities because it is crucial for them to share and receive information of shopping experiences on digital platforms (Wolfenbarger & Gilly, 2001, p. 36). Thoman et al. (2007) states that sharing on the virtual platform is consistent with social motivation. The optimum stimulation level in extroverted personalities is higher than those with introverted personalities (Ludvigh & Happ, 1974, p. 360). People with high extroversion are expected to believe they have sufficient competence to provide online reviews (Picazo-Vela, Chou, Melcher & Pearson, 2010, p. 688).

Accordingly, “H₁” hypothesis is as following:

“H₁”. Extroversion has a significant effect on optimum stimulation level.

Online consumers with low arousal levels prefer normal and easy accessible websites that they are familiar with. Individuals with a high arousal level prefer extraordinary websites for their originality and innovativeness because they need to be stimulated and they look for different stimuli (Dhar & Jha, 2014). Additionally, very low and very high levels of arousal creates negative hedonic tone in individuals. Positive hedonic tone developing in individuals moderate only with sensory stimulation (Ludvigh & Happ, 1974, p. 360). Some individuals prefer silent settings, while others actively seek to increase their arousal by selecting active, new, complex or unpredictable settings (Raju, 1980, pp. 272-273). When individuals with high arousal levels are motivated by acquiring information and curiosity, they seek more information than the ones with low arousal levels (Steenkamp & Baumgartner, 1992, p. 434). He et al. (2017) suggested that inquisitive responses may be present for individuals with both high and low arousal levels, but individuals with high arousal levels seek information because they want to search sites they do not know. On the other hand, individuals with low arousal level seek information to reduce the risks presented by foreign websites (Richard & Chebat, 2016, p.4).

According to the discussions above, this research, “H₂” hypothesis is as follows:

“H₂”. Optimum stimulation level has a significant effect on exploratory information seeking.

Consumers seek information even if they do not buy anything. (Smith, & Sivakumar, 2004, p. 1201). People who seek exploratory information do not pay much attention to the ease of use or reliability of technological products. These people have a high desire and motivation to try technological products (Dabholkar & Bagozzi, 2002, p. 187). Searching information about products on the internet affects the purchasing intentions of

consumers (Moe, 2003). Therefore, the services and campaigns offered on websites affect the consumers' intention to search for new things and also their purchase intentions (Tsao & Chang, 2010, p. 1802-1803). Some interactions for searching exploratory information on the internet may be more fun (Smith & Sivakumar, 2004).

Although diversity research is limited on online research, the search for diversity or diverse behavior result from interpersonal goals (McAlister & Pessemier, 1982, p. 314). Consumer behavior research has associated consumers' search for diversity with the presence of an ideal stimulation level as a personal trait for innovation, complexity, or change (Mahatanankoon, 2007; Gu et al., 2018). After all, consumer arousal levels determine the degree of exploratory purchasing tendencies and diversity seeking behaviors in situations such as shopping (Raju, 1980, p. 276; Menon and Kahn, 1995, p. 285) The search for diversity in the context of online shopping can increase online store comparison behavior; therefore, the search for diversity is seen as an important motivation in the online context (Rohm, & Swaminathan, 2004, p. 750).

Environmental psychology proposed by Mehrabian and Russell (1974) deals with environmental stimuli. The online retail environment does not have some of the traditional dimensions such as ambient temperature, odor, texture. In the context of online retail, visual design emerges consumers' spending long time on websites and increasing intention in their purchases (Koo & Ju, 2010, p. 195). Exploratory behavior is related to the amount of time that an individual uses a computer, and exploratory use causes spending longer hours on internet (Ghani & Deshpande, 1994, p. 383). Justified action and planned behavior theories argue that the intention to perform a certain behaviour in information technologies will lead to its actual behaviour (Korzaan, 2003, p. 26-27)

Consumers who are seeking for exploratory information like not only talking their consumption experiences but also following advertisements and promotional activities (Baumgartner & Steenkamp, 1996). Ort and Bourrain (2005) pointed out that the stimulus that triggers specific behavior stemming from curiosity is unique and that exploratory information seeking behavior includes interpersonal communication and exchange dimensions. They stated that the multifaceted behavior resulting from curiosity was affected by stimuli. According to Hanna and Wagle (1988), highly aroused consumers are more exposed to mass media. Hanna and Wagle (1988) also stated that consumers with a high level of stimulation are more innovative than low aroused consumers for changing brands and approaching new products. Doing research on the internet affects the purchasing intention of consumers (Moe, 2003). Therefore, promotional activities and the design of websites of online stores affect purchase intention of consumers (Tsao & Chang, 2010, p. 1802-1803). Maignan and Lukas (1997) stated that internet helps to support pre-purchase phase, as it helps customers compare different options. Dickson (2000) states that it will not be possible for consumers to discover their interests without the internet. As the variety of promotional tools is increasing rapidly, marketing managers can choose the most appropriate promotional application among many alternatives to get the best results (Raju, 1995). Kwak et al. (2002) found that consumers looking for product information online are more likely to purchase (Aljukhadar & Senecal, 2011, p. 423). Consumers with a high level of opinion seeking behaviour tend to search for more information and advice from others during a purchase decision process (Flynn et al. 1996).

Accordingly, this research's, "H₃," hypothesis is as follows.

"H₃." Exploratory information seeking has a significant impact on online purchase intention.

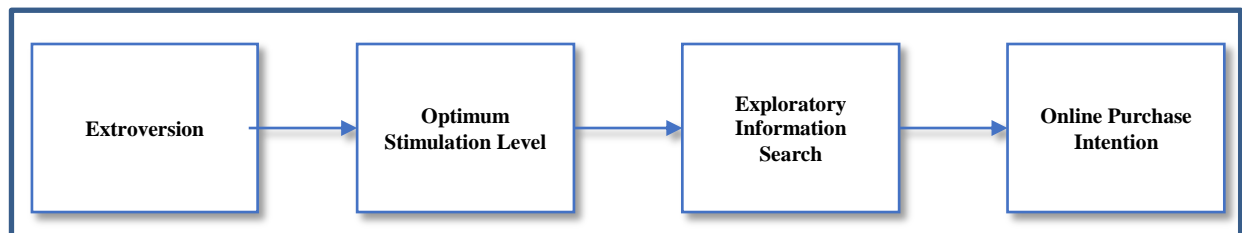


Figure 1. Research Model

Figure 1 pointed out the reserch model in the study and in line with this literature review, in the context of Turkish culture, the effect of exploratory information seeking tendencies on online purchase intention as a result of stimulation of extroverted individuals will contribute to the field of marketing.

METHODOLOGY

Sample

The universe of this research consists of people who tends to shop online. The survey was continued with individuals who confirmed that they had a tendency to shop online before starting the survey. The sample of this study consists of 410 respondents. Responses of 9 participants collected at extreme points were excluded from the analysis. The analyzes were continued over 401 datas. The convenience sampling method was used to collect data from the participants. A face-to-face survey method was applied to people who voluntarily approved to answer the survey questions in 2018, in Adana, Turkey.

Instruments

In the first part of the form; the personality scale created by John and Srivastava (1999) was used to determine the extroversion characteristics of the participants. There are a total of 7 questions created by Steemkamp and Baumgartner (1995) to measure the level of stimulation level. The scale created by Baumgartner and Steemkamp (1996) was used to measure participants' exploratory information seeking tendencies. In order to measure the online purchase intention of the participants, 3 questions formed by Hong and Cha (2013) were asked. (see Appendix A). In addition, in the last part, a total of 6 questions were asked to measure the gender, age, marital status, income level and educational status of the participants, the time they spent on the Internet, and the frequency of their shopping on the Internet. The survey was employed to collect data in Turkey.

Table 1. Scales Used In The Study

Scale Name	Source	Number of Items
Extroversion	John ve Srivastava (1999)	6
Change Seeker	Steemkamp ve Baumgartner (1995)	7
ExploratoryInformation Seeking	Baumgartner ve Steemkamp (1996)	10
Online Purchase Intention	Hong ve Cha (2013)	3

FINDINGS

In total 49.9% of the respondents are male, 50.1% are female. In terms of the marital status distribution of the participants, 34.4% are married, 65.6% are single. In terms of age distribution of the participants, 35.9% are 18-25 years old, 41.6% are 26-35 years old, 14% are 36-45 years old, 34% are over 46 years old. Educational status of the the respondents is found as 8.5% are primary school graduate, 52.4% are high school graduate and 39.1% are undergraduate. As the final demographic variable, household income status of the people participating in the study is examined; 24.9% between 2000-2999 TL, 28.2% between 3000-3999 TL, 15.5% between 4000-4999 TL, 14.2% between 5000-5999 TL and 7% has been determined that they have an income between 6000-6999 TL, 4.2% between 7000-7999 TL and 6% over 8000 TL. Participants spend an average of 5 hours 46 minutes on the Internet.

As can be seen from Table 2, χ^2 , χ^2/df , root mean square residual (RMR), goodness of fit index (GFI), comparative fit index (CFI) (Bentler, 1990) and Tucker-Lewis Index (TLI; Tucker and Lewis, 1973) measures were used to assess the measurement equivalence of the variables. In the CFA, all variables were first specified to load onto a single factor. In the second step all the variables were loaded on different factors and the improvement in the goodness of fit measures is investigated.

Table 2. Fit Statistics For Measurement Models

Model	χ^2	df	χ^2/df	RMR	GFI	CFI	TLI
One factor model a	4075,633	350	11.645	0,193	0,505	0,417	0,371
Four factor model b	953,785	343	2,786	268,095	0,848	0,903	0,889

Notes: a All items load on to one factor; b items load on to four factors as extroversion, optimum stimulation level, exploratory information seeking and online purchase intention.

Table 2 shows that the reduction in χ^2 and χ^2/df ratio is significant from the one factor model to four factor model. The other fit indexes (i.e. RMR, GFI, CFI and TLI) are all above or very close to generally accepted levels. The improvement in χ^2/df and other indices shows us that the four factor model fits the data better than the one and three factor models. This reveals that all variables measured in this research can be differentiated and are distinct constructs.

A If the reliability coefficient varying between 0 and 1 has a value of 0.6 or less, it is generally expressed as insufficient internal consistency (Malhotra & Birks, 2006, p. 314). When the reliability coefficient of the

variables in Table 3 is examined, it is seen that all values are greater than 0.6 and this is a desired condition for an adequate level of internal consistency.

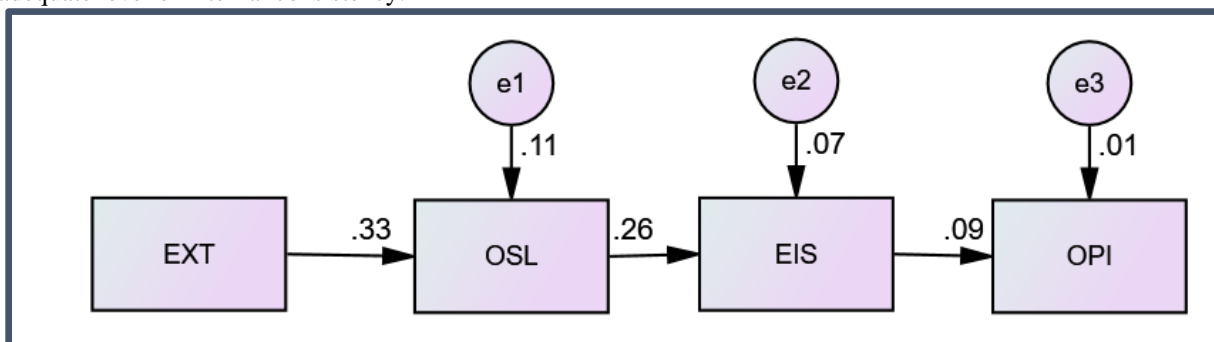


Figure 2. Path Analyse Result

EXT: Extroversion, OSL: Optimum Stimulation Level, EIS: Exploratory Information Search, OPI: Online Purchase Intention

Table 3. Means, Standard Deviations And Correlations Between Variables And Reliabilities Of Scales

	α	M	SD	1	2	3
1. Extroversion	.88	3,61	0,89			
2. Optimum Stimulation Level	.94	3,52	1,07	0,326**		
3. Exploratory Information Seeking	.89	2,49	0,83	0,60	0,264**	
4. Online Purchase Intention	.75	4,98	0,59	0,056	0,062	0,09

Notes: **p <.01 *p<.05

Table 4. Regression Weights of Variables In The Model

			Estimate	S.E.	C.R.	P
SL	O	<-- Extroversion	,392	,057	6,892	,000
SI	E	<-- Optimum Stimulation Level	,206	,038	5,485	,000
PI	O	<-- Exploratory Information Seeking	,065	,035	1,841	,066

The model fit values appears that our model is well established. X2/df ratio is .539, CFI is 1 NFI is .979 and RMSEA is .00 for the model. And the regression table 4 above shows that the effect of extroversion on the stimulation level and the effect of stimulation level on information seeking are significant. At the last step, even though the effect of information seeking behavior on purchasing intention is slightly over the common level, for mediation it can be seen as acceptable (Barron and Kenny, 1986).

CONCLUSION

Confirmatory factor analysis was conducted by using AMOS 6 to test convergent and discriminant validity of the scales that are used in this study. Although these measures are well established in USA, it was important to investigate the measurement equivalence of the instruments and their applicability in Turkish contexts. The results of the study reveals that all hypotheses “H₁.” Extroversion has a significant effect on optimum stimulation level”, “H₂.” Optimum stimulation level has a significant effect on exploratory information seeking” and “H₃.” Exploratory information seeking has a significant impact on online purchase intention.”are all supported. Boedeker (1995) stated in his study that there is a positive correlation between consumers who shop for entertainment and their optimum stimulation level. When the website is quite entertaining (3D pictures, music, colors, etc.), arousal will increase for visitors with high stimulation levels (Richard & Chebat, 2016). Individuals with high arousal levels improve their flow state in their interactions with computer-mediated

environments, while individuals with low arousal levels experience anxiety in their interactions with computer-mediated environments (Novak & Hoffman, 1996, p. 61). Based on the results of the research, it is thought that organizing promotional activities that will increase the stimulation level of consumers can be beneficial for the companies especially for those launching new products or services.

More exploratory consumers tend to show more interest in sales promotions that encourage and offer added value (Chandon et al., 2000). In addition Lepp & Gibson (2008) found out a significant relationship between stimulation and purchase intention in the selection of alternatives. Consumers with low arousal levels prefer normal and easily accessible websites because they don't look for novelty, variety and they also don't want to take some risks especially when they are online. Individuals with a high level of OSL prefer extraordinary websites with their originality and innovativeness because they need to be stimulated and they look for different stimuli, they can search more and search more information; because they are motivated by curiosity. The websites need to be attractive so that they can properly evaluate the content of the websites and they can keep them longer. Sales messages that are not only exciting, intriguing, innovative but also stimulating can also be beneficial for them. For example, it would be better to create advertisements which motivate extrovert consumers' social behavior. It may be beneficial for companies to reach their customers according to the sector they are affiliated with, especially when creating their promotional activities. For example, when a tourism company designs a tour package, it may be beneficial to provide all kinds of detailed information on the website (different restaurant names, information about the ways of transportation from the hotel they will stay to the historical places, payment options, etc.). On the other hand, the website of a hospital in question may be suggested to give information such as offering service to the companions of the patients. It is also recommended to make different promotional campaigns for different target groups. For instance, for low stimuli levels such as elderly or retired consumers, it is recommended to give messages that include lower risk or reduce uncertainty especially for technological products. It is also thought that a pre-offer make consumers try out different experiences such as offering a free lunch for the promotion of a newly opened hotel and making this offer visible on their website. These kinds of promotional activities can be an opportunity for increasing the level of stimulation of consumers. In addition Lepp & Gibson (2008) found out a significant relationship between stimulation and purchase intention in the selection of tourism destinations. Since the results of the study reveals that extroverts feel the need for stimulation, they will be very interested in the media and they will seek information so it is recommended for the companies to deliver interesting and explanatory messages of their products especially on social media. (sharing videos, organizing diverse and attractive sales promotions, inviting consumers for involving in product use). Consumer behavior research has linked the exploratory searches of consumers to the presence of their stimulation level (e.g., novelty, diversity, difference, curiosity, or a personal reason for change). It is thought that it will be an important source of motivation for the consumers who are looking for diversity in the context of online shopping by increasing the variety of the products or offering new products that can create alteration for the consumers.

In future studies, researching different personality traits towards omnichannel purchase intention could contribute to make comparisons between different personality traits and purchasing intentions. In addition, in future studies, comparisons can be made between Generation X, Generation Y and Generation Z, and differences and common aspects between generations can be determined. Finally, since studies can be conducted in different cultures it will contribute to revealing differences or similarities between cultures and can be presented as suggestions for future studies.

REFERENCES

- Aljukhadar, M., & Senecal, S. (2011). Segmenting the online consumer market. *Marketing Intelligence & Planning*, 29(4), 421-435. <https://doi.org/10.1108/02634501111138572>
- Athapaththu, JC, & Kulathunga, KMSD (2018). Factors affecting online purchase intention: Effects of technology and social commerce. <https://doi.org/10.5539/ibr.v11n10p111>
- Avornyo, P., Fang, J., Antwi, CO, Aboagye, MO, & Boadi, EA (2019). Are customers still with us? The influence of optimum stimulation level and IT-specific traits on mobile banking discontinuous usage intentions. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 47, 348-360. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2019.01.001>

- Bakker, AB, Van Der Zee, KI, Lewig, KA, & Dollard, MF (2006). The relationship between the big five personality factors and burnout: A study among volunteer counselors. *The Journal of social psychology, 146*(1), 31-50. <https://doi.org/10.3200/SOCP.146.1.31-50>
- Baron, RM, & Kenny, DA (1986). The moderator–mediator variable distinction in social psychological research: Conceptual, strategic, and statistical considerations. *Journal of personality and social psychology, 51*(6), 1173. <https://doi:10.1037/0022-3514.51.6.1173>
- Baumgartner, H., & Steenkamp, JBE (1996). Exploratory consumer buying behavior: Conceptualization and measurement. *International journal of Research in marketing, 13*(2), 121-137. [https://doi:10.1016/0167-8116\(95\)00037-2](https://doi:10.1016/0167-8116(95)00037-2)
- Blackburn, R. (1969). Sensation seeking, impulsivity, and psychopathic personality. *Journal of consulting and clinical psychology, 33*(5), 571. <https://doi:10.1037/h0028301>
- Boedeker, M. (1995)., "Optimum Stimulation Level and Recreational Shopping Tendency", in E European Advances in Consumer Research Volume 2, eds. Flemming Hansen, Provo, Association for Consumer Research, Pages: 372-380.
- Chandon, P., Wansink, B., & Laurent, G. (2000). A benefit congruency framework of sales promotion effectiveness. *Journal of marketing, 64*(4), 65-81. <https:// 10.1509/jmkg.64.4.65.18071>
- Costa, PT, & McCrae, RR (1992). Normal personality assessment in clinical practice: The NEO Personality Inventory. *Psychological assessment, 4*(1), 5. <https:// 10.1037/1040-3590.4.1.5>
- Dabholkar, PA, & Bagozzi, RP (2002). An attitudinal model of technology-based self-service: moderating effects of consumer traits and situational factors. *Journal of the academy of marketing science, 30*(3), 184-201. <https:// 10.1177/0092070302303001>
- Dhar, J., & Jha, AK (2014). Analyzing social media engagement and its effect on online product purchase decision behavior. *Journal of Human Behavior in the Social Environment, 24*(7), 791-798. <https:// 10.1080/10911359.2013.876376>
- Dickson, PR (2000). Understanding the trade winds: The global evolution of production, consumption, and the Internet. *Journal of Consumer Research, 27*(1), 115-122. <https://10.1086/314313>
- Flynn, LR, Goldsmith, RE, & Eastman, JK (1996). Opinion leaders and opinion seekers: Two new measurement scales. *Journal of the academy of marketing science, 24*(2), 137-147. <https:// 10.1177/0092070396242004>
- Ghani, JA, & Deshpande, SP (1994). Task characteristics and the experience of optimal flow in human computer interaction. *The Journal of psychology, 128*(4), 381-391. <https:// 10.1080/00223980.1994.9712742>
- Gu, R., Jiang, Z., Oh, LB, & Wang, K. (2018). Exploring the impact of optimum stimulation level on individual perceptions of IT innovations: a trait hierarchical model perspective. *ACM SIGMIS Database: the DATABASE for Advances in Information Systems, 49*(1), 67-92. <https:// /10.1145/3184444.3184450>
- Guido, G., Capestro, M., & Peluso, AM (2007). Experimental shopping analysis of consumer stimulation and motivational states in shopping experiences. *International Journal of Market Research, 49*(3), 365-386. <https://10.1177/147078530704900307>
- Hanna, N., & Wagle, JS (1988). Who is your satisfied customer? *Journal of Services Marketing, 2*(3), 5-13. <https:// 10.1108/eb024728>

- He, WJ, Wong, WC, & Hui, ANN (2017). Emotional reactions mediate the effect of music listening on creative thinking: Perspective of the arousal-and-mood hypothesis. *Frontiers in psychology*, 8, 1680. <https://10.3389/fpsyg.2017.01680>
- Hong, IB, & Cha, HS (2013). The mediating role of consumer trust in an online merchant in predicting purchase intention. *International Journal of Information Management*, 33(6), 927-939. <https://10.1016/j.ijinfomgt.2013.08.007>
- Hoyer, WD, & Ridgway, NM (1984). Variety seeking as an explanation for exploratory purchase behavior: A theoretical model. *ACR North American Advances*.
- Kiel, GC, & Layton, RA (1981). Dimensions of consumer information seeking behavior. *Journal of marketing Research*, 18(2), 233-239. <https://doi.org/10.1177/002224378101800210>
- Koo, DM, & Ju, SH (2010). The interactional effects of atmospherics and perceptual curiosity on emotions and online shopping intention. *Computers in Human Behavior*, 26(3), 377-388. <https://10.1016/j.chb.2009.11.009>
- Korzaan, ML (2003). Going with the flow: Predicting online purchase intentions. *Journal of Computer Information Systems*, 43(4), 25-31. <https://10.1080/08874417.2003.11647530>
- Kwak, H., Fox, RJ, & Zinkhan, GM (2002). What products can be successfully promoted and sold via the internet?. *Journal of advertising research*, 42(1), 23-38. <https://10.2501/JAR-42-1-23-38>
- Langelaan, S., Bakker, AB, Van Doornen, LJ, & Schaufeli, WB (2006). Burnout and work engagement: Do individual differences make a difference?. *Personality and individual differences*, 40(3), 521-532. <https://10.1016/j.paid.2005.07.009>
- Legohérel, P., Daucé, B., Hsu, CH, & Ranchhold, A. (2009). Culture, time orientation, and exploratory buying behavior. *Journal of International Consumer Marketing*, 21(2), 93-107. <https://10.1080/08961530802153029>
- Lepp, A., & Gibson, H. (2008). Sensation seeking and tourism: Tourist role, perception of risk and destination choice. *Tourism Management*, 29(4), 740-750. <https://10.1016/j.tourman.2007.08.002>
- Leuba, C. (1955). Toward some integration of learning theories: The concept of optimal stimulation. *Psychological Reports*, 1(1), 27-33. <https://doi.org/10.2466/pr0.1955.1.g.27>
- Ludvigh, EJ, & Happ, D. (1974). Extraversion and preferred level of sensory stimulation. *British Journal of Psychology*, 65(3), 359-365. <https://10.1111/j.2044-8295.1974.tb01410.x>
- Mahatanankoon, P. (2007). The effects of personality traits and optimum stimulation level on text-messaging activities and m-commerce intention. *International Journal of Electronic Commerce*, 12(1), 7-30. <https://10.2753/JEC1086-4415120101>
- Maignan, I., & Lukas, BA (1997). The nature and social uses of the Internet: A qualitative investigation. *Journal of Consumer Affairs*, 31(2), 346-371. <https://10.1111/j.1745-6606.1997.tb00395.x>
- Matzler, K., Bidmon, S., & Grabner-Kräuter, S. (2006). Individual determinants of brand affect: the role of the personality traits of extraversion and openness to experience. *Journal of product & brand management*. <https://10.1108/10610420610712801>
- McAlister, L., & Pessemier, E. (1982). Variety seeking behavior: An interdisciplinary review. *Journal of Consumer research*, 9(3), 311-322. <https://10.1086/208926>

- McCrae, RR, & Costa Jr, PT (1989). Reinterpreting the Myers-Briggs type indicator from the perspective of the five-factor model of personality. *Journal of personality*, 57(1), 17-40. <https://doi.org/10.1111/j.1467-6494.1989.tb00759.x>
- McReynolds, P. (1971). Behavioral choice as a function of novelty-seeking and anxiety-avoidance motivations. *Psychological reports*, 29(1), 3-6. <https://doi.org/10.2466/pr0.1971.29.1.3>
- Mehrabian, A., & Russell, JA (1974). *An approach to environmental psychology*. the MIT Press.
- Menon, S., & Kahn, BE (1995). The impact of context on variety seeking in product choices. *Journal of Consumer Research*, 22(3), 285-295. <https://doi.org/10.1086/209450>
- Moe, WW (2003). Buying, searching, or browsing: Differentiating between online shoppers using in-store navigational clickstream. *Journal of consumer psychology*, 13(1-2), 29-39. https://doi.org/10.1207/S15327663JCP13-1&2_03
- Novak, TP, Hoffman, DL, & Yung, YF (1996). Modeling the structure of the flow experience, web users, Marketing science and the internet mini-conference, 1-14.
- Orth, UR, & Bourrain, A. (2005). Optimum stimulation level theory and the differential impact of olfactory stimuli on consumer exploratory tendencies, *Advances in Consumer Research* 32, 613-619.
- Pavlou, PA (2003). Consumer acceptance of electronic commerce: Integrating trust and risk with the technology acceptance model. *International journal of electronic commerce*, 7(3), 101-134. <https://doi.org/10.1080/10864415.2003.11044275>
- Picazo-Vela, S., Chou, SY, Melcher, AJ, & Pearson, JM (2010). Why provide an online review? An extended theory of planned behavior and the role of Big-Five personality traits. *Computers in Human Behavior*, 26(4), 685-696. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2010.01.005>
- Raja, U., Johns, G., & Ntalianis, F. (2004). The impact of personality on psychological contracts. *Academy of management Journal*, 47(3), 350-367. <https://doi.org/10.5465/20159586>
- Raju, JS (1995). Theoretical models of sales promotions: Contributions, limitations, and a future research agenda. *European Journal of Operational Research*, 85(1), 1-17. [https://doi.org/10.1016/0377-2217\(94\)00275-H](https://doi.org/10.1016/0377-2217(94)00275-H)
- Raju, PS (1980). Optimum stimulation level: Its relationship to personality, demographics, and exploratory behavior. *Journal of consumer research*, 7(3), 272-282. <https://doi.org/10.1086/208815>
- Richard, MO, & Chandra, R. (2005). A model of consumer web navigational behavior: conceptual development and application. *Journal of business Research*, 58(8), 1019-1029. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2004.04.001>
- Richard, MO, & Chebat, JC (2016). Modeling online consumer behavior: Preeminence of emotions and moderating influences of need for cognition and optimal stimulation level. *Journal of Business Research*, 69(2), 541-553. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2015.05.010>
- Rohm, AJ, & Swaminathan, V. (2004). A typology of online shoppers based on shopping motivations. *Journal of business research*, 57(7), 748-757. https://doi.org/10.1007/978-1-4615-0763-5_2
- Rolland, JP (2002). The cross-cultural generalizability of the Five-Factor model of personality.
- Rowley, J. (2000). Product search in e-shopping: a review and research propositions. *Journal of consumer marketing*. <https://doi.org/10.1108/07363760010309528>

- Smith, DN, & Sivakumar, K. (2004). Flow and Internet shopping behavior: A conceptual model and research propositions. *Journal of Business Research*, 57(10), 1199-1208. [https://10.1016/S0148-2963\(02\)00330-2](https://10.1016/S0148-2963(02)00330-2)
- Soares, AM, Shoham, A., Farhangmehr, M., & Rubio, A. (2008). *Exploratory behavior: a Portuguese and British study*. ACR North American Advances.
- Steenkamp, JBE, & Baumgartner, H. (1992). The role of optimum stimulation level in exploratory consumer behavior. *Journal of consumer research*, 19(3), 434-448. <https://10.1086/209313>
- Steenkamp, JBE, & Baumgartner, H. (1995). Development and cross-cultural validation of a short form of CSI as a measure of optimum stimulation level. *International Journal of Research in Marketing*, 12(2), 97-104. [https://10.1016/0167-8116\(93\)E0035-8](https://10.1016/0167-8116(93)E0035-8)
- Steenkamp, JBE, & Burgess, SM (2002). Optimum stimulation level and exploratory consumer behavior in an emerging consumer market. *International Journal of Research in Marketing*, 19(2), 131-150. [https://10.1016/S0167-8116\(02\)00063-0](https://10.1016/S0167-8116(02)00063-0)
- Thoman, DB, Sansone, C., & Pasupathi, M. (2007). Talking about interest: Exploring the role of social interaction for regulating motivation and the interest experience. *Journal of Happiness Studies*, 8(3), 335-370. <https://10.1007/s10902-006-9016-3>
- Thoms, P., Moore, KS, & Scott, KS (1996). The relationship between self-efficacy for participating in self-managed work groups and the big five personality dimensions. *Journal of Organizational Behavior*, 17(4), 349-362. [https://10.1002/1099-1379\(199607\)17:4<349::AID-JOB756>3.0.CO;2-3](https://10.1002/1099-1379(199607)17:4<349::AID-JOB756>3.0.CO;2-3)
- Tsao, WC, & Chang, HR (2010). Exploring the impact of personality traits on online shopping behavior. *African journal of business management*, 4(9), 1800-1812. <https://10.5897/AJBM.9000280>
- Wolfenbarger, M., & Gilly, MC (2001). Shopping online for freedom, control, and fun. *California management review*, 43(2), 34-55. <https://10.2307/41166074>
- Venkatraman, MP, & MacInnis, DJ (1985). *The epistemic and sensory exploratory behavior of hedonic and cognitive consumers*. ACR North American Advances.
- Zhao, H., & Seibert, SE (2006). The big five personality dimensions and entrepreneurial status: A meta-analytical review. *Journal of applied psychology*, 91(2), 259.

Author Contribution Rate

The authors' contribution rates in the study are equal.

APPENDIX A

Items marked with * are reverse coded.

Extroversion

I see Myself as Someone Who... ____

Is talkative

*Is reserved

Is full of energy

Generates a lot of enthusiasm

*Tends to be quiet

Has an assertive personality

*Is sometimes shy, inhibited

Is outgoing, sociable

OPTIMUM STIMULATION LEVEL

*I like to continue doing the same old things rather than trying new and different things

I like to experience novelty and change in my daily routine.

I like a job that offers change, variety, and travel, even if it involves some danger.

I am continually seeking new ideas and experiences.

I like continually changing activities.

When things get boring, I like to find some new and unfamiliar experience.

*I prefer a routine way of life to an unpredictable one full of change.

EXPLORATORY INFORMATION SEEKING

*Reading mail advertising to find out what's new is a waste of time.

I like to go window shopping and find out about the latest styles.

*I get very bored listening to others about their purchases.

I generally read even my junk mail just to know what it is about.

*I don't like to shop around just out of curiosity.

I like to browse through mail order catalogs even when I don't plan to buy anything.

*I usually throw away mail advertisements without reading them.

I like to shop around and look at displays.

*I don't like to talk to my friends about my purchases.

I often read advertisements just out of curiosity.

ONLINE PURCHASE INTENTION

I would like to purchase a product from online stores

I would like to recommend my friends and family to purchase a product from online stores

If there is a product that I want to purchase, I would like to use the online store

BABACAN LİDERLİK VE YÖNETİCİYE GÜVEN İLİŞKİSİNDE GÜÇ MESAFESİ, BİREYCİLİK VE TOPLULUKÇULUĞUN DÜZENLEYİCİ ETKİLERİNİN İNCELENMESİ*

Osman USLU¹, Kadir ARDIÇ²

Makale Bilgisi

Araştırma Makalesi

DOI: 10.35379/cusosbil.1034101

Makale Geçmişi:

Geliş 08.12.2021

Düzeltilme 02.04.2022

Kabul 11.04.2022

Anahtar Kelimeler:

Babacan Liderlik,

Güven,

Güç Mesafesi,

Bireycilik,

Toplulukçuluk.

ÖZ

Babacan liderliğin kültürel değerlere göre olumlu ya da olumsuz bir liderlik biçimi olup olmadığını sorgulandığı bu çalışmada, babacan liderlik ve yöneticiye güven ilişkisi ile bu ilişkide kültürel değerlerden güç mesafesi, bireycilik ve toplulukçuluğun düzenleyici etkilerinin olup olmadığını incelemek amaçlanmıştır. Bu doğrultuda nicel bir araştırma yürütülmüş ve farklı sektörlerde faaliyet gösteren 753 çalışan anket tekniği vasıtasıyla araştırmaya dâhil edilmiştir. Bulgular çalışanların babacan liderlik algıları ile yöneticilerine duydukları güven arasında yüksek şiddette pozitif bir etkileşimin olduğunu ortaya koymaktadır. Bu ilişkide bireycilik ve toplulukçuluğun herhangi bir düzenleyici etkilerine rastlanmazken, güç mesafesinin negatif fakat oldukça zayıf bir etkisinin olduğu görülmüştür. Sonuç olarak bu çalışmada babacan liderliğin çalışanların yöneticiye duydukları güveni güçlendirdiği, fakat bu ilişkilerde sahip oldukları kültürel değerlerin kayda değer etkilerinin olmadığı tespit edilmiştir. Genel olarak değerlendirildiğinde bulguların yazında konuyla ilgili teorik ima ve farklı görüşlere somut bir dayanak oluşturabileceği belirtilebilir. Bu bağlamda çalışmanın liderlik, örgütsel psikoloji ve kültür alanlarına katkı sağlaması beklenmektedir.

INVESTIGATION THE MODERATING EFFECTS OF POWER DISTANCE, INDIVIDUALISM AND COLLECTIVISM IN THE ASSOCIATION OF PATERNALIST LEADERSHIP AND TRUST IN MANAGER

Article Info

Research Article

DOI: 10.35379/cusosbil.1034101

Article History:

Received 08.12.2021

Revised 02.04.2022

Accepted 11.04.2022

Keywords:

Paternalist Leadership,

Trust,

Power Distance,

Individualism,

Collectivism.

ABSTRACT

In current study, which questions whether paternalistic leadership is a positive or negative leadership style depending on cultural values, it is aimed to examine the association between paternalistic leadership and trust in manager, and whether there are moderating effects of power distance, individualism and collectivism in this association. So, a quantitative research was conducted and 753 employees in different sectors were included in the research through the survey technique. The findings reveal a strong positive interaction between the paternalistic leadership perceptions of the employees and their trust in managers exists. While no moderating effects of individualism and collectivism were found As a result, in this study it was determined that paternalistic leadership strengthened the employees' trust in manager, but the cultural values in these relationships did not have significant effects. When evaluated in the context of the relevant literature, findings can form a concrete basis for theoretical debate and complex views on the subject. In this respect, it is expected the present study will contribute to the leadership, organizational psychology, and culture literature.

* Bu çalışma sorumlu yazarın Prof. Dr. Kadir Ardıç danışmanlığında Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü bünyesinde 2017 yılında tamamlanan "Babacan Liderlik Algısı ve Yöneticiye Güven İlişkisinde Kültürel Değerlerin Etkisi" isimli doktora tezinden türetilmiştir. Yazarlar çalışmanın etik kurallara bağlı olarak hazırladığını taahhüt eder.

¹ Doç. Dr., Afyon Kocatepe Üniversitesi, İİBF, Yönetim Bilişim Sistemleri Bölümü, ousluu@aku.edu.tr, ORCID: 0000-0002-0571-6281

² Prof. Dr., Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi, İİBF, İşletme Bölümü, kadir.ardich@manas.edu.kg, ORCID: 0000-0001-7851-9564
Alıntılanak için/Cite as: Uslu, O., Ardıç, K. (2022), Babacan Liderlik ve Yöneticiye Güven İlişkisinde Güç Mesafesi, Bireycilik ve Toplulukçuluğun Düzenleyici Etkilerinin İncelenmesi, Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 31 (1), 279-291.

GİRİŞ

Babacan liderliğin çalışanlar tarafından farklı algılanabileceğine yönelik yazında teorik tartışmaların olduğu görülmektedir. Özellikle babacan liderliğin yüksek güç mesafesi ve toplulukçuluk değerleriyle uyumlu olmasından dolayı (Cerit, 2013, s. 841), bu değerlere sahip çalışanlar tarafından arzulanan bir tarz olduğu ileri sürülmektedir (Cerit, 2013, s. 841; Saufi, Wafa & Hamzah, 2002). Bunun aksine, babacan liderliğin düşük güç mesafesi ve bireycilik ile tam anlamıyla örtüşmediği ve bundan dolayı “otoriterlikle eşdeğer” kabul edildiği ifade edilmektedir (Aycan, 2006, s. 451). Hatta babacan liderlik ilgili toplumlarda özel hayata müdahale (Aycan, 2001), yöneticilerin kendi çıkarları için yararlandıkları bir araç (Colella & Garcia, 2003) ve kişilerin hak ve özgürlüklerini kısıtlayıcı bir olgu (Aycan, 2006, s. 451) olarak algılanabilmektedir. Pellegrini ve Scandura'nın (2006, s. 265) farklı liderlik biçimlerinin farklı kültürlerde etkin olabileceğine yönelik varsayımı ile Popper ve Druyan'ın (201, s. 550) liderliğin örgütsel olduğu kadar kültürel de olduğuna dair ifadeleri yazındaki konuya ilişkin tartışmaları güçlendirmektedir. Babacan liderlik algısı vurgulandığı üzere gerçekten yüksek güç mesafesi ve toplulukçu kültürel değerlere sahip çalışanlar açısından olumlu bir liderlik tarzı mıdır? Ya da düşük güç mesafesi ve bireyci kültürel değerlere sahip çalışanlarca olumsuzluk olarak mı atfedilmektedir? Bu soruların cevaplarının teorik tartışmalardan ziyade ampirik olarak test edilmesi kıymetli gözükmektedir. Teorik tartışmaların paralelinde babacan liderliğe ilişkin yazın gün geçtikçe gelişse de ampirik çalışmaların oldukça sınırlı olması (Pellegrini & Scandura, 2008, s. 567; Pellegrini, Scandura & Jayaraman, 2010, s. 392) yukarıda sözü edilen sorunsalın çözümü noktasında özellikle ampirik düzeyde yeni bilgi birikimlerine ihtiyacın olduğunu işaret etmektedir. Babacan liderliğin olumlu ya da olumsuzluğunu incelemek üzere bu çalışma bağlamında yöneticiye güven değişkeni ele alınmıştır. Çünkü hem örgütteki güven düzeyini belirleme de (Deluga, 1995, s. 13) hem de takipçilerin lidere yönelik bakış açılarının önemli bir göstergesi olarak lider davranışı büyük öneme sahiptir. Buradan hareketle bu çalışmada iki amaç belirlenmiştir. İlki babacan liderliğin yöneticiye güven ile muhtemel ilişkisini ortaya koymaktır. Bu noktada genel anlamda babacan liderliğin çalışanlar nezdinde yansımaları tespit etmek mümkün olacaktır. Diğeri ise babacan liderlik ve yöneticiye güven arasındaki muhtemel ilişkide yazında teorik açıdan sıkça vurgulanan güç mesafesi, bireycilik ve toplulukçuluğun düzenleyici etkilerinin olup olmadığının tespit edilmesidir. İkinci amaç ile ise çalışanların sahip olduğu kültürel değerlerin etkileri incelenmiş olacaktır. Bulguların makro düzeydeki tartışmalara mikro düzeyde ampirik katkılar sağlayacağı beklentisi bu çalışmayı yürütmeye itici güç olmuştur. Çalışmada babacan liderlik ve yöneticiye güven ilişkisinde kültürel değerlerin etkileri incelendiğinden ve bunun yanı sıra kültürel değerler bireysel düzeyde ele alındığından, Türk toplumundaki farklı kültürel değerlerin etkileri de incelenmiş olmaktadır. İlgili inceleme, Türkiye bağlamında liderliğe ilişkin bilginin artmasına yardımcı olacağı gibi, aynı zamanda kültürlerarası liderlik çalışmalarına katkı sağlayacaktır (Lau, 2012, s. 2). Çalışmanın amaçlarına paralel olarak nicel bir araştırma tasarlanmış ve teorik vurguların ampirik yansımalarının değerlendirilmesi hedeflenmiştir. Bu doğrultuda ilk olarak çalışmanın arka planı ve hipotezlerine, ardından yöntem, daha sonra bulgular ve son olarak tartışma sonuç bölümlerine yer verilerek çalışma sonlandırılmıştır. Çalışmanın liderlik, örgütsel psikoloji ve kültür alanlarına katkı sağlaması beklenmektedir.

LİTERATÜR TARAMASI

Arka Plan ve Hipotezler

“Güçlü disiplin ve otoritenin ahlaki bütünlük ve babacan yardımseverlik ile birleşmiş hali” olarak tanımlanan babacan liderlik (Farh & Cheng, 2000, s. 84), liderin çalışanların özel hayatlarına dâhil olduğu, onları kendi refahları için yönlendirdiği ve kontrol ettiği bir liderlik tarzı olarak tanımlanmaktadır (Schroeder, 2011, s. 3). Aycan (2006, s. 449) babacan liderliğin yapısını “işyerinde aile atmosferi oluşturma”, “bireysel ilişkiler kurma”, “çalışanların iş dışı yaşamlarına dâhil olma”, “bağlılık beklentisi” ve “statü hiyerarşisi ve otorite” olmak üzere beş boyutta açıklamaktadır. Babacan liderlikte çalışanlara ilgili olma ve yardımseverliğin dışında disiplin ve otoritenin de olması, onu diğer liderlik türlerinden ayrı kılmaktadır. Özellikle disiplin ve otorite ile özel yaşama dâhil olma unsurlarının değişik kültürlerde farklı anlamlarının olmasının babacan liderliğe yönelik zıt görüş ve algıların ortaya çıkmasına neden olduğu ileri sürülebilir. Öyle ki babacan liderlik yüksek güç mesafesinin ve toplulukçuluk değerlerinin yüksek olduğu toplumlarda daha pozitif algılanırken (Pellegrini & Scandura, 2006; Aycan, 2006), güç mesafesinin düşük ve bireyciliğin yüksek olduğu kültürlerde otoriterlik (Pellegrini & Scandura, 2008) veya zorlayıcı olmayan istismar (Goodell, 1985, s. 252) olarak değerlendirilebilmektedir.

Kişiler arası güven bağlamında incelenen yöneticiye güven (Kılıçlar, 2011, s. 24), çalışanların yönetici ya da liderin güvenilirlik ve dürüstlüğüne yönelik değerlendirmelerine dayanmaktadır (Sharkie, 2009, s. 494). Çalışan

ile yönetici ya da lider arasındaki güven iklimi dürüstlük, sadakat, tutarlılık, açıklık ve yeterlilik gibi unsurlara bağlı olarak oluşmaktadır (Butler & Cantrell, 1984, s. 19). Bu bağlamda algılanan liderliğin olumlu ya da olumsuz olduğunu tespit etmede güvenin önemli bir göstere olduğu ifade edilebilir. Konovsky ve Pugh (1994, s. 657) çalışanların yöneticilerini çalıştıkları kurumun temsilcileri olarak gördüklerini vurgulamaktadır. Özellikle yöneticilerin örgüt ortamında güven iklimini inşa etmede kritik role sahip olmaları (Ülker, 2008, s. 191; Creed & Miles, 1996, s. 20) güvenin lider ya da yönetici algısının göstergesi olduğunu destekler niteliktedir. Bu doğrultuda lider ya da yöneticisinin davranışlarını onaylayan, yönetim biçiminden memnun olan çalışanların yöneticiye güven düzeylerinin yüksek, öte yandan lider ya da yöneticisinin tarzını beğenmeyen, adaletsiz uygulamalara maruz kalacağını düşünen veya benimsemediği bir yöneticiyle faaliyetlerini yürüten çalışanların yöneticiye güven düzeyleri düşük olması beklenir.

Yazında kültürel değerlerin incelendiği çalışmalarda birçok çeşitli kültürel değerlere yer verilse de (belirsizlikten kaçınma, erillik-dişillik, uzun-kısa dönem yönelimlilik vb.) güç mesafesi, bireycilik ve toplulukçuluğun teorik açıdan babacan liderlik ile sıkça ilişkilendirilen kültürel değerler olduğu görülmektedir. Hofstede'nin (1980) yürütmüş olduğu meşhur çalışmanın sonucunda ortaya çıkan bu kültürel boyutlar makro anlamda toplumların değerlerini ifade etse de günümüzde birey düzeyinde de incelemelere konu olmaktadır. İlgili kültürel değerlerden güç mesafesi, bir toplumda ya da örgütte gücün eşitsizliğini kabul etme derecesiyle ilgilidir (Hatch & Cunliffe, 2013, s. 164). Bireysel anlamda düşünüldüğünde ise güç mesafesi yüksek bireylerin eşitsizliği olağan karşıladığı, fakat güç mesafesi düşük bireylerin bu eşitsizliği kabul etmediği ve hatta reddettiği düşünülebilir (Hofstede, 1980). Hatch ve Cunliffe (2013, s. 166) bireylerin bu beklentilerinden dolayı lider tercihlerinin de farklı olabileceğini, güç mesafesi düşük kültürlerde idealin demokratik yöneticiler, diğer taraftan güç mesafesi yüksek kültürlerde ise idealin yardımsever bir otokrat olduğu örneğiyle açıklamaktadır. Bireycilik ve toplulukçuluk ise bireylerin içinde buldukları toplumla birlikte ya da toplumdan bağımsız davranışlarıyla ilgili olup (Hatch & Cunliffe, 2013, s. 166), yüksek bireycilikte "ben", diğer yandan yüksek toplulukçulukta "biz" olguları ön plana çıkmaktadır (Bakan, Büyükebeş & Bedestenci, 2004, s. 87; Terzi, 2000, s. 74). Bireycilikte kişisel kimliğin öncelenmesi söz konusuysen, toplulukçulukta sosyal ve grup kimliğinin öncelenmesi göze çarpmaktadır. Güç mesafesine benzer şekilde bireylerin bireycilik ya da toplulukçuluk değerlerinin de davranış, tutum ve algılarını farklılaştırması olağan gözükmemektedir.

Babacan liderliğin yöneticiye güven ile ilişkili olduğuna dair kuvvetli imalar olsa da (Pellegrini & Scandura, 2006, s. 270; Uhl-Bien ve diğerleri, 1990, s. 419), sözü edilen değişkenler arasındaki bağlantıyı inceleyen geçmiş çalışmaların oldukça sınırlı olduğu görülmektedir (Göncü, Ayhan & Johnson, 2014; Wu ve diğerleri, 2012, s. 109; Ötken & Cenkeçi, 2012, s. 534). Bununla birlikte babacan liderliğin yüksek destek ve yardımsever davranışları içermesi (Fischer ve diğerleri, 2005, s. 33), güvenin yapısında yer alan yardımseverlik (İslamoğlu, Birsal & Börü, 2007, s. 32) ve ilgili olma (Whitener ve diğerleri, 1998, s. 516) unsurlarıyla örtüştüğü belirtilebilir. Konuya ilişkin Sun ve Wang'ın (2009, s. 337) yürüttüğü bir çalışmada babacan liderliğin yardımseverlik unsuruyla yöneticiden memnuniyet arasında olumlu ilişki elde edilmiştir. Bir diğer çalışmada babacanlığın lidere duyulan güveni, bağlılığı, uyum ve motivasyonu artıracağı vurgulanmaktadır (Uhl-Bien ve diğerleri, 1990, s. 419). Göncü, Ayhan ve Johnson (2014, s. 43) çalışmasında babacan liderliğin lidere güveni güçlendirdiği sonucuna varmıştır. Benzer şekilde diğer çalışmada babacan liderliğin ahlaki ve yardımseverlik boyutlarının yöneticiye duyulan güveni artırdığı bulgusu elde edilmiştir (Wu ve diğerleri, 2012, s. 109). Gerek teorik imalar gerekse konuya ilişkin sınırlı olan çalışmaların bulguları babacan liderlik ile yöneticiye güven arasında pozitif ilişkiye işaret etmektedir. Buradan hareketle çalışmanın birinci hipotezi aşağıdaki gibi oluşturulmuştur.

H1: Babacan liderlik yöneticiye güven ile pozitif ilişkilidir.

Güç ve güce yüklenen anlamla yakından bağlantılı olan güç mesafesinin yüksek ya da düşük olması bireylerin olayları değerlendirme biçimlerini, tercihlerini, algı ve tutumlarını etkilemektedir. Kültürel değerlerin farklılaşmasına dayalı şekilde ortaya çıkan bu farklılıkların muhtemel babacan liderlik ve yöneticiye güven ilişkisini de etkilemesi doğal gözükmemektedir. Güç mesafesi yüksek bireyler eşitsizliği onaylayıp kabul ettiklerinden ve babacan liderin yardımseverliğini hoş karşılayıp bağlılık gösterdiklerinden (Schoreder, 2011, s. 7), güç mesafesinin muhtemel babacan liderlik yöneticiye güven ilişkisini pozitif etkilemesi beklenir. Çünkü güç mesafesi arttıkça çalışanlar babacan lideri daha pozitif algılamaktadır. Khatri'nin (2009, s. 7) de ifade ettiği üzere, güç mesafesi yüksek çalışanlar kararlara katılımda isteksiz olmakta ve yöneticilerin kendileri adına karar vermelerini arzulamaktadırlar. Buna ek olarak güç mesafesi yüksek çalışanların liderlerinden kendileri için "patronaj ilişkileri" tesis etmelerini istedikleri ifade edilmektedir (Kabasakal & Bodur, 1998, s. 9). Bu bilgiler

ışığında güç mesafesi değerlerinin muhtemel babacan liderlik yöneticiye güven ilişkisini güçlendireceği çıkarımı yapılmıştır ve aşağıdaki hipotez geliştirilmiştir.

H2: Babacan liderlik ve yöneticiye güven ilişkisinde güç mesafesinin pozitif düzenleyici etkisi vardır.

Babacan liderliğin pozitif algılandığı bir diğer toplum kültürü toplulukçuluk olarak bilinmektedir (Gelfand, Erez & Aycan, 2007). Niu, Wang ve Cheng (2009, s. 33) toplulukçu kültürlerde liderlerin ahlaki öğretilerinin tanındığını ve liderlerin kayrıldığını ifade etmektedir. Bu nedenle toplulukçuluk düzeyi yüksek çalışanlar liderlerinin davranışlarını olumlu yorumlamakta, bu davranış biçimini benimsemekte ve uyum açısından gerekli bir davranış olarak düşünmektedir. Gelfand, Erez ve Aycan (2007) Babacan liderin çalışanlar üzerinde olumlu etkiye sahip olmasını, babacan liderin çalışanların özel hayatları ile ilgilenmesi ve güçlü aile bağlarıyla açıklamaktadır. Bu bağlamda güç mesafesine benzer şekilde toplulukçuluğun da muhtemel babacan liderlik yöneticiye güven ilişkisinde pozitif düzenleyici etkilerin olması beklenir. Fakat bireycilik için aynı varsayımı söylemek mümkün değildir. Çünkü bireycilikte özerk olma ve bağımsız davranma olguları ön plana çıkmakta bu değerler babacan liderlikle örtüşmemektedir. Aycan (2001, s. 5) babacan ilişkilerde boyun eğmenin gönüllü olduğunu fakat batı kültürlerinin bu durumu kabul etmediğini ifade etmektedir. Hatta özgüven, öz idare ve özerklik gibi hususların babacanlıkle ilgili ilişkili olduğu belirtilmektedir (Aycan, 2006, s. 450). Babacan liderin özel hayata dâhil olması, bireyci değerlere sahip çalışanlara tarafından özel yaşama müdahale olarak algılanmakta (Pellegrini & Scandura, 2006, s. 270) ve bundan dolayı babacan liderliğe yönelik negatif bir tutum oluşmaktadır. Bu doğrultuda güç mesafesinin ve toplulukçuluk değerlerinin aksine, muhtemel babacan liderlik ve yöneticiye güven ilişkisinde bireyciliğin negatif düzenleyici etkisinin olması beklenir. İlgili yazın bağlamında toplulukçuluk ve bireycilik kültürel değerlerinin düzenleyici etkilerine dair oluşturulan hipotezler ise aşağıdaki gibidir.

H3: Babacan liderlik ve yöneticiye güven ilişkisinde toplulukçuluğun pozitif düzenleyici etkisi vardır.

H4: Babacan liderlik ve yöneticiye güven ilişkisinde bireyciliğin negatif düzenleyici etkisi vardır.

YÖNTEM

Çalışmanın amaçları doğrultusunda nicel bir araştırma kurgulanmış ve veriler anket tekniği ile toplanmıştır. Araştırmada kullanılan soru formu dört kısımdan oluşmaktadır. İlk üç kısımda babacan liderlik, yöneticiye güven ve kültürel değerleri (güç mesafesi, toplulukçuluk ve bireycilik) ölçen sorulara yer verilirken, son kısımda katılımcıların demografik özelliklerini tespit etmeye yönelik sorular bulunmaktadır. Veriler korelasyon, regresyon ve Hayes (2013) düzenleyici etki analizleri ile incelenmiştir.

Örneklem

Araştırmanın örneklemini Afyonkarahisar, İstanbul ve Sakarya illerinde otomotiv, banka, elektrik, sigorta, gıda ve sigorta özel sektörü çalışanları ile tarım il müdürlüğü ve üniversite gibi kamu sektöründe faaliyet gösteren 753 katılımcı oluşturmaktadır. Spesifik bir sektöre odaklanma amacı olmadığından mümkün olduğunca katılımcı sayısını artırmak hedeflenmiş ve bu nedenle tesadüfi olmayan yöntemlerden kolay örnekleme yöntemi tercih edilmiştir. Oluşturulan soru formu kapalı zarf usulü ile katılımcılara bırakılmış ve belli bir süre sonra geri toplanmıştır.

Katılımcıların çoğunluğunun erkek (% 61.8), evli (% 67.1), lisans eğitim düzeyine sahip (% 38.8), beyaz yaka (% 84.2) ve orta kademe çalışanı (% 46.6) oldukları görülmektedir. Katılımcıların % 15.7'sinin banka sektöründe, % 17.7'sinin otomotiv sektöründe, % 14.3'ünün sigorta sektöründe, % 12.3'ünün elektrik sektöründe, % 12.1'inin gıda sektöründe ve % 27.9'unun kamu sektöründe olduğu görülmektedir. Ortalama yaşı 36.8 yıl olan katılımcıların ortalama aylık gelirleri 2845.4 TL, bağlı oldukları kurumda çalışma süresi 10.5 yıl ve toplam iş yaşamında bulunma süresinin 14.8 yıl olduğu görülmektedir.

Ölçekler

Çalışmada kullanılan ölçeklerin tamamı “1-Kesinlikle Katılmıyorum” dan “5-Kesinlikle Katılıyorum”a uzanan yapıda olup tüm ölçekleri 5’li Likert yapısındadır.

Babacan Liderlik Ölçeği: 21 ifadeli ölçek ve Aycan (2006) tarafından geliştirilmiştir. Ölçek babacan lider davranışlarını karakterize eden beş boyut içermektedir.

Yöneticiye Güven Ölçeği: Yöneticiye güvenin ölçümünde McAllister’in (1995) geliştirmiş olduğu kişilerarası güven ölçeğinden yararlanılmıştır. Ölçeğin Türkçe’ye geçerlilik ve güvenilirlik prosedürleri daha önce Sağlam Arı (2003) tarafından yürütülmüştür. Ölçek ters kodlu bir madde dâhil 11 ifadeden ve iki alt boyuttan (bilişsel/duygusal güven) oluşmaktadır.

Kültürel Değer Ölçekleri: Kültürel değerler bu çalışma bağlamında bireysel düzeyde ölçülmüştür. Güç mesafesinin ölçümünde Earley ve Erez'in (1997) geliştirdiği 8 ifadeli ölçekten yararlanılmıştır. Bireycilik ve toplulukçuluk değerleri ise INDCOL ölçeği vasıtasıyla ölçülmüştür. INDCOL'un geçerlilik ve güvenilirlik prosedürleri Wasti ve Erdil (2007) tarafından yürütülmüştür. Ölçeğin çalışma için uygun kısmı (Yatay bireycilik/toplulukçuluk) 16 ifadeyi içermektedir.

ARAŞTIRMA BULGULARI

Tanımlayıcı İstatistikler ve Güvenirlilik Bulguları

Araştırmada kullanılan bütün ölçeklerin ilk olarak güvenilirlik değerleri incelenmiştir. İlk bulgular babacan liderlik ölçeğinin içsel tutarlılığının $\alpha = .900$, yöneticiye güven ölçeğinin $\alpha = .762$, güç mesafesi ölçeğinin $\alpha = .695$, bireycilik ölçeğinin $\alpha = .623$ ve son olarak toplulukçuluk ölçeğinin $\alpha = .797$ olduğunu göstermektedir. Toplam madde değerlerinin oldukça düşük olduğu tespit edilen 5 ifade (babacan liderlik-2, bireycilik-1 ve yöneticiye güven-2) ölçeklerden çıkarılmıştır. Madde sayısı azalan ölçeklere güvenilirlik analizi tekrar uygulanmış ve son güvenilirlik sonuçları ile ölçeklere ilişkin tanımlayıcı istatistikler Tablo 1'de gösterilmiştir.

Tablo 1. Tanımlayıcı İstatistikler ve Güvenirlilik Değerleri

Değişken	O	SS	Cronbach's Alpha
Babacan Liderlik	3.69	0.62	.91
İşyerinde aile atmosferi oluşturma	3.71	0.84	.87
Bireysel ilişkiler	3.74	0.80	.82
Çalışanların iş dışı yaşamlarına dâhil olma	3.67	0.80	.79
Bağlılık beklentisi	3.31	0.92	.63
Statü hiyerarşisi ve otorite	3.83	0.65	.68
Yöneticiye Güven	3.76	0.70	.89
Duygusal güven	3.61	0.80	.81
Bilişsel güven	3.68	0.70	.84
Güç Mesafesi	2.93	0.64	.69
Toplulukçuluk	4.05	0.51	.79
Bireycilik	3.69	0.56	.63

Not: n=753. O=Ortalama. SS=Standart Sapma.

Araştırma bağlamında kullanılan ölçeklerin güvenilirlik değerleri genel olarak tatmin edici gözükmemektedir. Diğer yandan kültürel değerleri ölçen ölçeklerin güvenilirlik değeri diğer ölçeklere göre biraz düşük gözükmemektedir. Kültürel değerlerin ölçümünde 0.60 değeri yazında kabul gördüğünden, bu durum olağan gözükmemektedir (Oyserman, Coon & Kimmelmeier, 2002, s. 41). Ortalamalar incelendiğinde çalışanların babacan liderlik algılarının ve yöneticiye güven düzeylerinin ortalamasının üzerinde olduğu görülmektedir. Kültürel değerler açısından bakıldığında güç mesafesi ve bireyciliğin orta düzeylerde olduğu fakat çalışanların toplulukçuluk değerlerinin yüksek olduğu belirtilebilir.

Hipotezlerin Testi

Çalışmanın hipotezlerini sınamak için korelasyon, regresyon ve Hayes (2013) düzenleyici etki analizleri yapılmıştır. Korelasyon analizi bulguları babacan liderlik ile yöneticiye güven arasında oldukça yüksek düzeyde pozitif ($r: 0.78, p<0,001$) bir ilişki olduğunu göstermektedir. Bununla birlikte babacan liderliğin beş boyutunun tamamı ile yöneticiye güvenin bilişsel ve duygusal güven boyutları arasında değişen şiddetlerde olumlu ilişkilere rastlanmıştır. Bilişsel güven le kıyaslandığında duygusal güvenin babacan liderlik ve tüm boyutları ile daha kuvvetli ilişkilere sahip olduğu görülmüştür. İlgili bulgu babacan liderlik algıları yükseldikçe çalışanların daha yüksek düzeyde duygusal temelli güven hissettiklerini ortaya koymaktadır. Bulgular çalışmanın ilk hipotezinin desteklendiğini ortaya koymaktadır. Değişkenler arası detaylı ilişkiler Tablo 2'de sunulmuştur (Ek-1). Düzenleyici etki analizinin yapılabilmesi için hem bağımsız hem de düzenleyici (moderatör) değişkenlerin bağımlı değişkene etkilerinin gözlemlenmesi gerekmektedir. Her ne kadar korelasyon analizi ile benzer bulgular ortaya çıkacak da değişkenler arasındaki etkileşimleri gözlemlenmek adına regresyon analizleri de yapılmıştır. Regresyon analizi bulguları Tablo 3'te detaylı şekilde gösterilmiştir (Ek-2). Bulgular babacan liderliğin yöneticiye güven üzerinde pozitif ve kuvvetli bir etkisinin olduğunu göstermektedir ($r: .78; p<.001$). Benzer şekilde kültürel değerlerden güç mesafesi ($r: .23; p<.001$), toplulukçuluk ($r: .34; p<.001$) ve bireyciliğin de ($r: .16; p<.001$) yöneticiye güven üzerinde düşük düzeyde pozitif etkilerine rastlanmıştır. Babacan liderliğin yöneticiye güven ile ilişkisinde kültürel değerlerin etkisini incelemek üzere Hayes (2013) düzenleyici etki analizinden yararlanılmıştır. İlgili analiz tekniğinde düzenleyici değişkenin ortalamasının standart sapma kadar

üzeri ve altı kategorize edilmekte ve bu seviyelerde bağımsız değişkenin bağımlı değişken üzerindeki etkileri incelenmektedir. Böylelikle düzenleyici değişkenin etkisinin olup olmadığı tespit edilmektedir (Hayes, 2013, s. 9). Bu doğrultuda üç farklı model kurulmuş ve test edilmiştir. Her bir kültürel değer için düzenleyici etkilerini gösteren bulgular sırasıyla Tablo 4, 5 ve 6'da sunulmuştur.

Tablo 4. Düzenleyici Etki Bulguları (Güç Mesafesi)

<i>Değişkenler</i>	<i>βa</i>	<i>95% CI</i>	<i>t</i>	<i>ΔR2</i>	<i>F (1.922)</i>	<i>p</i>
<i>Babacan liderlik*</i>						
Yöneticiye güven (.75; .08)	-.08	[-.12; -.03]	-3.36	.00	11.29	.000
Bilişsel güven (.65; .13)	-.10	[-.15; -.04]	-3.84	.01	14.78	.000
Duygusal güven (.75; .01)	-.04	[-.09; .00]	-1.70	.00	2.88	.090
<i>İşyerinde aile atmosferi oluşturma*</i>						
Yöneticiye güven (.64; .14)	-.09	[-.14; -.04]	-3.74	.00	13.98	.000
Bilişsel güven (.54; .18)	-.12	[-.17; -.07]	-4.56	.01	20.79	.000
Duygusal güven (.65; .08)	-.05	[-.09; -.00]	-1.85	.00	3.44	.063
<i>Bireysel ilişkiler*</i>						
Yöneticiye güven (.68; .09)	-.07	[-.12; -.02]	-2.76	.00	7.63	.006
Bilişsel güven (.57; .15)	-.12	[-.17; -.05]	-3.90	.01	15.24	.000
Duygusal güven (.71; .02)	-.02	[-.07; .03]	-.65	.00	.42	.514
<i>Çalışanların iş dışı yaşamlarına dâhil olma*</i>						
Yöneticiye güven (.64; .19)	-.15	[-.20; -.10]	-5.50	.02	30.23	.000
Bilişsel güven (.56; .23)	-.16	[-.22; -.10]	-5.47	.02	29.91	.000
Duygusal güven (.64; .12)	-.12	[-.17; -.06]	-4.13	.01	17.06	.000
<i>Bağlılık beklentisi*</i>						
Yöneticiye güven (.23; .18)	.02	[-.06; .09]	.49	.00	.24	.627
Bilişsel güven (.23; .21)	.02	[-.04; .09]	.65	.00	.42	.515
Duygusal güven (.20; .13)	.01	[-.06; .08]	.23	.00	.06	.813
<i>Statü hiyerarşisi ve otorite*</i>						
Yöneticiye güven (.53; .12)	-.14	[-.20; -.08]	-4.69	.02	22.05	.000
Bilişsel güven (.51; .14)	-.11	[-.17; -.05]	-3.55	.01	12.62	.000
Duygusal güven (.48; .07)	-.16	[-.22; -.09]	-4.95	.02	24.50	.000

Not. n= 753. (1;2) 1=Bağımsız değişkenin bağımlı değişkene doğrudan etkisi, 2= Düzenleyici değişkenin bağımlı değişkene doğrudan etkisi. *Etkileşim etkisinin standardize edilmiş regresyon katsayıları (bağımsız değişken × düzenleyici değişken). ^aBağımsız değişken= Babacan liderlik (İşyerinde aile atmosferi, bireysel ilişkiler, çalışanların iş dışı yaşamlarına dâhil olma, bağlılık beklentisi, statü hiyerarşisi ve otorite). Düzenleyici değişken= Güç mesafesi. Bağımlı değişken=Yöneticiye güven (Bilişsel güven, duygusal güven).

Tablodan görüldüğü üzere hem babacan liderliğin (r: .75) hem de güç mesafesinin (.08) yöneticiye güven üzerinde doğrudan pozitif etkileri gözlemlenmiştir. Fakat birlikte etkilerinin düşük düzeyde negatife dönüştüğü görülmüştür (βa: -.08). İlgili bulgu beklenilen aksine güç mesafesinin babacan liderlik ve yöneticiye güven ilişkisinde düşük şiddette de olsa negatif bir düzenleyici etkisinin olduğunu ortaya koymaktadır. Bu noktada çalışmanın ikinci hipotezi desteklenmemiştir. Toplulukçuluk açısından değerlendirildiğinde, toplulukçuluğun da yöneticiye güven üzerinde doğrudan pozitif etkisi gözlenirse de babacan liderlikle birlikte etkisinin anlamsız olduğu tespit edilmiştir. Dolayısıyla babacan liderlik yöneticiye güven ilişkisinde toplulukçuluğun da anlamlı bir düzenleyici etkisine rastlanmamıştır. Bu durumda çalışmanın üçüncü hipotezi de tam anlamıyla desteklenmemiştir. Bununla birlikte değişkenlerin boyutları detaylı incelendiğinde babacan liderliğin bireysel ilişkiler kurma ile bağlılık beklentisi boyutlarının yöneticiye güven ile ilişkilerinde toplulukçuluğun pozitif düzenleyici etkilerinin olduğu görülmüştür. İlgili bulgu çalışmanın ikinci hipotezinin kısmi olarak desteklendiğini ortaya koymaktadır. Tablo C'den görüleceği üzere babacan liderlik ile yöneticiye güven ilişkisinde bireyciliğin de herhangi anlamlı düzenleyici bir etkisi görülmemiştir. İlgili bulgu çalışmanın üçüncü hipotezinin de desteklenmediğini göstermektedir.

Tablo 5. Düzenleyici Etki Bulguları (Toplulukçuluk)

<i>Değişkenler</i>	<i>β</i>	<i>95% CI</i>	<i>t</i>	<i>ΔR2</i>	<i>F (1.922)</i>	<i>p</i>
<i>Babacan liderlik*</i>						
Yöneticiye güven (.75; .10)	-.00	[-.04; .03]	-.31	.00	.10	.751
Bilişsel güven (.65; .14)	.00	[-.04; .04]	.03	.00	.00	.977
Duygusal güven (.75; .03)	-.01	[-.06; .03]	-.61	.00	.38	.536
<i>İşyerinde aile atmosferi oluşturma*</i>						
Yöneticiye güven (.63; .19)	-.03	[-.08; .02]	-1.17	.00	1.37	.243
Bilişsel güven (.54; .22)	-.04	[-.10; .01]	-1.57	.00	2.47	.117
Duygusal güven (.64; .13)	-.01	[-.06; .04]	-.40	.00	.16	.686
<i>Bireysel ilişkiler*</i>						
Yöneticiye güven (.67; .19)	.09	[.04; .13]	3.83	.01	14.66	.000
Bilişsel güven (.57; .22)	.08	[.03; .13]	3.22	.01	10.40	.001
Duygusal güven (.68; .13)	.08	[.03; .13]	3.43	.01	11.79	.001
<i>Çalışanların iş dışı yaşamlarına dâhil olma*</i>						
Yöneticiye güven (.62; .17)	-.02	[-.08; .02]	-.10	.00	.10	.318
Bilişsel güven (.52; .21)	-.00	[-.06; .05]	-.06	.00	.00	.950
Duygusal güven (.64; .09)	-.05	[-.10; .00]	-1.84	.00	3.37	.067
<i>Bağlılık beklentisi*</i>						
Yöneticiye güven (.21; .32)	.07	[.02; .00]	6.71	.00	5.12	.024
Bilişsel güven (.21; .33)	.08	[.02; .14]	2.70	.01	7.28	.007
Duygusal güven (.18; .25)	.04	[-.02; .10]	1.44	.00	2.07	.151
<i>Statü hiyerarşisi ve otorite*</i>						
Yöneticiye güven (.51; .17)	.05	[.00; .09]	2.03	.00	4.13	.093
Bilişsel güven (.49; .20)	.05	[.00; .10]	2.13	.00	4.53	.034
Duygusal güven (.47; .12)	.04	[-.01; .08]	1.52	.00	2.31	.129

Not. n= 753. Düzenleyici değişken= Toplulukçuluk.

Tablo 6. Düzenleyici Etki Bulguları (Bireycilik)

<i>Değişkenler</i>	<i>β</i>	<i>95% CI</i>	<i>t</i>	<i>ΔR2</i>	<i>F (1.922)</i>	<i>p</i>
<i>Babacan liderlik*</i>						
Yöneticiye güven (.77; .09)	.02	[-.01; .06]	1.07	.00	1.14	.285
Bilişsel güven (.69; .12)	-.00	[-.05; .04]	-.08	.00	.00	.933
Duygusal güven (.75; .04)	.04	[.00; .08]	2.08	.00	4.34	.037
<i>İşyerinde aile atmosferi oluşturma*</i>						
Yöneticiye güven (.66; .15)	.07	[.00; .10]	2.30	.00	5.28	.021
Bilişsel güven (.57; .17)	.00	[-.05; .06]	.07	.00	.00	.943
Duygusal güven (.65; .10)	.11	[.06; .16]	4.38	.01	19.20	.000
<i>Bireysel ilişkiler*</i>						
Yöneticiye güven (.71; .09)	.00	[-.04; .05]	.10	.00	.00	.922
Bilişsel güven (.62; .12)	-.02	[-.07; .03]	-.88	.00	.78	.378
Duygusal güven (.71; .04)	.03	[-.02; .07]	1.24	.00	1.55	.213
<i>Çalışanların iş dışı yaşamlarına dâhil olma*</i>						
Yöneticiye güven (.66; .14)	-.02	[-.07; .03]	-.72	.00	.52	.472
Bilişsel güven (.58; .17)	-.04	[-.09; .01]	-1.45	.00	2.10	.148
Duygusal güven (.65; .09)	.01	[-.04; .06]	.30	.00	.09	.763
<i>Bağlılık beklentisi*</i>						
Yöneticiye güven (.24; .14)	.04	[-.02; .10]	1.24	.00	1.53	.217
Bilişsel güven (.24; .18)	.06	[-.00; .12]	1.94	.00	3.76	.052
Duygusal güven (.21; .09)	.01	[-.05; .07]	.30	.00	.09	.764
<i>Statü hiyerarşisi ve otorite*</i>						
Yöneticiye güven (.56; .08)	.05	[.00; .09]	2.06	.00	4.26	.039
Bilişsel güven (.54; .11)	.06	[.01; .10]	2.30	.00	5.31	.021
Duygusal güven (.54; .03)	.03	[-.01; .08]	1.40	.00	1.95	.162

Not. n= 753. Düzenleyici değişken= Bireycilik.

SONUÇ

Yazındaki teorik tartışmalara paralel olarak tasarlanan bu çalışmada, babacan liderlik ve yöneticiye güven arasındaki ilişkinin ve sözü edilen muhtemel ilişkide kültürel değerlerden güç mesafesi, toplulukçuluk ve bireyciliğin düzenleyici etkilerinin olup olmadığının incelenmesi amaçlanmıştır. Araştırmanın ilk bulgusu babacan liderliğin yöneticiye güven ile yüksek düzeyde olumlu ilişkili olduğu yönündedir. Bununla birlikte babacan liderliğin tüm boyutları ile yöneticiye güvenin tüm boyutları da pozitif ilişkili bulunmuştur. Yazında konuyla ilgili daha önce yürütülmüş çalışmaların bulgularının bu yönde olduğu görülmektedir. Göncü, Ayhan ve Johnson (2014, s. 36) babacan liderliğin lidere duyulan güveni güçlendirdiğini tespit etmiştir. Wu ve ark. (2012,

s. 108) ise babacan liderliğin yardımsever liderlik boyutu ile yöneticiye güven arasında pozitif bir ilişki olduğunu ortaya koymuştur. Bir diğer araştırmada lidere güvenin babacan liderlik ile etik iklim ilişkisini güçlendirdiği bulgusu elde edilmiştir (Ötken & Cenççi, 2012, s. 525). Babacan liderliğin bilişsel güvenden ziyade duygusal güven ile daha kuvvetli bir ilişki içinde olduğu görülmüştür. Babacan liderin çalışanlarla ilişkisinin “batı profesyonelliğinin aksine oldukça duygusal olduğu” (Aycan, 2006, s. 453) ifadesi ilgili bulguyu destekler niteliktedir. Babacan liderliğin bireysel ilişkiler kurma boyutu ile yöneticiye güven ve duygusal güven arasındaki etkileşimlerin bu çalışma bağlamındaki en kuvvetli ilişkiler olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bireysel ilişkiler tesis etmenin güvenin ilgili olma (Mishra, 1996; Whitener ve diğerleri, 1998) boyutu ile örtüşmesinden dolayı sözü edilen bulgu elde edilmiş olabilir. Babacan liderlik işyeri ayrımcılığına yönelik bir uygulama (Colella & Garcia, 2004), özerkliği sınırlayıcı bir araç (Aycan, 2001) veya otoriterlik (Pellegrini & Scandura, 2008) olarak olumsuz nitelendirilmelere söz konusu olsa da sosyal ve örgütsel problemlerin çözüm aracı olarak pozitif de değerlendirilmektedir (Aycan, 2006, s. 445). Fakat bu çalışma bağlamında babacan liderliğin yöneticiye güven ile kuvvetli pozitif ilişkisi, yazındaki olumsuz görüşlerin aksine babacan liderliğin çalışanlar tarafından pozitif algılandığını ortaya koymaktadır. Bir diğer ifade ile bireysel olarak çalışanlar ilgilenme ya da örgütte aile ortamı oluşturma gibi hususlar çalışanlar tarafından özel yaşama müdahale ya da özerklik kısıtlayıcı bir şey olarak değil, aksine duygusal açıdan olumlu değerlendirilmektedir. Bu doğrultuda babacan liderliğin örgütlerde güven iklimini oluşturmada önemli bir unsur olduğu ifade edilebilir.

Tüm kültürel değerlerin hem yöneticiye güven ile hem de babacan liderlik ile pozitif ilişkili oldukları görülmüştür. Düzenleyici etki analizi bulgularında ise bu etkileşimlerin kuvvet düzeylerinin düştüğü ve hatta bazılarının ise ortadan kalktığı görülmüştür. İlgili sonuçlara yöneticiye güvenin çok büyük ölçüde sadece babacan liderlik tarafından açıklanmasından dolayı ulaşıldığı düşünülmüştür. Düzenleyici etki analizinde babacan liderlik ve yöneticiye güven ilişkisinde güç mesafesinin oldukça düşük düzeyde negatif etkisine rastlanmıştır. Sözü edilen etki düşük olsa da yazındaki imalar (Schroeder, 2011, s. 7-9; Aycan, 2006, s. 461; Kabasakal & Bodur, 1998, s. 9) ile örtüşmediği görülmüştür. Türk toplumunun güç mesafesi yüksek olsa da belki de güce yüklenen anlamın zamanla değişmesinden dolayı düşüğe olsa güç mesafesinin negatif düzenleyici etkisi gözlemlenmiş olabilir. Bireycilik ve toplulukçuluğun ise babacan liderlik yöneticiye güven ilişkisinde anlamlı düzenleyici etkilerine rastlanmamıştır. Bununla birlikte değişkenlerin boyutları detaylı incelendiğinde babacan liderliğin bireysel ilişkiler kurma ile bağlılık beklentisi boyutlarının yöneticiye güven ile ilişkilerinde toplulukçuluğun pozitif düzenleyici etkilerinin olduğu görülmüştür. İlgili bulgular her ne kadar toplulukçuluğun yazındaki imaları (Gelfand, Erez & Aycan, 2007; Niu, Wang & Cheng, 2009, s. 33) ile örtüşse de babacan liderlik ve yöneticiye güven ilişkisindeki düzenleyici etkisinin oldukça sınırlı olduğunu ortaya koymaktadır. Topyekûn değerlendirildiğinde babacan liderlik yöneticiye güven ilişkisinde kültürel değerlerin etkisinin ya hiç olmadığı ya da oldukça sınırlı olduğu sonucuna ulaşılmıştır. İlgili sonuç yazında kültürel değerlerin etkisinin olabileceği yönündeki vurgular ile (Pellegrini ve Scandura, 2006, s. 24; Aycan, 2006, s. 451; Ghosh, 2011, s. 94) oldukça sınırlı düzeyde örtüşmektedir. Dolayısıyla bu çalışma bağlamında babacan liderliğin yöneticiye güven ile ilişkisinde kültürel değerlerin kayda değer etkilerinin olmadığı ve babacan liderliğin kültürel değerlerden bağımsız olarak yöneticiye güveni açıkladığı sonucuna varılmıştır.

Kültürel nitelikteki bir çalışma için kültürel kıyaslamaya imkân sağlayan örneklemelerin oluşturulması kıymetli gözükmektedir. Fakat bu çalışmada zaman ve mekân gibi kısıtlardan dolayı farklı ülkelerden örneklemeler araştırmaya dâhil edilmemiş ve yalnızca ülkemizdeki çalışanlar üzerinde çalışma yürütülmüştür. Her ne kadar bireysel anlamda farklılıklar olsa da etkileşimin sık olmasından dolayı aynı ülkede yaşayan bireylerin kültürel değerlerinin benzeşmesi riski bulunmaktadır. Bu bağlamda gelecek çalışmalarda farklı ülkelerin de örneklemeye dâhil edildiği araştırmaların tasarlanması faydalı gözükmektedir. Bu çalışmada kültürel değerler nicel yöntemler le ölçülmüş ve değerlendirilmiştir, gelecek çalışmalarda nitel yöntemlerin de kullanılmasına imkân sağlayan karma yöntemlerin benimsenmesi anlamlı olabilecektir. Babacan liderliğin algılanma biçiminin testi için bu çalışmada pozitif anlamda güven değişkeni incelenmiştir. Gelecek çalışmalarda, stres, çatışma ve tükenmişlik gibi negatif değişkenler ile babacan liderlik ilişkileri incelenebilir. Makro düzeydeki tartışmalara istinaden yürütülen bu çalışmanın sonuçları halen ilgili konuda yeni çalışmalara ihtiyacın olduğunu ortaya koymaktadır.

KAYNAKLAR

- Aycan, Z. (2001). Paternalizm: Liderlik anlayışına ilişkin Üç Görgül Çalışma, *Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 11-33.
- Aycan, Z. (2006). Paternalism: Towards Conceptual Refinement and Operationalization. In U. Kim, K. S. Yang & K. K. Hwan (Eds.), *Indigenous and Cultural Psychology: Understanding People in Context*, (445-466). New York, NY: Springer. https://psycnet.apa.org/doi/10.1007/0-387-28662-4_20.
- Bakan, İ., Büyükbeşe, T. & Bedestenci, HÇ (2004). *Örgüt surlarının çözümünde örgüt kültürü: Teorik ve ampirik yaklaşım*. Alfa Aktüel Yayınları.
- Butler, JK & Cantrell, RS (1984). A Behavioral Decision Theory Approach to Modeling Dyadic Trust in Superiors and Subordinates. *Psychological Reports*, 55, 19-28. <https://doi.org/10.2466%2Fpr0.1984.55.1.19>.
- Cerit, Y. (2013). Paternalist liderlik ile öğretmenlere yönelik yıldırma davranışları arasındaki ilişki. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Bilimleri*, 13(2), 839-851.
- Colella, A. & Garcia, MF (2004). Paternalism: Hidden Discrimination? *Paper Presented at The Academy of Management Meetings*, New Orleans, La.
- Creed, WED & Miles, RE (1996). Trust in Organizations: A Conceptual Framework Linking Organizational Forms, Managerial Philosophies, and The Opportunity Costs of Controls. Roderick M Kramer & Rom, T. Tyler (Ed.), in, *Trust In Organizations: Frontiers of Theory and Research*, 16-38, Sage Publications, London. <https://psycnet.apa.org/doi/10.4135/9781452243610.n2>.
- Deluga, RJ (1995). *The Relation Between Trust in the Supervisor and Subordinate*. New York, Ny: Springer. https://doi.org/10.1207/s15327876mp0701_1.
- Earley, PC & Erez, M. (1997). *The transplanted executive*. Oxford University Press.
- Farh, JL & Cheng, BS (2000). A Cultural Analysis of Paternalist Leadership in Chinese Organizations. J., T., Li; A., S., Tsui & E., Weldon (Eds.), *Management and Organizations in The Chinese Context*, 84-127, London.
- Fischer, R., Redford, P., Ferreira, MC, Harb, C. & Leal-Assmar, EM (2005). Organizational Behavior Across Cultures: Theoretical and Methodological Issues for Developing Multi-Level Frameworks Involving Culture. *International Journal of Cross-Cultural Management*, 5(1), 27-48. <https://doi.org/10.1177%2F1470595805050823>.
- Gelfand, MJ, Erez, M. & Aycan, Z. (2007). Cross-Cultural organizational behavior. *Annual Review of Psychology*, 58, 479-514. <https://doi.org/10.1146/annurev.psych.58.110405.085559>.
- Ghosh, A. (2011). Power distance in organizational contexts-A review of collectivist cultures. *The Indian Journal of Industrial Relations*, 47(1), 89-101. <https://www.jstor.org/stable/23070557>.
- Goodell, GE (1985). Paternalism, Patronage, and Potlatch: The dynamics of giving and being given to. *Current Anthropology*, 26(2), 247-257. <https://doi.org/10.1086/203252>.
- Göncü, A., Aycan, Z., & Johnson, RE (2014). Effects of paternalistic and transformational leadership on follower outcomes. *The International Journal of Management and Business*, 5(1), 36-58.

- Hatch, MJ & Cunliffe, AL (2013). *Organization theory: Modern, symbolic and postmodern perspectives*. 3. Edition, Oxford University Press.
- Hayes, AF (2013). *Introduction to mediation, moderation, and conditional process analysis: A regression-based approach*. Guilford Publications.
- Hofstede, G. (1980), *Culture's consequences: International differences in work-related values*. Thousand Oaks, Ca: Sage, London.
- İslamoğlu, G., Birsell, M. & Börü, D. (2007). *Kurum içinde güven. yöneticiye, iş arkadaşlarına ve kuruma yönelik güven ölçümü (alan araştırması ve sonuçlar)*. İnkılap Yayınları.
- Kabasakal, H. & Bodur, M. (1998). Leadership and culture in Turkey: A multiface phenomena. *Research Papers*, Boğaziçi University.
- Khatri, N. (2009). Consequences of power distance orientation in organizations. *Vision*, 13(1), 1-9. <https://doi.org/10.1177%2F097226290901300101>.
- Kiliçlar, A. (2011). Yöneticiye duyulan güven ile örgütsel adalet ilişkisinin öğretmenler açısından incelenmesi. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 3(3), 23-36. <https://isarder.org/index.php/isarder/article/view/45>.
- Konovsky, MA & Pugh, SD (1994). Citizenship behavior and social exchange. *The Academy of Management Journal*, 37(3), 656-669. <https://doi.org/10.2307/256704>.
- McAllister, DJ (1995). Affect and cognition based trust as foundations for interpersonal cooperation in organizations. *The Academy of Management Journal*, 38(1), 24-59. <https://doi.org/10.2307/256727>.
- Mishra, AK (1996). Organizational Responses to Crisis: The Role of Trust. in Roderick M. Kramer & Rom T. Tyler (Eds.), *Trust in Organizations: Frontiers of Theory and Research*, 261-287, Sage Publications, London. <https://dx.%3Cwbr%3Edoi.%3Cwbr%3Eorg/10.4135/9781452243610.n13>.
- Niu, CP, Wang, AC & Cheng, BS (2009). Benevolent leader: Probing the interactions of the dimensions of Paternalistic leadership. *Asian Journal of Social Psychology*, 12(1) 32–39. <https://doi.org/10.1111/j.1467-839X.2008.01267.x>.
- Oyserman, D., Coon, H., & Kimmelmeier, M. (2002). Rethinking Individualism and Collectivism: Evaluation of theoretical assumptions and Metaanalyses, *Psychological Bulletin*, 128(1), 3-72. <https://psycnet.apa.org/doi/10.1037/0033-2909.128.1.3>.
- Ötken, AB & Cenkçi, T. (2012). The impact of Paternalistic leadership on ethical climate: The moderating role of trust in leader. *Journal Of Business Ethics*, 108, 525–536. <https://doi.org/10.1007/s10551-011-1108-2>.
- Pellegrini, EK & Scandura, TA (2006). Leader-Member Exchange (Lmx), Paternalism, and Delegation in the Turkish business culture: An empirical investigation. *Journal of International Business Studies*, 37(2), 264-279. <https://doi.org/10.1057/palgrave.jibs.8400185>.
- Pellegrini, EK & Scandura, TA (2008). Paternalist leadership: A review and agenda for future research. *Journal of Management*, 34(3), 566-593. <https://doi.org/10.1177%2F0149206308316063>.
- Pellegrini, EK, Scandura, TA & Jayaraman, V. (2010). Cross-cultural generalizability of Paternalistic leadership: An expansion of leader-member exchange theory. *Group & Organization Management*, 35(4), 391–420. <https://doi.org/10.1177%2F1059601110378456>.

- Popper, M. & Druyan, N. (2001). Cultural Prototypes? Or Leaders' Behaviours? A Study on Workers' Perceptions of Leadership in an Electronics Industry. *Journal Of Managerial Psychology*, 16(7), 549-558. <https://doi.org/10.1108/EUM0000000006167>.
- Sağlam Arı, G. (2003). Yöneticiye duyulan güven örgütsel bağlılığı artırır mı? *Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 2, 17-36.
- Saufi, RA, Wafa, SA & Hamzah, MYZ (2002). Leadership style preferences in Malaysian managers. *Malaysian Management Review*, 39(1), 1-10.
- Schroeder, JL (2011). *The impact of Paternalism and organizational collectivism in multinational and family-owned firms in Turkey*. [Master Dissertation, University of South Florida].
- Sharkie, R. (2009). Trust in leadership is vital for employee performance. *Management Research News*, 32(5), 491-498. <https://doi.org/10.1108/01409170910952985>.
- Sun, JM & Wang, B. (2009). Servant Leadership in China: Conceptualization and Measurement. W. H. Mobley, Y. Wang & L. Wings (Eds.) In *Advances in Global Leadership*, 321-344, Bingley: Emerald Group. [https://doi.org/10.1108/S1535-1203\(2009\)0000005017](https://doi.org/10.1108/S1535-1203(2009)0000005017).
- Terzi, AR (2000). *Örgüt kültürü*. Nobel Yayın Dağıtım.
- Uhl-Bien, M., Tierney, PS, Graen, BG & Wakabayashi, M. (1990). Company Paternalism and the Hidden-Investment Process: Identification of the Right Type for Line Managers in Leading Japanese Organizations. *Group Organization Management*, 15(4), 414-430. <https://doi.org/10.1177%2F105960119001500406>.
- Ülker, G. (2008). Çalışanların örgütsel adalet algılamalarının yönetici ve örgüte duyulan güven üzerindeki etkisi. *Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9(16), 188-208. <https://doi.org/10.11616/AbantSbe.237>.
- Wasti, SA & Erdil, SE (2007). Bireycilik ve toplulukçuluk değerlerinin ölçülmesi: Benlik kurgusu ve Indcol ölçeklerinin Türkçe geçerlemesi. *Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 7, 39-66.
- Whitener, EM, Brodt, SE, Korsgaard, MA & Werner, JM (1998). Managers as Initiators of Trust: An Exchange Relationship Framework for Understanding Managerial Trustworthy Behavior. *The Academy of Management Review*, 23(3), 513-530. <https://www.jstor.org/stable/259292>.
- Wu, M., Huang, X., Li, C. & Liu, W. (2012). Perceived Interactional justice and trust-in-supervisor as mediators for Paternalistic leadership. *Management and Organization Review*, 8(1), 97-121. doi:10.1111/j.1740-8784.2011.00283.x.

Yazar Katkı Oranı

Araştırmanın tüm süreçlerinde 2. yazarın katkı oranı % 20'dir. Araştırma arka planın oluşturulması, hipotezlerin formüle edilmesi, verilerin toplanması ve analiz edilmesi süreçlerinde birinci yazarın katkı oranı %80'dir.

Ek 1.

Tablo 2. Değişkenler Arası İlişkilerin İncelenmesine Yönelik Korelasyon Analizi

Değişken	Babacan liderlik						Yöneticiye güven			GM	B	T
	BL	İA	Bİ	İD	BB	S	YG	DG	BG	GM	B	T
Babacan liderlik (BL)	-											
İşyerinde aile atmosferi oluşturma (İA)	.87***	-										
Bireysel ilişkiler (Bİ)	.89***	.71***	-									
Çalışanların iş dışı yaşamlarına dâhil olma (İD)	.84***	.71***	.71***	-								
Bağlılık beklentisi (BB)	.41***	.18***	.25***	.20***	-							
Statü hiyerarşisi ve otorite (S)	.70***	.44***	.59***	.42***	.33***	-						
Yöneticiye güven (YG)	.78***	.66***	.72***	.66***	.26***	.57***	-					
Duygusal güven (DG)	.75***	.66***	.71***	.65***	.22***	.51***	.92***	-				
Bilişsel güven (BG)	.69***	.58***	.63***	.57***	.26***	.55***	.93***	.73***	-			
Güç mesafesi (GM)	.22***	.12**	.21***	.08*	.18***	.30***	.23***	.16***	.26***	-		
Bireycilik (B)	.09**	.03	.10**	.02	.10**	.15**	.16***	.11**	.18***	.06	-	
Toplulukçuluk (T)	.31***	.22***	.25***	.26***	.12**	.34***	.33***	.27***	.35***	.14***	.27***	-

Not: n = 753. Babacan Liderlik= BL, İşyerinde aile atmosferi oluşturma= İA, Bireysel ilişkiler= Bİ, Çalışanların iş dışı yaşamlarına dâhil olma= İD, Bağlılık beklentisi= BB, Statü hiyerarşisi ve otorite= S, Yöneticiye Güven= YG, Duygusal güven= DG, Bilişsel güven= BG, Güç Mesafesi= GM, Bireycilik= B, Toplulukçuluk= T. * $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$.

Ek 2

Tablo 3. Değişkenler Arası Etkileşimlerin İncelenmesine Yönelik Tekli Regresyon Analizi

Bağımsız Değişkenler	Bağımlı Değişkenler								
	Yöneticiye güven			Duygusal güven			Bilişsel güven		
	β	t	R^2	β	t	R^2	β	t	R^2
Babacan liderlik	.78***	34.12	.61	.76***	31.76	.58	.69***	26.70	.49
İşyerinde aile atmosferi oluşturma	.67***	24.68	.45	.67***	24.66	.45	.58***	19.58	.34
Bireysel ilişkiler	.72***	28.54	.52	.72***	28.12	.51	.20***	4.51	.40
Çalışanların iş dışı yaşamlarına dâhil olma	.66***	24.05	.43	.65***	23.74	.43	.58***	19.38	.33
Bağlılık beklentisi	.26***	7.47	.07	.22***	6.25	.05	.26***	7.55	.07
Statü hiyerarşisi ve otorite	.57***	19.32	.33	.51***	16.46	.26	.56***	18.36	.31
Kültürel değerler									
Güç mesafesi	.23***	6.56	.05	.17***	4.70	.03	.26***	7.39	.07
Bireycilik	.16***	4.52	.02	.11***	3.04	.01	.19***	5.28	.03
Toplulukçuluk	.34***	9.82	.11	.27***	7.83	.07	.35***	10.25	.12

Not: n=753. *p< .05, **p< .01, ***p< .001; R²=Uyarlanmış R².

TÜKETİCİ ETNOSENTRİZMİ VE TÜKETİCİ DÜŞMANLIĞININ SOSYAL MEDYADA BOYKOTA ETKİSİ

Kalender Özcan ATILGAN¹, Yusuf KÖKEN²

Makale Bilgisi

Araştırma Makalesi

DOI: 10.35379/cusosbil.1058221

Makale Geçmişi:

Geliş 20.01.2022

Düzeltilme 11.04.2022

Kabul 19.04.2022

Anahtar Kelimeler:

Tüketici Boykotu,

Tüketici Etnosentrizmi,

Tüketici Düşmanlığı,

Sosyal Medya.

ÖZ

Küresel tüketimin yaygınlaşmasıyla ve tüketicilerin yabancı menşeli ürünleri daha fazla tercih etmeye başlamalarının sonucu, tüketici etnosentrizmi ve tüketici düşmanlığı ile ilgili çalışmaların yanı sıra, çeşitli sebeplerle yabancı menşeli ürünlerin satın alınmasına yönelik tepkiler ve tüketici boykotu bağlamında gerçekleştirilen çalışmalar önem kazanmıştır. Bu çalışmanın amacı da tüketicilere iletilen sosyal medya mesajlarındaki ürünlerin boykot edilmesinde tüketici etnosentrizmi ve ekonomik düşmanlığın etkisinin incelenmesidir. Bu çerçevede Mersin ili merkez ilçelerinde yaşayan 457 katılımcıya, sosyal medya boykotu senaryosu sunularak, araştırma değişkenlerini ölçmeye yönelik oluşturulmuş anketler uygulanmıştır. Araştırmadan elde edilen bulgular incelendiğinde, tüketici düşmanlığının alt boyutları olan ekonomik ve genel düşmanlığın algılanan boykot başarısına istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönde bir etkisinin olduğu ve ekonomik düşmanlığın ürün tercihine istatistiksel olarak anlamlı ve negatif yönde bir etkisinin olduğu bulunmuştur. Tüketici etnosentrizminin alt boyutları olan sert ve yumuşak etnosentrizmin algılanan boykot başarısına istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönde bir etkisinin olduğu ve sert etnosentrizmin ürün tercihine istatistiksel olarak anlamlı ve negatif yönde bir etkisinin olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Çalışmada ayrıca gelecekte yapılacak olan çalışmalar için önerilerde bulunulmuştur.

THE EFFECT OF CONSUMER ETHNOCENTRISM AND CONSUMER ANIMOSITY ON SOCIAL MEDIA BOYCOTT

Article Info

Research Article

DOI: 10.35379/cusosbil.1058221

Article History:

Received 20.01.2022

Revised 11.04.2022

Accepted 19.04.2022

Keywords:

Consumer Boycott,

Consumer Ethnocentrism,

Consumer Animosity,

Social Media.

ABSTRACT

With the widespread of global consumption and the fact that consumers have started to prefer foreign products more, studies on consumer ethnocentrism and consumer animosity, as well as reactions to the purchase of foreign products for various reasons and studies carried out in the context of consumer boycott have gained importance. This study aims to examine the effect of consumer ethnocentrism and economic animosity in boycotting products in social media messages delivered to consumers. Within this framework, a social media boycott scenario was presented to 457 participants living in the central districts of Mersin province, and a questionnaire was applied to measure the research variables. In the questionnaires applied to the participants, Social Media Boycott Scale, Ethnocentrism Scale and Economic Animosity Scale were included. When the findings of the study were examined, it was found that economic animosity and general animosity which are sub-dimensions of consumer animosity had a positive and statistically significant effect on perceived boycott success and that economic animosity had a negative and statistically significant effect on product preference. It was concluded that both hard and soft ethnocentrism, which are the sub-dimensions of consumer ethnocentrism, had a positive and statistically significant effect on perceived boycott success and that hard ethnocentrism had a negative and statistically significant effect on product preference. Also, recommendations were made for future studies.

“Tüketicilere iletilen sosyal medya mesajlarındaki ürünleri boykot etmede tüketici etnosentrizmi ve ekonomik düşmanlığın etkisi” başlıklı tezden türetilmiştir. 10.02.2020 tarihinde Mersin Üniversitesi Etik Kurulunca onaylanmıştır.

¹ Doç. Dr., Mersin Üniversitesi, Erdemli Uygulamalı Teknoloji ve İşletmecilik Yüksekokulu, atilgan@mersin.edu.tr, ORCID: 0000-0003-1482-4505

² yusufkokenyusuf@gmail.com, ORCID: 0000-0002-4434-0731

Alıntılanmak için/ Cite as: Atılğan, K.Ö., Köken, Y. (2022), Tüketici Etnosentrizmi ve Tüketici Düşmanlığının Sosyal Medyada Boykota Etkisi, Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 31 (1), 292-307.

GİRİŞ

Teknolojinin gelişmesiyle birlikte bilgiye erişim kolaylaştığı gibi tüketicilere ulaştırılacak olan bilgi miktarı da artmıştır. Tüketicilerin herhangi bir ürüne yönelik algısının, o ürünle ilgili elde ettiği bilgilere dayandığı bilinmektedir. Günümüzde tüketicilerin mal veya hizmetlerle ilgili çeşitli bilgilere kolaylıkla ulaştıkları mecralardan biri de sosyal medyadır. Ayrıca, sosyal medyanın klasik medya araçlarına kıyasla daha fazla tercih edildiği, hatta kurumların da sosyal medya araçlarını etkin bir şekilde kullandığı bilinmektedir. Böylece ülkeler arası, markalar arası, kurumlar arası iletişimin de bu mecra da sürdürüldüğü görülmektedir. Özellikle internetin bireylere sağlamış olduğu etkileşim ortamı, bireylerin sosyal medya aracılığıyla herhangi bir ürünü boykot etmelerinde kolaylık sağlamaktadır. Birçok insanın politik ve sivil kaygılarını pazara taşıdığı, belirli ürünlerden kaçındığı bilinmektedir. Diğer yandan, dijital medyanın politik tüketim davranışındaki kullanımı ile ilgili çalışmalara ihtiyaç duyulmaktadır (De Zúñiga, Copeland & Bimber, 2014).

Tüketicilerin farklı ürünlere yönelik davranışları ve fikirlerinin uzun seneler boyunca tüketici hareketleri ve milletlerarası ortam ile ilgili olduğu bilinmektedir. Üzerinde birçok çalışma gerçekleştirilen etnosentrizmin, tüketici düşmanlığı ile ilişkisi de dikkat çekmektedir (Aysuna, 2006; Narang, 2016; Danilwan & Pratama, 2020). Bu noktada, savaş düşmanlığının aksine ekonomik düşmanlığın, işsizlik tehdidi gibi kişilerin günlük hayatlarıyla ilgisinden dolayı durumsal bir niteliğe sahiptir (Lee vd., 2017). Diğer bir ifadeyle, yerel pazardaki işletmelerin zarar görmesi ve adil olmayan ticaret uygulamaları nedeniyle bir ülke ve ilgili ülkenin işletme faaliyetlerine yönelik ekonomik bir karşıtlık oluşmaktadır (Klein vd., 1998, s. 91-92).

Tüketici etnosentrizmi ve tüketici düşmanlığı kavramları genellikle müşterilerin yabancı ürünlere yönelik eğilimlerini anlamak amacıyla kullanılmaktadır. Literatürde tüketici etnosentrizmi ile tüketici düşmanlığı farklı kavramlar olarak ele alınmakta ve tüketicilerin sorun yaşadıkları ülkelerin ürünlerini satın almaktan kaçındıkları bilinmektedir. Etnosentrik tüketiciler tümüyle yabancı menşeli ürünleri satın almaktan kaçınmaktadır (Klein & Etnensoe, 1999). Diğer yandan, tüketici düşmanlığı ise genellikle belirli bir ülkeye yöneliktir ve yabancı malların tüketimine yönelik genel bir eğilimi açıklamamaktadır (Narang, 2016, s. 253). Her ne kadar geçmişte yapılmış çalışmalarda, tüketici etnosentrizmi ve tüketici düşmanlığının yabancı ürünlere karşı olumsuz tutum oluşturduğuna dair kanıtlar olsa da (örneğin, Giang, 2015; Barutcu, Saritas & Adiguzel, 2016), günümüz iletişim kanalları arasında yaygın olarak kullanılan sosyal medya aracılığıyla iletilen boykot mesajlarına dönük çalışmaların yapılmasına da ihtiyaç duyulmaktadır.

Bu çalışmayla, sosyal medya boykot mesajları ile karşılaşan tüketicilerin, etnosentrizm ve düşmanlıklarının sosyal medyada boykota yönelik tutumlarına etkisinin incelenmesi amaçlanmaktadır. Bu bağlamda bu araştırmanın konusu kapsamında ürünlerin boykotunun tüketicinin karar süreçleri çerçevesinde ve özellikle sosyal medyanın etkisiyle sunulan ürünlerin tüketici ve ekonomik düşmanlık perspektifinden değerlendirilmesi şeklinde incelenmesi hedeflenmiştir. Çalışmada öncelikle sosyal medya ve boykot, etnosentrizm ve tüketici düşmanlığı kavramlarına ilişkin literatür taramasına yer verilmiş, daha sonra araştırmanın hipotezleri oluşturularak gerçekleştirilen alan çalışması yoluyla araştırmanın amacına ulaşılmaya çalışılmıştır.

LİTERATÜR TARAMASI

Sosyal Medyada Tüketici Boykotları

Sosyal medya terimi, kullanıcıların çevrimiçi değişimlere katılmalarına, kullanıcı tarafından oluşturulan içeriğe katkıda bulunmalarına veya çevrim içi topluluklara katılmalarına olanak sağlayan geniş bir İnternet tabanlı ve mobil hizmetler yelpazesini ifade etmektedir (Dewing, 2010, s. 2). Literatürde, seyahat, spor, eğitim, yemek, sağlık, moda, gazetecilik, markalar, gibi çeşitli alanlarda sosyal medya etkisi ile ilgili çalışmalar bulunmaktadır (Tariq vd., 2012; Xiang & Gretzel, 2010; Mohr, 2013; Klassen vd., 2018; Korda & Itani, 2013; Acheaw, 2016; Laroche vd., 2012). Ayrıca, sosyal medya alanlarının artışının, geleneksel olarak kullanılan iletişim araçlarının, pazarlamada birer aracı olarak kullanımını azalttığı ifade edilmektedir (Phillips & Noble, 2007, s. 82). Pazarlama alanında yaygın olarak kullanılan sosyal medya, daha büyük kitlelere ulaşmayı sağladığı için bireylere daha etkin kullanım faydaları sağlamaktadır (Tosun & Levi, 2010).

Sosyal medya; sosyal ağ sitelerini, tüketici inceleme sitelerini, içerik topluluğu sitelerini, bilgi paylaşım siteleri, konum tabanlı sosyal medyayı ve internet forumlarını içermektedir (Zeng & Gerritsen, 2014, s. 28). Kullanıcılar, sosyal medyada işletmelere ilişkin olumsuz bir görüş belirttiklerinde bu, hızlı bir biçimde yayılmakta ve çok geniş bir kitleye ulaşmaktadır. Bu olumsuz düşünceler, halkla ilişkiler stratejisiyle çözümlenebilecek ölçüde bazı sorunlara neden olabilmektedir (Murugesan, 2007, s. 34-37). Özellikle etik dışı veya haksız sayılan uygulamalarda bulunan işletmelere karşı kullanılan en etkili tüketim karşıtı taktiklerden biri olan boykot, internet kullanımının artması ve sosyal medyanın yaygınlaşması ile tüketicilere etkili ve hızlı bir şekilde ulaşabilmektedir (Makarem & Jae, 2016). Boykotlar, tüketicilerin bir şirketin ürünlerini veya kurumsal davranışlarını onayladıklarını ifade etmekte (Zack, 1991) ve işletmeler olumsuz davranışları nedeniyle cezalandırılmaktadır (Neilson, 2010).

Friedman (1985, s. 97) bir tüketici boykotunu “bir veya daha fazla tarafın, tüketicileri piyasada belirli ürünleri satın almaktan kaçınmalarını sağlayarak belirli amaçlara ulaşma girişimi” olarak tanımlamaktadır. İşletmenin sosyal kontrolünde bir mekanizmayı temsil eden ve bu anlamda bir tür tüketici gücünün kaynağı olan boykotlar, pazarlamacılar için hoş karşılanmamalarına rağmen, pazarlama anlayışıyla tutarlı olmaktadır. Çünkü iyi desteklenen bir tüketici boykotu ile hedeflenen firmalar, yeterli bir müşteri odağını sürdürmekte başarısız olmakta ve sonuçta yöneticilerin alacakları kararları etkilemede boykotların değeri ortaya çıkmaktadır (Klein, Smith & John, 2004, s. 92).

Boykotlar iki türde incelenebilmektedir (Sen, Gürhan-Canlı & Morwitz, 2001). İlki olan ekonomik veya pazarlama politikası boykotlarının hedefi, fiyat miktarlarını düşürmek gibi pazarlama uygulamalarını değiştirmektir. Diğeri ise siyasi veya sosyal / etik kontrol boykotları olup, bireylerin belirli bir malın tüketimini durdurmaya yönelik kişisel kararından niteliksel olarak farklılıklar gösterip, sorumlu istihdam ve üretim uygulamalarından belirli nedenlerin desteklenmesine kadar değişen belirli etik veya sosyal açıdan sorumlu eylemlere yönelik hedefler belirlemektir (Sen vd., 2001, s. 400). Bir tür düzenleyici güç olan boykotlar, geçmişte geleneksel medya ortamlarıyla sınırlıyken, günümüzde İnternetin bireylerin günlük hayatı üzerindeki etkisini artırdıkça, çeşitli platformlar yoluyla, tarafların (tüketiciler veya genel halk gibi) rolleri ve gücü değişmiştir (Kerr, Mortimer, Dickinson & Waller, 2012, s. 388).

Boykot organizatörleri, sosyal medya platformları aracılığıyla, binlerce hatta milyonlarca tüketiciye etkili ve görülmemiş bir hızla ulaşabilmekte ve çeşitli boykot hareketleri düzenleyebilmektedir. Organize boykot hareketlerinin dışında, bireysel tüketiciler de boykot niyetlerini kişisel Facebook sayfaları, Twitter hesapları ve çevrimiçi bloglar aracılığıyla yüzlerce aile üyeleri, arkadaşları ve takipçileri ile paylaşarak boykot davranışlarında bulunabilmektedirler (Makarem & Jae, 2016, s. 194). Bu açıdan, tüketim karşıtlığı üzerine gerçekleştirilecek çalışmalarda, belirli hedeflere yönelik olarak tüketici boykotlarının arkasındaki nedenlerin araştırılmasında sosyal medya platformlarının da dahil edilmesi önem taşımaktadır.

Tüketici Etnosentrizmi

İlk kez Summer (1906) tarafından ortaya konulan tüketici etnosentrizm kavramının farklı bakış açılarından tanımları yapılmıştır. Shimp ve Sharma (1987) tüketici etnosentrizmini, tüketicilerin yabancı yapım ürünleri satın almanın uygunluğu ve ahlakına ilişkin inançları olarak tanımlamıştır. Tüketici etnosentrizm düzeyi yüksek olanlar, yabancı ürünler yerine yerli ürünleri satın almayı tercih etmektedirler ve yerli ürünleri diğer ülkelerde üretilenlerden daha üstün görme eğilimindedirler (Chrysochoidis, Krystallis & Perreas, 2007). Aslında tüketicilerin ürün tercihlerine yönelik bir tür önyargı olarak değerlendirilen etnosentrizmin temel olarak ekonomik güdülerden ve niyetlerden kaynaklandığı bilinmekte, yani, tüketicilerin yerli firmaları desteklemenin ülkeleri için daha faydalı olduğuna dair ortak inancı ön plana çıkmaktadır (Zeren, Kara & Arango Gil, 2020, s. 146).

Luque-Martínez, Ibáñez-Zapata ve del Barrio-García (2000, s. 1355-1356) tüketici davranışları ve etnosentrizm arasındaki ilişkiye dikkat çekmiştir. Etnosentrizm, bireysel aidiyet duygularını ve ait olunan bir grup içinde hangi satın alma davranışının kabul edilebilir veya kabul edilemez olduğunun anlaşılmasını sağlamaktadır (Acikdilli, Ziemnowicz & Bahhouth, 2018; Shimp & Sharma, 1987). Dolayısıyla, tüketici etnosentrizmi işlevsel olarak, kişiye kimlik kazandırmaktadır ve aidiyet hissi vermektedir.

Akın vd.'ne (2009, s. 245) göre etnosentrik eğilim yabancılara ait ürünleri satın almanın uygunluğu ve ahlaksal meşruiyetine ilişkin kuşkuları içerisinde barındırdığı için, etnosentrik eğilime sahip olan bireylerin yerli ürünleri seçmesi beklenmektedir. Ayrıca, yerli ürün, fiyat/kalite performansı bakımından yabancı ürünlere göre düşük seviyede olsa dahi, etnosentrik eğilimi güçlü olan bireylerin yerli ürün satın alma seçimlerini devam ettirme eğiliminde buldukları anlaşılmaktadır (İşler, 2013, s. 96-97). Bu bağlamda Shimp ve Sharma (1987) tarafından geliştirilen tüketici etnosentrik eğilim ölçeğini (CET-SCALE) kullanan Chrysochoidis, Krystallis ve Perreas (2007), etnosentrizm ölçeğinin, sert etnosentrizm ve yumuşak etnosentrizm olmak üzere iki boyuta indirildiğini ortaya koymuşlardır. Sert etnosentrizm, yabancı ürünlere karşı güçlü bir olumsuz önyargı ile karakterize edilirken, yumuşak etnosentrizm ise, ulusal ürünler için yabancı ürünlere göre daha ılımlı bir tercihi yansıtmaktadır (Chrysochoidis, Krystallis & Perreas, 2007).

Tüketici etnosentrizmin temel tüketicilerin kendi ülkelerinin ürünlerinin mükemmelliğine inandıkları fikridir. Buna dayanarak, etnik merkeziliğe meyilli tüketiciler, ülke yanlılığı olarak adlandırılan ve yerli ürünlerin satın alınmasını destekleyici bir olumlu değerlendirme tutumuna sahip olmaktadır (Acharya & Elliott, 2003, s. 89). Diğer yandan yabancı ürünlerin satın alınması, ekonomik ve ahlaki nedenlerle sorgulanmaktadır. Etnosentrik tüketiciler, yerli menşeli olmayan ürünleri satın almanın yanlış olduğunu çünkü bunun iç ekonomiye ve iş gücüne zarar vereceğini ve sonuçta işsizliğe neden olacağını düşünmektedir. Hatta bu tüketiciler, yabancı menşeli ürün satın almanın bireylerin vatanseverliğine gölge düşüreceği fikrine sahiptirler (Shimp, 1984). Bu anlamda tüketici etnosentrizminin, tüketicilerin yabancı ülkelere ve ürünlerine yönelik algı ve tutumlarını olumsuz etkilediği bilinmektedir (Moon & Jain, 2002, s. 135). Vida ve Fairhurst'a (1999, s. 323) göre tüketici etnosentrizmi bireylerin kendi ülkelerinde üretilen mal ve hizmetlerle dışarıdan alınan mal ve hizmetlere ilişkin tavır, niyet, tercih ve satın alma davranışlarına etkide bulunan bir özelliktir.

Tüketici Düşmanlığı ve Tüketici Düşmanlığının Boyutları

Tüketici davranışı üzerine gerçekleştirilen araştırmalar, düşmanlığın bojkot etmenin ardındaki önemli bir güdü olduğuna işaret etmektedir (Örneğin, Huang, Phau & Lin, 2010; Ali, 2021). Tüketici düşmanlığının kaynağı olan nedenler, literatürde düşmanlığın farklı boyutları ele alınarak değerlendirilmektedir. Geçmişte yapılmış çalışmalara bakıldığında, düşmanlığın; savaş, bölgesel, sosyo-kültürel, politik, ekonomik ve etnikler arası düşmanlık gibi türleri olduğu görülmektedir (Klein, vd., 1998; Shimp vd., 2004; Etnenson & Klein, 2005; Cicic, Brkic, Husic & Agic, 2005). Wang'a (2005, s. 227) göre yabancı düşmanlığı terimi, genellikle bireyin ırkının haricindeki tüm ırkları reddetmesini ve biz-onlar ayrımını yapmasını ifade etmektedir.

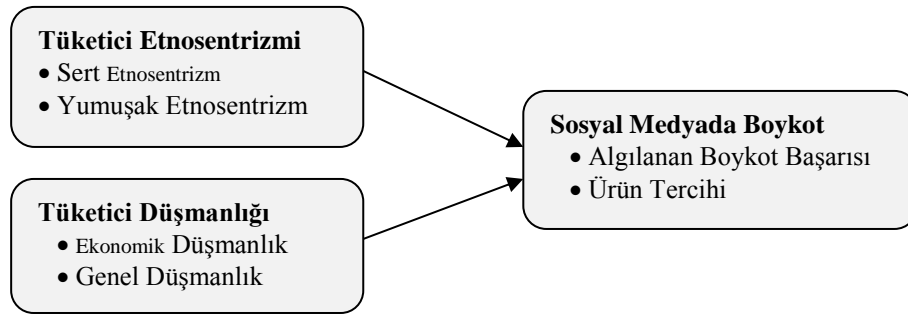
Klein ve Etnensoe (1999) tüketici etnosentrizmi ve tüketici düşmanlığı arasında pozitif yönde bir ilişki olabileceğini öne sürmüşlerdir. Tüketici etnosentrizmi ve tüketici düşmanlığının her ikisinin de ekonomik veya politik sorunlardan kaynaklanıyor olabilmekte ve her ikisi de insanların ithal mallara yönelik tutumlara etki edebilmektedir. Tüketici etnosentrizmi ve tüketici düşmanlığı ile ilgili çalışmaların bulguları da her ikisinin de satın alma niyetine yönelik olumsuz etkileri olduğuna dair kanıtlar sağlamaktadır. Bununla birlikte, tüketici etnosentrizmi, satın alma davranışını etkilemedeki farklı rolleri nedeniyle tüketici düşmanlığından farklı bir kavramdır (Klein ve diğerleri, 1998). Tüketiciler özel bir millete düşmanlık duyabilirken, etnosentrik bireyler ise yabancı menşeli herhangi bir ürüne karşı genel bir olumsuz tutum sergileyebilmektedir (Klein, 2002). Örneğin, artan tüketici etnosentrizmi ve yerel ürünlerin kalitesindeki iyileşmenin sonucu olarak, Çinli tüketicilerin diğer ülkelerden gelen mallardan daha fazla kaçındığı ve yerli malı tercih ettiği ortaya çıkmıştır (Zhou & Hui, 2003). Aynı zamanda, tüketici düşmanlığının bojkot katılımı, motivasyonu ve ürün ile ilgili yargılar üzerinde anlamlı bir etkisi olduğu da bilinmektedir (Ali, 2021).

Sonuç olarak, kavramsal açıdan tüketici düşmanlığının çok boyutlu olarak incelendiği bilinmektedir (Cicic ve diğerleri, 2005; Klein ve diğerleri, 1998; Shimp, Dunn & Klein, 2004). Bu çalışmada ise Rose vd. (2009) tarafından geliştirilen ve genel düşmanlık ve ekonomik düşmanlık olmak üzere tüketici düşmanlığının iki alt boyutu ele alınmıştır: Genel düşmanlık, bir yabancı ülkeye karşı genel bir hoşnutsuzluğu tanımlamaktadır (Carter, 2009, s. 53). Bu açıdan düşmanlık, tüketicinin mevcut veya geçmişteki askeri, politik veya ekonomik olaylarla ilgili olan yabancı bir ülkeye yönelik antipatisini ifade etmektedir (Klein, Etnenson & Morris, 1998). Ekonomik düşmanlığın kaynağı ise baskıcı ve saldırgan ekonomik yaptırımlar olmaktadır (Klein vd., 1998). Ekonomik açıdan güçlü ülkeler, az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelere ve dolayısıyla görece zayıf ülkelere tehdit oluşturacaktır. Bu nedenle, çeşitli alanlardaki az gelişmiş ülkelere tüketicilerin gelişmiş ülkelere karşı ekonomik düşmanlık hissedebilecekleri düşünülebilir (Erçin, 2016, s. 13).

ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Araştırmanın Amacı, Modeli ve Hipotezleri

Bu araştırmada, katılımcıların etnosentrizm, tüketici düşmanlığı ve sosyal medyada boykota yönelik tutumlarını ölçmek amacıyla, bir senaryo sunulmuştur. Uyarı olarak sosyal medyada yayınlanmış olduğu belirtilen ve X ülkesinin Türkiye'nin kültürel ve milli değerlerine yönelik olumsuz tutum ve davranışlarda bulunmasından dolayı, X ülkesinde üretilen parfümlerine yönelik bojkot kararı alındığını açıklayan bir bojkot mesajı kullanılmıştır. Katılımcılara bojkot mesajı okutulduktan ve "X menşei bir parfüm satın almayı düşündüğünüzü farz edin. Herhangi bir sosyal medya hesabınızda gezinirken size sunulan bojkot mesajı ile karşılaştığınızı varsayın" şeklindeki açıklamadan sonra katılımcıların ankette yer alan etnosentrizm, düşmanlık ve sosyal medyada bojkot değişkenlerine yönelik ölçek ifadelerine katılım dereceleri ölçülmüştür. Ükelere ve markalara yönelik tutumlar açısından bireyler arası farklılıklar oluşabileceğinden dolayı, araştırmanın katılımcılarına okutulan bojkot mesajında ülke adı ve ürün markası ile ilgili herhangi bir bilgi belirtilmemiştir.



Şekil 1. Araştırmanın Modeli

Etnosentrizm ve tüketici düşmanlığının sosyal medyada boykota etkisini incelemeyi amaçlayan bu çalışmanın modeli Şekil 1'de görülmektedir. Şekil 1'de görüldüğü gibi araştırmanın bağımsız değişkenleri etnosentrizm ve tüketici düşmanlığı olup, bağımlı değişkeni ise sosyal medyada bojkot olarak belirlenmiştir. Araştırmanın literatür bölümü ile araştırma modeli bağlamında oluşturulan hipotezler şöyledir:

- H1: Tüketici düşmanlığının, sosyal medyadaki bojkot üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi vardır.
H1a: Ekonomik düşmanlığın, algılanan bojkot başarısı üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi vardır.
H1b: Ekonomik düşmanlığın, ürün tercihi üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi vardır.
H1c: Genel düşmanlığın, algılanan bojkot başarısı üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi vardır.
H1d: Genel düşmanlığın, ürün tercihi üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi vardır.
H2: Tüketici etnosentrizminin, sosyal medyadaki bojkot üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi vardır.
H2a: Yumuşak etnosentrizmin, algılanan bojkot başarısı üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi vardır.
H2b: Yumuşak etnosentrizmin, ürün tercihi üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi vardır.
H2c: Sert etnosentrizmin, algılanan bojkot başarısı üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi vardır.
H2d: Sert etnosentrizmin, ürün tercihi üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi vardır.

Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Araştırmalarda evren, araştırılan konu içerisinde ve aynı zamanda araştırma sonuçlarına yönelik genellemenin yapılmasının istendiği unsurların tamamını kapsayan bir yapıyı ifade eder (Özen & Gül, 2007, s. 395). Bu araştırmanın evrenini Mersin'de ikamet eden tüketiciler oluşturmaktadır. Mersin ilinin 2019 yılında nüfus sayısı 1.840.425 kişidir (TÜİK, 2020). Bu çalışmada, araştırmaya gönüllü olarak katılım gösteren bireylerin örneğe dahil edilmesine dayanan kolayda örnekleme yöntemi (Altunışık vd., 2007) kullanılmıştır. Mersin'de ikamet eden ve aktif olarak sosyal medya kullanan 483 kişiye, 2020 yılının Şubat ve Mart aylarında yüz yüze uygulanan anketlerden, eksiksiz doldurulan 457 anket verisi ile analizlere devam edilmiştir.

Veri Toplama Yöntemi

Bojkot davranışı ile ilgili araştırmalarda genellikle ankete dayalı ve deneysel yöntemlerin uygulandığı bilinmektedir (Atılğan, İnce & Yılmaz, 2017, s. 36). Bu çalışmada da, veri toplamak amacıyla anket formları

kullanılmıştır. Araştırmaya katılan bireylerin tüketici etnosentrizmi, tüketici düşmanlığı ve sosyal medyada bojkot değişkenlerine yönelik tutumlarını ölçmek amacıyla uyarıcı olarak sosyal medya mesajı kullanılmıştır. Katılımcılara mesaj okutulduktan sonra senaryoda belirtilen ürünü satın almada, etnosentrizm, tüketici düşmanlık ve sosyal medyada bojkot değişkenliklerine yönelik ölçek ifadelerine katılım dereceleri ölçülmüştür. Tüketici etnosentrizm ölçeği, Luque-Martínez vd. (2000), sosyal medyada bojkot ölçeği, Sen, Gürhan-Canlı ve Morwitz (2001), tüketici düşmanlık ölçeği ise Rose, Rose ve Shoham (2009) tarafından gerçekleştirilmiş olan çalışmalardan alınmış olup, bu araştırmanın anketi toplamda 29 ölçek ifadesinden oluşmaktadır.

ARAŞTIRMA BULGULARI

Sosyo-Demografik Özelliklerin Analizi

Çalışmanın bu kısmında katılımcıların cinsiyet, yaş, eğitim, gelir, kullanılan sosyal medya aracı ve sosyal medyanın katılımcı için ne ifade ettiği frekans analizi irdelenmiştir. Tablo 1’de yapılan frekans analizi sonuçlarına göre katılımcıların cinsiyetlerine dayalı olarak dağılımları incelendiğinde; çalışmaya dahil olan katılımcıların %51,2’sinin kadınlardan, %48,8’inin erkeklerden oluştuğu görülmektedir. Katılımcıların yaşlarının dağılımı incelendiğinde; çalışmaya katılanların %47,3’ünün 23-25 yaşlarında, %21,0’inin 26-30 yaşlarında, %14,9’unun 31-35 yaşlarında ve %9,2’sinin 36-40 yaşlarında olduğu görülmektedir. Ayrıca 41-45 yaş arası katılımcılar %4,2 ile ve 46 yaş ve üzeri katılımcıların %3,5 ile sınırlı kaldığı saptanmıştır.

Tablo 1. Araştırmaya Katılan Tüketicilerin Demografik Özellikleri

Yaş	Frekans	%	Gelir	Frekans	%
23-25	216	47,3	3000-3500 TL	276	60,4
26-30	96	21,0	3501-5000 TL	98	21,4
31-35	68	14,9	5001 ve üzeri	83	18,2
36-40	42	9,2	Toplam	457	100,0
41-45	19	4,2			
46 ve üzeri	16	3,5			
Toplam	457	100,0			
Eğitim Durumu	Frekans	%	Cinsiyet	Frekans	%
Lise	346	75,7	Erkek	223	48,8
Üniversite	78	17,1	Kadın	234	51,2
Lisansüstü	33	7,2	Toplam	457	100,0
Toplam	457	100,0			

Katılımcıların eğitim durumlarına göre dağılımları incelendiğinde; araştırmaya katılan katılımcıların %75,7’sinin lise mezunu olduğu görülmektedir. Katılımcıların gelir durumu dağılımı incelendiği vakit; çalışmaya dahil olanların %60,4’ünün 3000-3500 TL arasında, %21,4’ünün 3501-5000 TL arasında ve %18,2’sinin 5001 TL ve üzeri geliri olduğu anlaşılmaktadır.

Tablo 2. Katılımcıların Kullandığı Sosyal Medya Araçları

	f	%
Instagram	48	10,5
Twitter	264	57,8
Kullanılan Sosyal Medya Facebook	94	20,6
Diğer	51	11,2
Toplam	457	100,0

Katılımcıların kullandığı sosyal medya aracının dağılımı ile ilgili bulgular Tablo 2’de verilmiştir. Tablo 2’de frekans dağılımları incelendiğinde, katılımcıların %57,8’inin Twitter, %20,6’sının Facebook, %10,5’inin Instagram ve %11,2’sinin ise diğer sosyal medya araçlarını kullandığı görülmektedir.

Tablo 3. Katılımcıların Sosyal Medya Araçlarını Kullanma Amaçları

	f	%
Gündemi takip ediyorum	192	42,0
Sosyal Medya Kullanım Amacı Arkadaşlarımı takip ediyorum	213	46,6
Vakit geçirmek için kullanıyorum	52	11,4
Toplam	457	100,0

Katılımcıların sosyal medya araçlarını kullanma amaçları bağlamında frekans dağılımlarına yönelik bulgular Tablo 3'te verilmiş olup, yapılan frekans analizinin sonuçlarına göre katılımcıların %46,6'sının arkadaşlarını takip etmek için ve %42'sinin gündemi takip etmek amacıyla sosyal medya araçlarını kullandığı görülmektedir.

Normal Dağılım Testleri

Araştırma verilerini parametrik testler kullanarak analiz etmek için, araştırma değişkenlerinin dağılımının normalliğe sahip olması gerekir. Normal dağılım varsayımının sağlanıp sağlanmadığının belirlenmesinde çarpıklık ve basıklık değerlerinin incelenmesi uygun bir yaklaşım olduğu bilinmektedir (Seçer, 2015). Tabachnick ve Fidell (2019)'e göre, çarpıklıkla basıklık değerlerinin +1,500 ile -1,500 değerlerinin arasında yer aldığı durumlarda dağılımın normal dağılım gösterdiği kabul edilmektedir.

Tablo 3. Ölçeklere İlişkin Betimsel Analizi Sonuçları

Ölçek	n	Min.	Maks.	Ort.	std.s.	Çarpıklık	Basıklık
Sosyal Medyada Boykot	457	1,40	4,40	2,94	,57	-,020	-,015
Algılanan Boykot Başarısı	457	1,00	5,00	3,10	,87	-,113	-,188
Ürün Tercihi	457	1,00	4,50	2,69	,87	-,153	-,553
Etnosentrizm	457	1,17	5,00	3,19	,87	-,026	-,674
Sert Etnosentrizm	457	1,00	5,00	2,97	,93	,131	-,709
Yumuşak Etnosentrizm	457	1,33	5,00	3,42	,93	-,044	-,762
Tüketici Düşmanlığı	457	1,83	4,83	3,26	,63	,220	-,256
Ekonomik Düşmanlık	457	1,00	5,00	3,26	,72	-,282	,173
Genel Düşmanlık	457	1,33	5,00	3,27	,83	,158	-,477

Gerçekleştirilen analizler sonucunda Tablo 3'te de görüldüğü gibi, araştırmada incelenen değişkenlerin tamamının belirtilen çarpıklık ve basıklık değerleri aralığında bulunduğu ve uç değerlerin bulunmadığı görülmektedir. Dolayısıyla verilere normal dağılım varsayımı ile parametrik testlerin uygulanmasına karar verilmiştir.

Faktör Analizi

Araştırmanın verileri elde edildikten sonra her bir ölçeğin alt boyutlarını belirlemek ve böylece yapı geçerliliğini sağlamak için açıklayıcı faktör analizi (AFA) yapılmıştır. Bu bölümde, araştırmanın değişkenleri olan sosyal medyada boykot, etnosentrizm ve tüketici düşmanlığı ölçeklerine yönelik olarak Varimax faktör dönüştürme yöntemi ile gerçekleştirilen AFA sonuçları incelenmiştir. Sosyal medyada boykot ölçek ifadelerine verilen yanıtlarla elde edilen veriler üzerinde gerçekleştirilen temel bileşenler analizi sonuçlarına göre, elde edilen verilere faktör analizinin uygulanabilmesi açısından yeterliliğinin sağlandığı (KMO = 0,579) ve Barlett Sphericity küresellik testinin de istatistiksel olarak anlamlı olduğu (Ki-kare=369,407; $p < 0,001$) sonucuna ulaşılmıştır (Çakır, 2014, s. 5). Sosyal medyada boykot ölçeğine uygulanan AFA sonuçları Tablo 4'de verilmiştir.

Tablo 4. Sosyal Medyada Boykota İlişkin Faktör Analizi Sonuçları

İfadeler	Faktör 1	Faktör 2	OVY	Faktörler
X Ülkesinin parfümlerinin boykot edilmekte olduğu mesele benim için çok önemlidir.	,750		,563	Algılanan Boykot Başarısı Öz Değer: 1,968 Varyans: % 39,37 Güvenilirlik: ,668
Bu boykot, X Ülkesinin parfümlerinin fiyat artışını etkilemek için çok önemlidir.	,815		,675	
Tüketici boykotunun, X Ülkesinin parfümlerinin satışının azalmasını sağlayacağına eminim.	,750		,568	
X ülkesinin parfümlerini çok beğeniyorum.		,852	,747	Ürün Tercihi Öz Değer: 1,342 Varyans: % 26,84 Güvenilirlik: ,662
Parfüm alınırken X ülkesinin ürünlerini tercih ediyorum.		,870	,758	
Toplam varyans: % 66,21; KMO: 0,579; Barlett Küresellik Testi: $\chi^2=369,407$ sd.=15, $p<.001$ Cronbach'ın Alfa Katsayısı= ,680				

Sosyal medyada boykot ölçeğinde yer alan ifadelerle ilgili verilerde uygulanan AFA analizinde özdeğeri 1,00'in üzerinde olan faktörler dikkate alınmış olup ifadelerin faktör yükleri 0,75'in üzerinde değerlere sahiptir. Analiz sonucunda ortak varyans yükü (OVY) 0,5'in altında ifadelerin bulunmadığı görülmüştür. Bir ifade tek başına bir alt faktörü oluşturması nedeniyle ve literatürde de bir faktörün altında en az iki ifadenin olması gerektiği belirtilmesinden dolayı (Pett, Lackey & Sullivan, 2003, s. 125), bu ifade analiz dışı bırakılmıştır. Kalan 5 madde 2 boyut altında toplanmıştır ve toplam varyansın % 66,21'ini açıklamıştır. Konu ile ilgili olarak Sen, vd. (2001) tarafından yapılan çalışma dikkate alınarak, elde edilen boyutlar algılanan boykot başarısı ve ürün tercihi olarak adlandırılmıştır.

Etnosentrizmi ölçmeye yönelik ifadelerle verilen yanıtlar sonucunda elde edilen verilerde uygulanan ana bileşenler analizi sonuçlarına göre, verilerin faktör analizinin uygulanabilmesi için yeterli düzeyde olduğu (KMO = 0,923) ve Barlett Sphericity küresellik testinin anlamlı olduğu (Ki-kare=2957,750; p < 0,001) belirlenmiştir (Çakır, 2014, s. 5). Etnosentrizm ölçeğine uygulanan faktör analizi sonuçları Tablo 5'te görülmektedir.

Tablo 5. Etnosentrizme İlişkin Faktör Analizi Sonuçları

İfadeler	Faktör 1	Faktör 2	OVY	Faktörler
Türk halkı ithal ürünler yerine her zaman Türk yapımı ürünler satın almalıdır.	,800		,702	Sert Etnosentrizm Öz Değer: 6,344 Varyans: % 52,870 Güvenilirlik: ,861
Türk yapımı ürünler satın alın,Türkiye'nin çalışmaya devam etmesini sağlayın.	,821		,693	
Türk yapımı ürünler satın almada her zaman önce gelir.	,812		,706	
Diğer ülkelerin bizim üzerimizden zengin olmasına müsaade etmek yerine Türkiye'de üretilmiş ürünler satın almalıyız.	,650		,580	
Türk ürünlerini satın almak her zaman en iyisidir.	,576		,601	
Türk ticaretine zarar verip, işsizliğe yol açtığı için Türk halkı yabancı ürünleri satın almamalıdır.	,554		,647	
Yabancı menşeli ürünleri satın almayı doğru bulmuyorum.		,614	,592	Yumuşak Etnosentrizm Öz Değer: 1,189 Varyans: % 9,910 Güvenilirlik: ,880
Yabancı menşeli ürünleri satın almak doğru değildir çünkü bu Türklerin işsiz kalmasına yol açar.		,643	,610	
Gerçek bir Türk, her zaman Türk yapımı ürünler satın almalıdır.		,674	,607	
Yabancıların ürünlerini bizim pazarlarımıza sürmelerine izin verilmemelidir.		,825	,688	
Türkiye'ye girişlerinin azalması için yabancı ürünler yüksek oranda vergilendirilmelidir.		,732	,574	
Diğer ülkelerde üretilen ürünleri satın alan Türk tüketiciler, kendi Türk işçilerinin işsiz kalmasından sorumludurlar.		,699	,532	
Toplam varyans: % 62,78; KMO: ,923; Barlett Küresellik Testi: $\chi^2=2957,750$ sd.=66, p<0.001 Cronbach'ın Alfa Katsayısı= ,918				

Etnosentrizm ölçeğinde yer alan sorulara ait verilerde uygulanan faktör analizi sonucunda özdeğeri 1,00'in üzerinde olan iki faktör ortaya çıkmış olup ifadelerin faktör yükleri 0,55'in üzerindedir. Analiz sonucunda ortak varyans yükü 0,5'in altında olan beş ifade analize dahil edilmemiştir. Daha sonrasında yapılan faktör analizi sonuçları incelendiğinde, geriye kalan 10 ifade iki boyut altında toplanmış ve toplam varyansın % 62,78'i açıklanmıştır. Bu konuda Chrysochoidis, Krystallis ve Perreas (2007) tarafından gerçekleştirilen çalışma dikkate alınarak boyutlar, sert etnosentrizm ve yumuşak etnosentrizm olarak adlandırılmıştır.

Tablo 6. Tüketici Düşmanlığına İlişkin Faktör Analizi Sonuçları

İfadeler	Faktör 1	Faktör 2	OVY	Faktörler
X Ülkesi Türkiye'den yararlanıyor.	,779		,626	Ekonomik Düşmanlık Öz Değer: 1,253 Varyans: % 20,880 Güvenilirlik: ,624
X ülkesi Türkiye'de çok fazla ekonomik etkiye sahiptir.	,758		,575	
X Ülkesi Türkiye üzerinde ekonomik güç kazanmak istiyor.	,681		,513	
X ülkesi güvenilir bir ticari ortak değildir.		,867	,756	Genel Düşmanlık Öz Değer: 2,402 Varyans: % 40,034 Güvenilirlik: ,690
X ülkesi Türkiye'ye haksızlık yapıyor.		,802	,713	
X ülkesini sevmiyorum.		,650	,472	
Toplam varyans= % 60,914; KMO= 0,698; Barlett'in Küresellik Testi: $\chi^2=523,156$ sd= 15, p<.001 Cronbach'ın Alfa Katsayısı= 0,693				

Tüketici düşmanlığı ölçeğinde yer alan ifadelerle ilgili verilere uygulanan faktör analizi sonuçları Tablo 6’da görülmekte olup özdeğeri 1,00’in üzerinde olan faktörlerin faktör yüklerinin 0,65’in üzerinde olduğu görülmektedir. 6 madde 2 boyut altında toplanmış ve toplam varyansın % 60,91’ini açıklamıştır. Tüketici düşmanlığı ile ilgili olarak Rose, Rose ve Shoham (2009) tarafından gerçekleştirilen çalışma dikkate alınarak boyutlar, ekonomik düşmanlık ve genel düşmanlık olarak adlandırılmıştır.

Araştırmanın değişkenleri olan sosyal medyada boykot, etnosentrizm ve tüketici düşmanlığı için güvenilirlik analizleri yapılmış ve sonuçlar Tablo 4, Tablo 5 ve Tablo 6’da verilmiştir. Sosyal medyada boykot, etnosentrizm ve tüketici düşmanlığı ölçeklerinin güvenilirlik katsayılarına bakıldığında, Cronbach α değerlerinin sırasıyla 0,680, 0,918 ve 0,693 olduğu belirlenmiştir. Bu değerler, ölçeklerin yeterli düzeyde güvenilirliğe sahip olduğunu ortaya koymaktadır (Özdamar, 1999, s. 510).

Değişkenler Arasındaki İlişkilere Yönelik Bulgular

Araştırmada incelenen değişkenler arasındaki ilişkileri ortaya koymak amacıyla, parametrik test yöntemlerinden Pearson korelasyon analizi uygulanmış ve sonuçlar Tablo 7’de verilmiştir. Tablo 9’deki ilişki analizi (Pearson Korelasyon) sonuçlarına bakıldığında, katılımcıların, sosyal medyada algılanan boykot başarısı, ürün tercihi, sert etnosentrizm, yumuşak etnosentrizm, ekonomik düşmanlık ve genel düşmanlık seviyesi arasında istatistiksel olarak anlamlı ilişkiler bulunduğu görülmektedir.

Tablo 7. İlişki Analizi Sonuçları

		1.	2.	3.	4.	5.	6.
1. Algılanan Boykot Başarısı	r_p	1	-,165**	,442**	,436**	,265**	,314**
	p		,000	,000	,000	,000	,000
2. Ürün Tercihi	r_p		1	-,122**	-,093*	-,189**	-,074
	p			,009	,046	,000	,115
3. Sert Etnosentrizm	r_p			1	,735**	,210**	,383**
	p				,000	,000	,000
4. Yumuşak Etnosentrizm	r_p				1	,218**	,279**
	p					,000	,000
5. Ekonomik Düşmanlık	r_p					1	,326**
	p						,000
6. Genel Düşmanlık	r_p						1
	p						

** $p < 0,01$

Çalışmaya katılan bireylerin, algılanan boykot başarısı düzeyi ile sert etnosentrizm, yumuşak etnosentrizm, ekonomik düşmanlık ve genel düşmanlık düzeyi arasında pozitif yönde ve algılanan boykot başarısı düzeyi ile ürün tercihi negatif yönde ve düşük ve orta seviyede ilişki bulunmaktadır ($p < 0,05$). Katılımcıların, ürün tercihi düzeyiyle, sert etnosentrizm, yumuşak etnosentrizm ve ekonomik düşmanlık seviyesi arasında negatif yönde ve düşük seviyede ilişki varken ($p < 0,05$), ürün tercihi seviyesiyle genel düşmanlık seviyesi arasında anlamlı bir istatistiksel ilişkinin olmadığı saptanmıştır ($p > 0,05$). Çalışmaya dahil olanların, sert etnosentrizm düzeyi ile yumuşak etnosentrizm, ekonomik düşmanlık ve genel düşmanlık seviyesi arasında pozitif yönde ve düşük, orta ve yüksek seviyede ilişki bulunmaktadır ($p < 0,05$). Katılımcıların, yumuşak etnosentrizm seviyesiyle ekonomik düşmanlık ve genel düşmanlık seviyesi arasında pozitif yönde ve düşük ve orta seviyede ilişki bulunmaktadır ($p < 0,05$). Ayrıca, ekonomik düşmanlık seviyesiyle genel düşmanlık seviyesi arasında pozitif yönde ve orta seviyede ilişki bulunmaktadır ($p < 0,05$).

Regresyon Analizine Yönelik Bulgular ve Hipotez Testleri

Araştırmanın modelini test etmek amacıyla çoklu doğrusal regresyon analizleri yapılmıştır. Regresyon analizlerini gerçekleştirmeden önce, ölçeklerin normallik, doğrusallık ve homojenlik varsayımları incelenmiştir. Gerçekleştirilen analizler sonucunda, ölçek yapılarında aşırı uç değerlerin olmadığı ve Durbin-Watson istatistiğinin 1,756 ile 2,015 aralığında olduğu için hata terimleri arasında otokorelasyon bulunmadığı belirlenmiştir (Genceli, 1973, s. 179) Çalışmada, çoklu doğrusal bağlantı probleminin bulunup bulunmadığını tespit etmek üzere VIF değerleri incelenmiştir. VIF değerleri 10'dan küçük olduğundan dolayı (VIF<10) çoklu doğrusal bağlantı probleminin de bulunmadığı görülmüştür (Albayrak, 2005, s.110). Diğer yandan, araştırma değişkenlerine ilişkin elde edilen verilerin ortalama değere göre yayılım durumunu ifade eden standart sapma değerleri ile araştırma değişkenlerine ait değerlerinin ortalama değerleri bağlamında verilerin yayılımı incelenerek homojenlik varsayımının sağlanıp sağlanmadığı belirlenebilmektedir (Tabachnick & Fidell, 2019, s. 73). Tablo 3'te yer alan standart sapma değerleri incelenerek değişkenlere ilişkin ortalama değerler karşılaştırıldığında, ifadelerin homojenlik varsayımını sağladığı söylenebilir.

Tablo 8. Ekonomik ve Genel Düşmanlığın, Algılanan Boykot Başarısı Üzerindeki Etkisi

	Standardize edilmemiş katsayılar		Standardize edilmiş katsayılar				F	R ²
	B	Std. hata	β	t	p	VIF		
Sabit	1,525	,202		7,560	,000			
Ekonomik Düşmanlık (X _{ED})	,220	,056	,182	3,935	,000	1,119	33,367*	,128
Genel Düşmanlık (X _{GD})	,264	,048	,254	5,485	,000	1,119		
Bağımlı Değişken: Algılanan Boykot Başarısı (Y_{ABB})								

*p<0,001

Ekonomik ve genel düşmanlığın, algılanan boykot başarı üzerindeki etkisi çoklu doğrusal regresyon analiziyle incelenmiş olup analiz sonuçları Tablo 10'de sunulmuştur. Ekonomik düşmanlığın ve genel düşmanlığın, algılanan boykot başarısını ne derecede etkilediğini belirlemek amacıyla uygulanan regresyon analizi sonuçlarına göre, modelin istatistiksel olarak anlamlı olduğu ve ekonomik düşmanlığın ve genel düşmanlığın, algılanan boykot başarısının varyansının %12,8'ini açıklayabildiği anlaşılmaktadır (R²=,128; F_(2,454) = 33,367, p <0,001). Bulunan sonuçlara göre; ekonomik düşmanlığın ve genel düşmanlığın, algılanan boykot başarısını pozitif yönde ve istatistiki bakımdan anlamlı yordadığı (Sırasıyla; β =0.182, t=3,935, p<0,001; β =0,254, t=5,485, p<0,001) tespit edilmiştir. Diğer bir ifadeyle, çalışma grubunu teşkil eden katılımcıların ekonomik düşmanlık ve genel düşmanlık düzeyleri algılanan boykot başarıları düzeylerini pozitif yönde etkilemektedir (Tablo 8). Dolayısıyla H1a ve H1c desteklenmektedir.

Tablo 9. Ekonomik ve Genel Düşmanlığın, Ürün Tercih Üzerindeki Etkisi

	Standardize edilmemiş katsayılar		Standardize edilmiş katsayılar				F	R ²
	B	Std. hata	β	t	p	VIF		
Sabit	3,461	,212		16,311	,000			
Ekonomik Düşmanlık (X _{ED})	-,223	,059	-,184	-3,780	,000	1,119	8,429*	,036
Genel Düşmanlık (X _{GD})	-,014	,051	-,014	-,282	,778	1,119		
Bağımlı Değişken: Ürün Tercih (Y_{ÜT})								

*p<0,001

Ekonomik düşmanlığın ve genel düşmanlığın, ürün tercihini ne ölçüde etkilediğini belirlemek amacıyla gerçekleştirilen regresyon analiz sonuçlarına göre, modelin istatistiksel olarak anlamlı olduğu ve ekonomik düşmanlığın ve genel düşmanlığın, ürün tercihinin varyansının %3,6'sını açıklayabildiği anlaşılmaktadır ($R^2=,036$; $F_{(2,454)}= 8,429$ $p < 0.001$). Bulunan sonuçlara göre; ekonomik düşmanlığın, ürün tercihini negatif yönde ve istatistiki bakımdan anlamlı yordarken ($\beta=-0.184$, $t=-3,780$, $p<0.001$) genel düşmanlığın istatistiki bakımdan anlamlı yordamadığı ($p>0.05$) saptanmıştır. Başka bir ifadeyle, çalışma grubunu teşkil eden katılımcıların, ekonomik düşmanlık düzeyleri ürün tercihi düzeylerini negatif yönde etkilerken katılımcıların, genel düşmanlık düzeyleri ürün tercihi düzeylerini etkilememektedir (Tablo 9). Dolayısıyla H1b desteklenirken, H1d desteklenmemektedir.

Tablo 10. Sert ve Yumuşak Etnosentrizmin, Algılanan Boykot Başarısı Üzerindeki Etkisi

	Standardize edilmemiş katsayılar		Standardize edilmiş katsayılar				F	R ²
	B	Std. hata	β	t	p	VIF		
Sabit	1,604	,139		11,556	,000			
Sert Etnosentrizm (X_{SE})	,247	,057	,265	4,341	,000	2,177	64,929*	,222
Yumuşak Etnosentrizm (X_{YE})	,224	,057	,241	3,950	,000	2,177		
Bağımlı Değişken: Algılanan Boykot Başarısı (Y_{ABB})								

* $p<0,001$

Sert ve yumuşak etnosentrizmin, algılanan boykot başarısını ne derecede etkide bulunduğunu belirlemek için gerçekleştirilen regresyon analizinin sonucunda modelin istatistiksel olarak anlamlı olduğu ve sert ve yumuşak etnosentrizmin, algılanan boykot başarısının varyansının %22,2'sini açıklayabildiği anlaşılmaktadır ($R^2=,222$; $F(2,454)=64,929$, $p<0.001$). Bulunan sonuçlara göre; sert ve yumuşak etnosentrizm, algılanan boykot başarısını istatistiki bakımdan anlamlı ve pozitif yönde yordadığı (Sırasıyla; $\beta=0.265$, $t=4,341$, $p<0.001$; $\beta=0.241$, $t=3,950$, $p<0.001$) saptanmıştır. Diğer bir ifadeyle, çalışma grubunu teşkil eden katılımcıların sert ve yumuşak etnosentrizm düzeyleri algılanan boykot başarısı düzeylerini pozitif yönde etkilemektedir (Tablo 10). Dolayısıyla H2a ve H2c desteklenmektedir.

Tablo 11. Sert ve Yumuşak Etnosentrizmin, Ürün Tercihi Üzerindeki Etkisi

	Standardize edilmemiş katsayılar		Standardize edilmiş katsayılar				F	R ²
	B	Std. hata	β	t	p	VIF		
Sabit	3,036	,156		19,423	,000			
Sert Etnosentrizm (X_{SE})	-,109	,064	-,117	-2,197	,040	2,177	3,444*	,015
Yumuşak Etnosentrizm (X_{YE})	-,007	,064	-,007	-,109	,914	2,177		
Bağımlı Değişken: Ürün Tercihi ($Y_{ÜT}$)								

* $p<0,05$

Sert ve yumuşak etnosentrizmin, ürün tercihine ne derecede etkide bulunduğunu belirlemek amacıyla yapılan regresyon analiz sonuçlarına göre modelin istatistiksel olarak anlamlı olduğu, sert ve yumuşak etnosentrizmin, ürün tercihinin varyansının %1,5'ini açıklayabildiği anlaşılmaktadır ($R^2=,015$; $F(2,454)=3,444$, $p=0,033$). Elde edilen sonuçlara göre; sert etnosentrizm, ürün tercihinin istatistiksel bakımdan anlamlı ve negatif yönde yordadığı ($\beta=-0,117$, $t=-2,197$, $p=0,040$) ve modele anlamlı katkı sağlığı belirlenirken yumuşak etnosentrizm, ürün tercihinin istatistiksel bakımdan anlamlı yordamadığı ve modele anlamlı katkı sağlamadığı belirlenmiştir. Diğer bir ifadeyle, çalışma grubunu teşkil eden katılımcıların sert etnosentrizm düzeyleri ürün tercihinin negatif yönde etkilerken yumuşak etnosentrizm düzeylerinin etkilememektedir (Tablo 11). Bu sonuca göre; yumuşak etnosentrizmin ürün tercihi üzerindeki etkisinde sert etnosentrizmin aracı değişken olduğu söylenebilir. Dolayısıyla, H2d desteklenmekte ve H2b desteklenmemektedir.

SONUÇ VE TARTIŞMA

Tüketici davranışları pek çok faktörden etkilenen karmaşık bir yapıya sahiptir. Günümüz rekabetin ulusal sınırların dışına çıkması ve uluslararası bir yapı kazanmasıyla işletmeler, tüketicileri davranışlarını analiz etmekte ve elde edilen sonuçlara göre pazarlama planlarını oluşturmaktadırlar. Tüketicilerin alışveriş davranışlarını etkileyen faktörler arasında, ülkelerin politikası, ekonomik yapıları, siyasi/ekonomik krizden kaynaklanan düşmanlık ve etnosentrizm de sayılabilmektedir. Tüketiciler, teknolojinin gelişmesi ve bunun uzantısı olarak küresel iletişim ağlarının yaygınlaşmasıyla belirtilen faktörler ile ilgili gelişmelerden kolaylıkla ve hızlıca haberdar olabilmektedir. Dolayısıyla tüketiciler sosyal medya platformlarında, alışverişleri ile ilgili olabilecek konularda çeşitli bilgiler ve mesajlarla karşılaşabilmektedir. Bu bağlamda, özellikle sosyal medyada boykot mesajlarının tüketim davranışlarını etkileme gücü önem arz etmekte ve dolayısıyla bu çalışmanın temel konusunu sosyal medya mesajlarındaki ürünleri boykot etmede tüketici etnosentrizmi ve ekonomik düşmanlığın etkisi oluşturmaktadır.

Araştırmanın sonuçları, etnosentrizm eğilimi ile düşmanlığın pozitif yöndeki ilişkilerini ortaya koymakta, dolayısıyla daha önce gerçekleştirilen çalışmaları desteklemektedir (Barutcu, Saritas & Adiguzel, 2016). Diğer yandan etnosentrizmin algılanan boykot başarısını pozitif yönde etkilediğine dair bu çalışmada elde edilen sonuçlar, tüketicilerin kabul edilebilir satın alma davranışlarında bir grubun dinamiklerinin etkisinin önemini vurgulayan Acikdilli vd. (2018) ile Shimp ve Sharma (1987)'nin çalışmasını destekler niteliktedir.

Bu çalışmanın sonuçlarında da ortaya çıkan ve tüketicilerin yabancı menşeli ürünlerini kabul etmelerinde olumsuz yönde etkisi olan tüketici düşmanlığının, satış başarısını da olumsuz yönde etkilediği bilinmektedir. Bu açıdan çalışmanın sonuçlarının, Erçin ve Eryiğit (2019) tarafından gerçekleştirilen araştırmayı desteklediği söylenebilir. Sonuçta, uluslararası işletmecilik faaliyetleri yürüten işletme yöneticilerinin, hedef pazarlarında ülkelerine dönük düşmanlık duygularının olup olmadığı tespit edilmesi, tüketici düşmanlığının mevcut olması durumunda bu düşmanlığı ve yarattığı olumsuz etkilerini bertaraf edecekleri stratejiler geliştirmeleri uygun olacaktır.

Bu çalışma, tüketicilere iletilen sosyal medya mesajlarındaki ürünleri boykot etmede tüketici etnosentrizmi ve ekonomik düşmanlığın etkisinin belirlenmesi ilgili literatüre katkı sağlamayı amaçlamış ve gelecekte yapılacak çalışmalar için ışık tutmaya çalışılmıştır. Bilimsel olarak etik olmadığı düşünüldüğü için araştırmada uyaran olarak kullanılan ülke ve marka adları belirtilmemiş olup, bu çalışmanın bir kısıdını oluşturmaktadır. Gelecekte yapılacak çalışmalar için ülke ve marka adlarının belirtilmesi ve farklı ürün ve hizmetler için benzer araştırmaların gerçekleştirilmesi önerilebilir. Özellikle araştırmacıların, olumlu ve olumsuz ilişkiler içerisinde bulunan ülkelerin karşılaştırmalı olarak incelemeleri ve farklı sosyal medya platformlarını baz alınarak yapacakları kapsamlı araştırmalarla düşmanlık, etnosentrizm ve boykot davranışlarının incelemeleri ile literatüre katkı sağlanacağı düşünülmektedir.

KAYNAKLAR

- Acharya, C., & Elliott, G. (2003). Consumer ethnocentrism, perceived product quality and choice-An empirical investigation. *Journal of International Consumer Marketing*, 15(4), 87-115, doi: 10.1300/J046v15n04_05.
- Acikdilli, G., Ziemnowicz, C., & Bahhouh, V. (2018). Consumer ethnocentrism in Turkey: Ours are better than theirs. *Journal of International Consumer Marketing*, 30(1), 45-57, doi: 10.1080/08961530.2017.1361882.

- Akın, M., Çiçek, R., Gürbüz, E., & İnal, ME (2009). Tüketici etnosentrizmi ve davranış niyetleri arasındaki farklılığın belirlenmesinde CETSCALE ölçeği. *Ege Akademik Bakış*, 9(2), 489-512.
- Albayrak, AS (2005). Çoklu doğrusal bağlantı halinde enküçük kareler tekniğinin alternatifi yanlı tahmin teknikleri ve bir uygulama. *ZKÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, 1(2), 105-126.
- Ali, BJ (2021). Impact of consumer animosity, boycott participation, boycott motivation, and product judgment on purchase readiness or aversion of Kurdish consumers in Iraq. *Journal of Consumer Affairs*, 55(2), 504-523, doi: 10.1111/joca.12350.
- Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S., & Yıldırım, E. (2007). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri: SPSS uygulamalı*. Sakarya Yayıncılık.
- Atılğan, KÖ, İnce, T., & Yılmaz, S. (2017). Tüketicilerin satın alma niyetleri ve boykota yönelik tutumlarının tüketici sinizmi, fiyat şeffaflığı ve fiyat adaleti bağlamında incelenmesi. *ÇÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 26(3), 34-44.
- Aysuna, C. (2006). *Tüketici etnosentrizmini ölçmede CETSCALE ölçeği ve Türkiye uygulaması* [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi].
- Barutcu, S., Saritas, E., & Adiguzel, DU (2016). Attitudes towards the foreign products from animosity, boycott and ethnocentrism perspectives: The case of Turkish students. *European Scientific Journal*, 12(10), 106-118.
- Carter, LL (2009). *Consumer receptivity of foreign products: the roles of country-of-origin image, consumer ethnocentrism and animosity* [Yayımlanmamış Doktora Tezi, Old Dominion University].
- Chrysochoidis, G., Krystallis, A., & Perreas, P. (2007). Ethnocentric beliefs and country-of-origin (COO) effect: Impact of country, product and product attributes on Greek consumers' evaluation of food products. *European Journal of Marketing*, 41(11/12), 1518-1544, doi: 10.1108/03090560710821288.
- Cicic, M., Brkic, N., Husic, M., & Agic, E. (2005). *The influence of animosity, xenophilia and ethnocentric tendencies on consumers' willingness to buy foreign products-the case of Croatia*. 34th European Marketing Conference, 24-27.
- Çakır, A. (2014). *Faktör analizi* [Doktora Tezi. İstanbul Ticaret Üniversitesi].
- Danilwan, Y., & Pratama, I. (2020). The impact of consumer ethnocentrism, animosity and product judgment on the willingness to buy. *Polish Journal of Management Studies*, 22(2), 65-81, doi: 10.17512/pjms.2020.22.2.05.
- Dewing, M. (2010). *Social media: An introduction* (Vol. 1). Library of Parliament.
- De Zúñiga, HG, Copeland, L., & Bimber, B. (2014). Political consumerism: Civic engagement and the social media connection. *New Media & Society*, 16(3), 488-506, doi: 10.1177/1461444813487960.
- Erçin, M. (2016). *Tüketici düşmanlığının boyutlarının ve satın alma niyeti üzerindeki etkilerinin incelenmesi: nitel bir araştırma* [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Hacettepe Üniversitesi].
- Erçin YM, & Eryiğit, C. (2019). Tüketici düşmanlığının boyutlarının ve satın alma niyeti üzerindeki etkilerinin incelenmesi: nitel bir araştırma. *International Journal Of Economic & Social Research*, 15(1), 95-115.

- Ettensen, R., & Klein, JG (2005), The fallout from French nuclear testing in the South Pacific: a longitudinal study of consumer boycott, *International Marketing Review*, 22(2), 199-224, doi: 10.1108/02651330510593278.
- Friedman, M. (1985). Consumer boycotts in the United States, 1970–1980: Contemporary events in historical perspective. *Journal of Consumer Affairs*, 19(1), 96-117, doi: 10.1111/j.1745-6606.1985.tb00346.x.
- Genceli, M. (1973). *İki değişkenli doğrusal regresyonda zaman faktörü*. İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Mecmuası, 33(1), 179-181.
- Giang, NT (2015). The impact of consumer animosity and consumer ethnocentrism on intention to purchase foreign products: The case of Chinese branded household appliances in Vietnam market. *Journal of Economics and Behavioral Studies*, 7(4), 22-36.
- Huang, YA, Phau, I., & Lin, C. (2010). Effects of animosity and allocentrism on consumer ethnocentrism: Social identity on consumer willingness to purchase. *Asia Pacific Management Review*, 15(3), 359-376.
- İşler, DB (2013). Tüketici entrosentrizmi ve menşe ülke etkisi ekseninde satın alma kararlarındaki rolü: CETSCALE ölçeği ile bir uygulama, *AİBÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 13(1), 93-121.
- Kerr, G., Mortimer, K., Dickinson, S., & Waller, DS (2012). Buy, boycott or blog: Exploring online consumer power to share, discuss and distribute controversial advertising messages. *European Journal of Marketing*, 46(3/4), 387-405, doi: 10.1108/03090561211202521.
- Klassen, KM, Borleis, ES, Brennan, L., Reid, M., McCaffrey, TA, & Lim, MS (2018). What people “like”: analysis of social media strategies used by food industry brands, lifestyle brands, and health promotion organizations on Facebook and Instagram. *Journal of Medical Internet Research*, 20(6), e10227, doi: 10.2196/10227.
- Klein, JG (2002). Us versus them, or us versus everyone? Delineating consumer aversion to foreign goods, *Journal of International Business Studies*, 33(2), 345-63, doi: 10.1057/palgrave.jibs.8491020.
- Klein, JG, & Ettensoe, R. (1999). Consumer animosity and consumer ethnocentrism: An analysis of unique antecedents. *Journal of International Consumer Marketing*, 11(4), 5-24, doi: 10.1300/J046v11n04_02.
- Klein, JG, Ettenson, R., & Morris, MD (1998). The animosity model of foreign product purchase: an empirical test in the people’s republic of China. *Journal of Marketing*, 62 (1), 89-100, doi: 10.2307/1251805.
- Klein, JG, Smith, NC, & John, A. (2004). Why we boycott: Consumer motivations for boycott participation. *Journal of Marketing*, 68(3), 92-109, doi: 10.1509/jmkg.68.3.92.34770.
- Korda, H., & Itani, Z. (2013). Harnessing social media for health promotion and behavior change. *Health Promotion Practice*, 14(1), 15-23, doi: 10.1177/1524839911405850.
- Laroche, M., Habibi, MR, Richard, MO, & Sankaranarayanan, R. (2012). The effects of social media based brand communities on brand community markers, value creation practices, brand trust and brand loyalty. *Computers in Human Behavior*, 28(5), 1755-1767, doi: 10.1016/j.chb.2012.04.016.
- Lee, R., Lee, KT, & Li, J. (2017). A memory theory perspective of consumer ethnocentrism and animosity, *European Journal of Marketing*, 51(7/8). 1266-1285, doi: 10.1108/EJM-03-2014-0188.
- Luque-Martínez, T., Ibáñez-Zapata, JA, & del Barrio-García, S. (2000). Consumer ethnocentrism measurement- An assessment of the reliability and validity of the CETSCALE in Spain. *European Journal of Marketing*, 34 (11/12), 1353-1374, doi: 10.1108/03090560010348498.

- Makarem, SC, & Jae, H. (2016). Consumer boycott behavior: An exploratory analysis of twitter feeds. *Journal of Consumer Affairs*, 50(1), 193-223, doi: 10.1111/joca.1208.
- Mohr, I. (2013). The impact of social media on the fashion industry. *The Journal of Applied Business and Economics*, 15(2), 17-22.
- Moon, BJ & SC Jain. (2002). Consumer processing of foreign advertisements: Roles of COO perceptions, consumer ethnocentrism and country attitude. *International Business Review*, 11(2), 117-138, doi: 10.1016/S0969-5931(01)00052-X.
- Murugesan, S. (2007). Understanding Web 2.0. *T professional*, 9(4), 34-41, doi: 10.1109/MITP.2007.78.
- Narang, R. (2016). Understanding purchase intention towards Chinese products: Role of ethnocentrism, animosity, status and self-esteem. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 32, 253-261, doi: 10.1016/j.jretconser.2016.05.010.
- Neilson, LA (2010). Boycott or buycott? Understanding political consumerism. *Journal of Consumer Behaviour*, 9(3), 214-227, doi: 10.1002/cb.313.
- Özdamar, K. (1999). *Paket program ile istatistiksel veri analizi*. Kaan Kitabevi, 2. Baskı.
- Özen, Y., & Gül, A. (2007). Sosyal ve eğitim bilimleri araştırmalarında evren-örneklem sorunu. *Atatürk Üniversitesi Kazım Karabekir Eğitim Fakültesi Dergisi*, 15, 394-422.
- Pett, MA, Lackey, NR, & Sullivan, JJ (2003). *Making sense of factor analysis: The use of factor analysis for instrument development in health care research*. Sage.
- Phillips, J., & Noble, SM (2007). Simply captivating: Understanding consumers' attitudes toward the cinema as an advertising medium. *Journal of Advertising*, 36(1), 81-94, doi: 10.2753/JOA0091-3367360106.
- Rose, M., Rose, GM, & Shoham, A. (2009). The impact of consumer animosity on attitudes towards foreign goods: a study of Jewish and Arab Israelis. *Journal of Consumer Marketing*. 26(5), 330-339, doi: 10.1108/07363760910976583.
- Seçer, İ. (2015). *SPSS ve LISREL ile pratik veri analizi*. Anı Yayıncılık.
- Sen, S., Gürhan-Canlı, Z., & Morwitz, V. (2001). Withholding consumption: A social dilemma perspective on consumer boycotts. *Journal of Consumer Research*, 28 (3), 399-417, doi: 10.1086/323729.
- Shimp, TA (1984). Consumer ethnocentrism: The concept and a preliminary empirical test. *Advances in Consumer Research*, 11, 285-290.
- Shimp, TA, Dunn, TH & Klein, JG (2004). Remnants of the U.S. civil war and modern consumer behavior. *Psychology and Marketing*, 21(2), 75-91, doi: 10.1002/mar.10116.
- Shimp, TA, & Sharma S. (1987). Consumer ethnocentrism: construction and validation of the CETSCALE. *Journal of Marketing Research*, 24(3), 280-289, doi: 10.2307/3151638.
- Summer, WG (1906). *Folkways: The sociological importance of usages, manners, customs, mores, and morals*, Ginn & Co.
- Tabachnick, BG & Fidell. LS (2019). *Using multivariate statistics*. Seventh Ed. Pearson.

- Tariq, W., Mehboob, M., Khan, MA, & Ullah, F. (2012). The impact of social media and social networks on education and students of Pakistan. *International Journal of Computer Science Issues*, 9(4), 407-411, doi: 10.1.1.401.7818.
- Tosun, NB & Levi, E. (2010). *İkinci medya çağında internet* [Der: Filiz Aydoğan, Aysen Akyüz]. Alfa Yayınları.
- TÜİK (2020). İl göstergeleri, <https://www.tuik.gov.tr/> (06.03.2020).
- Vida, I. & Fairhurst, A. (1999), Factors underlying the phenomenon of consumer ethnocentricity: evidence from four central european countries, *The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research*, 9(4), 321-337, doi: 10.1080/095939699342444.
- Wang, J. (2005). Consumer nationalism and corporate reputation management in the global era. *Corporate Communications: An International Journal*, 10(3), 223-239, doi: 10.1108/13563280510614483.
- Xiang, Z., & Gretzel, U. (2010). Role of social media in online travel information search. *Tourism Management*, (131), 179-188, doi: 10.1016/j.tourman.2009.02.016.
- Zack, J. (1991). The hullabaloo over boycott ballyhoo. *Business and Society Review*, 78. 9-15.
- Zeng, B., & Gerritsen, R. (2014). What do we know about social media in tourism? A review. *Tourism Management Perspective*, 10, 27-36, doi: 10.1016/j.tmp.2014.01.001.
- Zeren, D., Kara, A. & Arango Gil, A. (2020). Consumer ethnocentrism and willingness to buy foreign products in emerging markets: evidence from Turkey and Colombia. *Latin American Business Review*, 21(2), 145-172, doi: 10.1080/10978526.2019.1697186.
- Zhou, L. & Hui, MK (2003), Foreign products in China retain symbolic value for consumers. *Marketing News*, 37(13), 22-30.

Yazar Katkı Oranı

Araştırmanın hazırlanmasında yazarlar eşit oranda katkı sağlamıştır.

İHRACATA DAYALI BÜYÜME HİPOTEZİNİN TEST EDİLMESİ: MALEZYA EKONOMİSİ ÖRNEĞİ

Harun BAL¹, Esmâ ERDOĞAN², Koray YILDIRIM³

Makale Bilgisi

Araştırma Makalesi

DOI: 10.35379/cusosbil.1079158

Makale Geçmişi:

Geliş 25.02.2022

Düzeltilme 31.03.2022

Kabul 11.04.2022

Anahtar Kelimeler:

İhracata Dayalı Büyüme,

Malezya,

Ekonomik Büyüme,

Granger Nedensellik.

ÖZ

Yükselen Piyasa Ekonomileri içerisinde önemli bir konuma sahip olan ve 2010 yılı itibarıyla uygulamaya koyduğu Yeni Ekonomi Model (NEM) ile yaklaşık olarak kırk yıldır sürdürmekte olduğu İhracata Dayalı Büyüme modeli uygulamalarını güçlendirmeyi hedefleyen Malezya ekonomisi, bu çalışmanın araştırma konusunu oluşturmaktadır. NEM uygulamaları Malezya ekonomisinin yenilik üretme kapasitesini artırmaya ve desteklemeye yönelik ilave politikalarla zayıflama işaretleri gösteren ihracata dayalı büyüme sürecini yeniden hızlandırma ve bir üst uygulamaya dönüştürmeyi hedeflemektedir. Malezya ekonomisinde yaşanan gelişmeler, gerek kendisi gerekse benzeri modelleri uygulayan diğer ülkeler için de büyük önem taşımaktadır. Çalışmada 1960-2019 dönemleri ele alınarak, ihracata dayalı büyüme hipotezinin geçerli olup olmadığı sınanmıştır. Yapılan Eş bütünleşme testi sonucunda, değişkenler arasında uzun dönemli ilişki olduğu tespit edilirken, nedensellik analizinin sonuçları; Malezya'da ihracata dayalı büyüme hipotezinin geçerliliğini ortaya koymaktadır.

TESTING THE HYPOTHESIS OF EXPORT LED GROWTH: THE CASE OF MALAYSIAN ECONOMY

Article Info

Research Article

DOI: 10.35379/cusosbil.1079158

Article History:

Received 25.02.2022

Revised 31.03.2022

Accepted 11.04.2022

Keywords:

Export Led Growth,

Malaysia,

Economic Growth,

Granger Causality.

ABSTRACT

The research topic of this study focuses on the Export-Led Growth model, which has been ongoing for nearly forty years. For instance, the Malaysian economy has an important position in Emerging Market Economies and aims to strengthen the New Economy Model (NEM). New Economy Model (NEM) practices aim to accelerate and transform the export-led growth process, which displays signs of weakening, to a higher practice with additional policies aimed at increasing and supporting the innovation capacity of the Malaysian economy. The developments in the Malaysian economy are of great importance both for itself and for other countries that implement similar models. The study The aim of this study is to test the relationship between exports and economic growth econometrically in the Malaysia economy. To this end, Malaysia by considering the 1960-2019 period, the export-led growth hypothesis was tested that is not available. While the cointegration test shows that there is a long-term relationship between the variables, the results of the causality analysis; It reveals the validity of export led growth hypothesis in Malaysia.

Yazarlar çalışmanın etik kurallara bağlı olarak hazırlandığını taahhüt eder.

¹ Prof. Dr., Çukurova Üniversitesi, İİBF, harunbal@cu.edu.tr, ORCID: 0000-0003-0878-8253

² esma01erdogan@gmail.com, 0000-0002-7324-8512

³ korayyildirim80@gmail.com, ORCID: 0000-0002-2524-1746

Alıntılanak için/ Cite as: Bal, H., Erdoğan, E., Yıldırım, K. (2022), İhracata Dayalı Büyüme Hipotezinin Test Edilmesi: Malezya Ekonomisi Örneği, Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 31 (1), 308-321.

GİRİŞ

Ekonomik büyüme sürecinde İhracata Dayalı Büyüme Hipotezinin (İDBH) etkinliği, ilgili literatürde analiz ve tartışmalara konu olmayı sürdürmektedir. Smith-Ricardo ikilisinin öncülüğünde başlayan ve Heschker-Ohlin-Samuelson yaklaşımlarıyla ilerleyen geleneksel dış ticaret teorilerinin uzmanlaşma temalı yaklaşımlarıyla şekillenen ihracata dayalı büyüme hipotezini savunan öncüler (başta, Kravis, 1970; Kruger, 1974; Balassa, 1978 ve Williamson, 1978 olmak üzere) ihracatın ekonomik büyümenin motoru olduğu görüşünü ortaya koymuşlardır. Dışa açılan ekonomilerde kaynakların etkin kullanımının ve verimlilik artışlarının sağlanması, içsel ve dışsal ekonomiler, teknolojik ilerleme ve beşeri sermayeye yaptığı katkılarıyla faktör donatımı ve mukayeseli üstünlükler çerçevesindeki sanayileşmeyi desteklemesi, söz konusu stratejinin en önemli avantajları olarak değerlendirilmektedir. İhracata dayalı büyüme hipotezini sanayileşme ve marjinal faktör verimlilikleri farklılıkları açısından değerlendiren Feder (1983), marjinal faktör verimliliğinin ihracatta yüksek olduğunu vurgulayarak, üretim faktörlerinin az verimli ihracat dışı sektörlerden verimliliğinin yüksek olduğu ihracat sektörlerine doğru yeniden tahsis edilmesiyle büyüme performansını artırdığını ifade etmektedir. Prebisch (1950) ve Bhagwati (1978) ise gelişmekte olan ülkeler açısından dolaylı bir anlatımla sanayileşmenin olmaması durumunda uzun dönemde dış ticaret hadlerinin ülke aleyhine döneceğini vurgulamıştır.

Sanayi sektörünün gelişim gösterdiği ekonomilerde istihdam ve işgücü verimliliği de hızlı bir şekilde artmaktadır. Krugman (1979, 1980) bu durumu ülkelerin karşılaştırmalı üstün olmadığı maliyet yapılarının aynı olduğu alanlarda bile ticarete devam ettiklerinde karlı çıkabileceklerini ortaya koyarak ihracatın büyümedeki itici gücüne dikkat çekmektedir. Diğer yandan Romer (1986) ve Lucas (1988) ise; teknolojik yayılma sonucu artan bilgi birikimi ve beşeri sermayenin diğer üretim faktörlerinde azalan getirinin aksine artan getiriyle verimliliği ve üretkenliği artırarak uzun dönemde büyümeyi sağladığına dikkat çekmektedirler. İhracat artışlarının teknolojik yayılma ve bilgi birikimi, beşeri sermayenin yeni teknolojiye uyumu ve inovasyon gibi diğer dışsallıklarla üretkenliği de artırarak sürdürülebilir bir büyüme performansını gerçekleştirmekteki rolüne vurgu yapmaktadır (Marin, 1992, s. 678). Bu nedenle dışa açılma ve ihracata yönelik büyüme hipotezi, Harrison (1996), Baldwin (2004) ve Makhlof (2016)'da da belirtildiği üzere kısmi bazı riskleri olmakla birlikte, literatürde ve politika yapıcılar arasında ekonomik büyümeyi sağlaması açısından gelişmekte olan ülkeler için temel argümanlardan birisi haline gelmiştir.

Japonya ve Almanya gibi gelişmiş ülke örneklerinin ikincinci dünya savaşından sonrada öncü olarak gösterilen başarılı performansları (Palley, 2011) bir yana bırakılırsa, sonraki dönemlerde ve özellikle de Uzak Doğu Asya ülkelerinin pek çoğunda ihracata dayalı büyüme hipotezinin başarılı sonuçlar verdiği görülmektedir. Myrdal'ın Asya'nın Dramı (1968) isimli eserinden Dünya Bankası'nın Asya Mucizesi (1993) isimli raporuna uzanan bir evrede bu etkileyici dönüşümün izlerini sürmek mümkündür. Dünya Ticaret Örgütü (WTO) ve Uluslararası Para Fonu (IMF) başta olmak üzere pek çok uluslararası kurum da bu süreci ve politikaları desteklemeyi sürdürmekte olup, Gelişmekte Olan Ülke (GOÜ)'lere ekonomik büyüme - kalkınma süreçleri bağlamında yaygın bir şekilde önermektedirler (World Bank 1987; Nicoletti, 2008). Nitekim bu gelişmeler çerçevesinde söz konusu başarı örnekleri başlangıçta bu stratejiye uzak durmuş ülkeleri de (eski Doğu Bloku ülkelerinin birçoğu da dâhil olmak üzere) birbiri ardınca sürece dâhil olmaya sevk etmiştir. İhracata dayalı büyüme stratejisi Uzak Doğu Asya başta olmak üzere dünyanın birçok bölgesinde ve Latin Amerika'da uygulanmış ve kısa dönemde imalat sanayiinin ihracat artışıyla yüksek bir ekonomik büyümeyi de sağlamıştır. Ancak, uzun dönemde Latin Amerika ülke örneklerinin pek çoğunda döviz üzerinden borç oranlarının artması ve sık aralıklarla yaşanan ekonomik ve siyasi krizler ekonomilerini daha kırılgan hale getirerek bu ülkelerde devamlılığın oluşmasına engel olabilmektedir (Napoles, 2001). Uzak Doğu Asya ülke örneklerinde ise göreceli ekonomik-siyasi istikrarın yanı sıra ücretler ve diğer maliyet unsurlarının göreceli düşüklüğü, ihracata dayalı büyüme hipotezinin başarıyla devamında çok önemli roller oynamıştır (Edwards, 1994, s. 9-10).

2011 yılından itibaren Yenilik temelli bir büyüme modeline dönüştürülmeye çalışılan ihracata dayalı büyüme politikalarının Malezya ekonomisi örneğindeki gelişmelerini yakından inceleme ve ampirik olarak analiz etmeyi amaçlayan çalışmanın geri kalan kısmı ise şu şekilde organize edilmiştir; ikinci bölümde sanayileşme, ihracat ve büyüme arasındaki ilişkiler Malezya ekonomisi çerçevesinde ele alınmış olup, üçüncü bölümde literatür taraması, dördüncü bölümde ise ekonometrik analiz, model ve bulgular değerlendirilerek sonuç kısmına geçilmiştir.

Malezya'da Sanayileşme, İhracat ve Büyüme Arasındaki İlişki

Gelişmekte olan ülkelerin birçoğunda 1960'ların ortalarından itibaren iç ve dış faktörlerin birleşimiyle birlikte ithal ikameci sanayileşme stratejisinden ihracata yönelik büyüme stratejisine yönelme eğilimleri

başlamıştır. İhracata dayalı büyüme stratejisi iç talebin karşılanmasının yanı sıra dış talebi de karşılamak üzere mal ve hizmet üretimindeki artışın toplam üretimi artırması süreci olarak tanımlanabilir. İhracat artışının ekonomiye etkileri ise; rekabet gücü artışları, kaynak tahsisinde etkinliği artırma, teknoloji ithali ve yeni üretim sistemleriyle beşeri sermaye verimliliğini artırmak, atıl fonların reel ekonomiye aktarılması, ithalatı artırarak büyüme potansiyeline katkıda bulunması, döviz arzını artırarak büyüme ve kalkınmaya finansman sağlaması olarak ifade edilebilir. İhracatı geliştirmeye yönelik bu politikaların temel amacı, teknolojik yayılma, sermaye birikimi ve nihai hedef olarak da üretim artışı ile kaynak dağılımında etkinliği sağlamaktır.

Uzak Doğu Asya'nın başarılı ülke örnekleri arasında gösterilen Malezya, 1957 yılında İngiltere'den bağımsızlığını aldığı anda neredeyse tamamen bir tarım ve madencilik ülkesi özelliklerine sahiptir. Bölgedeki diğer pek çok ülke gibi fakir bir hammadde ekonomisi görüntüsü veren Malezya'da Kauçuk ve Kalay gibi birincil ürünlerin ihracatının toplam ihracattaki payı %85, GSYİH içerisinde sanayi ürünlerinin payı ise sadece %8 civarındadır. Bağımsızlığının ardından 1957-1969 arasında ithal ikame politikalar uygulayan Malezya, 1968 yılında çıkardığı yabancı yatırımları teşvik etme yasası ve serbest ticarete yönelik adımların ardından 1970 yılında uygulamaya koyduğu Yeni Ekonomik Program (NEP) ile birlikte fiilen İhracata Dayalı Büyüme Hipotezinin yol göstericiliğinde politikalar uygulamaya başlamıştır (bk. Alawi, 1996). 1970'lere gelindiğinde ise ihracata dayalı büyüme stratejisi sadece Malezya ekonomisi için değil bölgedeki pek çok gelişmekte olan ülkenin de temel politika tercihi haline gelmiştir. Malezya bu süreci benimserken öncelikle iç pazarın doygunluğa ulaşmasına çözüm olmak üzere uluslararası kurumların desteğiyle 1968 yılında yabancı yatırımları teşvik etme yasasını yürürlüğe koyarak geçişi başlatmıştır. Yatırım teşvik yasasıyla birlikte imalat sektörü büyümede öncü sektör olarak kabul edilir iken, imalat sektörünün gelişmesi için ise doğrudan yabancı yatırımlar kilit faktör olarak seçilmiştir.

1970 yılında uygulamaya koyduğu Yeni Ekonomik Program (NEP) ile birlikte fiilen İhracata Dayalı Büyüme Hipotezinin yol göstericiliğinde politikalar uygulamaya başlayan Malezya bu süreçte kısmi korumacı uygulamaları devam ettirerek iç pazar ve üreticilerini de korumayı hedeflemiştir. Malezya'nın bu süreçteki korumacı uygulamaları ise miktar ve kambiyo kısıtlamaları yerine ılımlı tarifeler olarak ön plana çıkmaktadır (Athukorala & Menon, 1996, s. 29-31). Malezya ekonomisinde 1970 ve sonrası dönemde gerek ekonomik büyüme gerekse de ihracat artışlarının güçlü bir şekilde artış göstermesi Tablo 1 ve 2 de görülmektedir. Malezya ekonomisinde 1997 Uzak Doğu Asya ekonomik krizi döneminde ise büyüme ve ihracat artış hızında yavaşlama olduğu tespit edilmiştir. 2008 krizi sonrasında da bir miktar yavaşlama görülse de Malezya ekonomisi ve ihracata yönelik büyüme modeli başarılı uygulamaları ile dikkatleri üzerinde toplamayı sürdürmüştür. Malezya ekonomisinde yaşanan büyümeye iktisat politikalarının yanı sıra siyasi ve sosyal politika alanlarında başarılı uygulamaları da önemli ölçüde katkı vermiştir. Malezya'da varlığını sürdüren üç büyük etnik grup arasındaki çatışmalara yönelik eğilimlerin azaltılması ve uyum programları sayesinde sağlanabilen siyasi ve sosyal istikrar büyümede önemli bir kriter haline gelmiştir (Yusof, 2008, s. 52-54).

Tablo 1 ve 2'den de görüleceği üzere 1970 sonrası yıllarda sürdürülen politikalar Malezya ekonomisinin bir ihracat merkezli ekonomiye dönüşmesini sağlamıştır. Malezya'nın başarısını etkileyen önemli bir faktör devletin sanayileşme sürecine dâhil olarak teknolojik yeterliliği artırma ve yaymada katkı sunması olmuştur. Devletin arz tarafında teknolojik yeteneğe sahip beşeri sermayeyi oluşturularak insan kaynakları yönetimiyle niteliksel gelişme sağlaması, satın alma politikalarında destek ve geliştirmeyi koordine etmesi ve Ar-ge merkezleri ve teknoloji parkları kurmasıdır. Talep tarafında ise teknolojik yeterliliğin artırılması için finansal ve mali desteklerle eğitim programları uygulanmasıdır. Malezya ekonomik yapısı itibarıyla imalat sektöründe büyük ölçüde dış ticarete konu mallar üretildiği için verimlilik artışı dış ticaretle daha güçlü hale gelmektedir (Yülek, 2018, s.125). Malezya'nın uyguladığı uzun dönemli planlama, yüksek sermaye harcaması, işgücünde teknolojik yeterlilik, ürün geliştirme ve ölçek ekonomilerinden faydalanma gibi politika dinamikleri Malezya'nın ticari girişimden öte bir sanayileşme girişimi olduğunu kanıtlamaktadır (Ali, 1993; Tik, 2009).

Brüt sermaye birikimi – yatırımların gelişim hızı da ekonomide büyüme performansında artış sağlayarak ortalama büyüme hızının üzerinde bir büyüme sağlanmasında çok önemli bir rol üstlenmiş ve Malezya ekonomisinin potansiyel çıktı ve ihracat miktarında sürekli artışları beslemiştir. İthal ikameci politika izlendiği yıllarda brüt sermaye oluşumunun ihracata dayalı büyüme stratejisi uygulandığı yıllara oranla çok düşük seyretmesi Malezya için bu durumu kanıtlayıcı niteliktedir. Malezya ekonomisinin, ihracata dayalı büyüme stratejisini politika olarak belirlemesi sonrasında yatırımlarda ve kilit önemdeki diğer bazı makroekonomik değişkenlerde yaşanan gelişmeler Tablo 1'de özetlenmektedir.

1990'ların son yıllarında Tayland Baht'ının yüksek oranlı değer kayıpları ile başlayıp bölgedeki diğer tüm ekonomileri de sarsan Uzak Doğu Asya krizi, Malezya ekonomisinde de üretim, yatırım ve ihracat parametreleri

açısından bir yavaşlama sürecine neden olmuştur. 2000’li yıllarla birlikte kısmen atlatılsa da mevcut süreç ihracata yönelik uygulamaların sürekliliğinin sorgulanmasına ve yeni adımlar atılması yönünde arayışlara neden olmuştur. Malezya Ulusal Ekonomik Danışma Konseyinin (NEAC) 30 Mart 2010’da ilan ettiği Yeni Ekonomik Modeli (NEM) ile mevcut modelin, Yenilik Temelli - İhracata Yönelik Büyüme Modeline (Innovation Led Growth) dönüştürülmesine ve sürdürülebilirliğinin güçlendirilmesine yönelik adımların hayata geçirilmesine karar verilmiştir. 2011-2015 onuncu ve 2016-2020 on birinci ekonomik kalkınma planları ile hayata geçirilmeye çalışılan NEM, Malezya ekonomisinde bir yenilikçilik ekosistemi kurma ve sürekli geliştirmeye yönelik adımları ve bunları desteklemeye yönelik devlet desteklerinin organizasyonunu hedeflemektedir. Zeufack ve Lim (2013) ve Gopal (2019)’a göre bu yönde atılan adımlar önemli olmakla birlikte, Japonya, G. Kore ve Singapur gibi ülkelerle kıyaslandığında istenilir ölçüde hızlı değildir. Global Yenilikçilik Endeksi (GII) ve Global Rekabetçilik Endeksi (GCI) verileri ise uygulamada atılan adımların yavaş ama istikrarlı bir yukarı yönlü gelişme sürecine girildiğine işaret etmektedir. Dolayısıyla, Malezya ekonomisinin ihracata yönelik büyüme modelinden yenilik temelli bir büyümeye geçiş programında ve ihracat artışlarının yanı sıra nitelik ve katma değer artışı anlamında önemli mesafeler aldığını söylemek mümkündür (bk. Bekhet & Wahilah, 2017; Rasiah & Yap, 2015).

Tablo 1. Malezya Ekonomisinde İhracat, İthalat, Gelir ve Yatırımlardaki Nominal Gelişmeler (1960-2019)

Yıllar	İhracat (Bin \$)	İthalat (Bin \$)	Kişi Başı Gelir (Bin \$)	Brüt Sermaye Yat. (Bin \$)
1965	1,333	1,199	310	566
1970	1,770	1,595	357	863
1975	4,255	4,207	764	2,253
1980	14,135	13,533	1,774	6,831
1985	17,185	15,592	2,000	7,891
1990	32,783	31,883	2,441	14,246
1995	83,462	86,952	4,329	38,710
2000	112,369	94,350	4,043	25,198
2005	162,048	130,552	5,587	32,146
2010	221,686	181,098	9,040	59,639
2015	209,286	186,602	9,799	74,564
2016	201,165	181,126	9,671	76,376
2017	224,669	202,822	10,117	79,577
2018	246,919	221,725	11,238	86,457
2019	237,847	210,711	12,486	81,524

Kaynak: Dünya Bankası (WB), Dünya Kalkınma Göstergeleri (WDI)

Tablo 2. Malezya Ekonomisinde İhracat ve Büyüme Gelişmeleri (1960 -2019: %)

	1960-69	1970-79	1980-89	1990-99	2000-09	2019-19
İhracat % Büyüme	5,9	8,2	9,2	12,6	4,5	2,9
GSYİH % Büyüme	6,5	8,1	5,8	7,2	4,7	5,3

Kaynak: Dünya Bankası (WB), Dünya Kalkınma Göstergeleri (WDI)

LİTERATÜR TARAMASI

Konu ile ilgili literatürü incelediğimizde ihracat ile ekonomik büyüme arasında güçlü bir ilişkinin bulunduğunu destekleyen çalışmalar ön plana çıkmaktadır. Bunlardan Chow (1987)’e göre, ihracattaki artışlarla birlikte endüstriyel gelişimin de sağlanmakta ve ihracattaki büyüme sadece milli gelirde artışı sağlamakla kalmayıp, yapısal dönüşümler için de ilgili ekonomilere dinamizm kazandırmaktadır. Balassa (1978), ithal ikameci stratejiyle ihracata dayalı büyüme stratejisinin karşılaştırıldığında ihracata dayalı büyüme stratejisinin çok daha güçlü yanları bulunduğuna dikkat çekmektedir. Özellikle dış ticaretten kaynaklanan büyümenin yanı sıra ödemeler dengesindeki iyileşmeler neticesinde ekonomi yabancı sermaye açısından daha cazip bir piyasa haline gelerek sermaye girişleri de büyümeye katkı sağlamaktadır.

Rivera-Batiz ve Romer (1991), ülkelerin serbest ticaretle ihracatı teşvik etmediklerinde ekonomik etkinliğin ve dolayısıyla teknolojik ilerlemenin yavaşlayacağına, bunun ise yenilik yönelimli üretim yapısından faydalanma dürtüsünün de azalmasına neden olacağını, korumacı uygulamaların çok daha az olduğu ihracata dayalı büyüme

stratejisinin ise büyümede pozitif etkilerinin daha fazla olduğunu ifade etmektedirler. (Ghartey, 1993) ise uzmanlaşma dolayısıyla ihracat sektörlerinde genel beceri düzeyinin ve verimlilik artışlarına dikkat çekmektedir. Kwan ve Kwok (1995), Çin örneği üzerinden ihracata dayalı büyüme stratejisinde büyüme ve ihracat rakamlarını karşılaştırarak ihracatın ekonomik büyümeyi artırdığı sonucuna ulaşmışlardır. Yazarlara göre; ihracattaki 3 birimlik bir artış milli geliri 1,16 birim artırmıştır.

Dodaro (1991), ihracata dayalı büyüme stratejine getirilen eleştirileri az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler açısından analiz ederek ihracata dayalı büyüme stratejisinin ülkenin gelişmişlik düzeyine göre değişkenlik gösterdiği sonucuna ulaşmıştır. Dodaro (1991)'e göre ihracata dayalı büyüme stratejisi orta ve üst orta gelişmekte olan ülkelerde ortanın altındaki az gelişmiş ülkelere görece daha etkindir. İlginç bir başka ilişki biçimi ise karşılıklı etkileşimdir; buna göre dış ticaretin artışı dolaylı etkileriyle ihracat ve büyümenin birbirlerini etkilemesine neden olmaktadır (Bilgin & Şahbaz, 2009, s. 181). İlgili literatürde ihracata dayalı büyüme stratejisiyle ilgili çok sayıda çalışma bulunmaktadır. Bu çalışmalara ilişkin kısmi bir literatür özeti dünya geneli için Tablo 3'te, Malezya özel çalışmaları için ise Tablo 4'te sunulmaktadır.

Tablo 3. İhracata Dayalı Büyüme Hipotezi Üzerine Seçilmiş Ampirik Çalışmalar

Çalışma	Yöntem	Örneklem	Sonuç/Bulgu
Tyler (1981)	En küçük kareler yöntemi	1960-1977	Gelişmekte olan ülkelerde ihracatla büyüme arasında güçlü bir pozitif ilişki bulunmaktadır.
Darrat (1987)	En küçük kareler yöntemi	1955-1982	Hong Kong, Kore, Singapur, Tayvan'da ihracata dayalı büyüme hipotezi destekleyen kanıtlara ulaşamamıştır.
Kwan ve Cotsomitis (1991)	Granger nedensellik testi	1952-1985	Çin'de ihracatla büyüme arasında iki yönlü nedensellik ilişkisi bulunmaktadır.
Bahmani-Oskooee ve Alse (1993)	Granger nedensellik testi	1973-1988	Asya ve Latin Amerika ülkelerinde ihracatla büyüme arasında iki yönlü nedensellik ilişkisi bulunmaktadır.
Jinjun (1995)	Zaman serisi analizi	1980-1994	Çin'de ihracatla büyüme arasında iki yönlü ilişki bulunmaktadır.
Amirkhalkhali ve Dar (1995)	En küçük kareler yöntemi	1961-1990	Gelişmekte olan ülkelerde ihracatla büyüme arasında güçlü bir ilişki bulunmaktadır.
Jin ve Yu (1996)	Granger nedensellik testi ve VAR analizi	1959:1–1992:3	ABD'de ihracatla büyüme arasında önemli bir nedensellik bulunmamaktadır.
Bodman (1996)	Johansen eşbütünleşme analizi	1964-1991	Avustralya ve Kanada'da ihracatın üretim artışı sağladığı sonucuna ulaşılmıştır.

Kaynak: Yazarlar tarafından oluşturulmuştur.

Tablo 4. İhracata Dayalı Büyüme Hipotezi Malezya Örneğinde Seçilmiş Ampirik Çalışmalar

Çalışma	Yöntem	Örneklem	Sonuç/Bulgu
Doraisami (1996)	Granger ve Engle Granger nedensellik testi	1963-1993	İhracatla büyüme arasında uzun dönemli çift yönlü nedensellik tespit edilmiştir.
Ghatak (1997)	Granger nedensellik ve eşbütünleşme testi	1955-1990	İhracattan kaynaklanan üretim artışı büyümeye katkı sağlamıştır.
Al-Yousif (1999)	Johansen eşbütünleşme analizi	1955-1996	Kısa dönemde ihracattan büyümeye nedensellik tespit edilmiştir.
Khalafalla (2001)	VAR analizi	1981-1996	Kısa dönemde ihracattan büyümeye nedensellik tespit edilmiştir.
Keong vd. (2003)	VAR analizi	1959-2000	Kısa ve uzun dönemde ihracattan büyümeye nedensellik tespit edilmiştir.
Ghin (2004)	Çok değişkenli eşbütünleşme testi ve VECM analizi	1970-2000	İhracatla büyüme arasında iki yönlü nedensellik tespit edilmiştir.
Choong vd. (2005)	ARDL sınır testi	1960-2001	İhracattan büyümeye kısa ve uzun dönemde nedenselliğin olduğu tespit edilmiştir.
Mahadevan (2007)	Toda Yamamoto nedensellik testi	1974-2003	İhracattan büyümeye nedensellik tespit edilmiştir.
Chandran (2009)	ARDL	1970-2003	Dışa açıklık uzun dönemde imalat sektöründe büyümeye neden olmuştur.

Tang (2013)	Granger Nedensellik ve Rolling TYDL Nedensellik Test	1975-2010	Granger nedensellik test sonucuna göre ihracattan büyümeye ve büyümeden ihracata doğru nedensellik tespit edilmiştir. Rolling TYDL Nedensellik Test sonucunda ise kısmi bir nedensellik ilişkisi tespit edilmiştir.
Haseeb vd. (2014)	ARDL	1971-2013	İhracatla ekonomik büyüme arasında pozitif yönlü ilişki bulunmaktadır.
Lim ve Linga (2015)	Granger Nedensellik	1970-2013	İhracatla büyüme arasında uzun dönemli çift yönlü nedensellik tespit edilmiştir.

Kaynak: Yazarlar tarafından oluşturulmuştur.

Tablo 3 ve tablo 4 de İhracata Dayalı Büyüme Hipotezi hakkında temel analiz ve sonuçlarının yer aldığı özet bir literatür bilgisi yer almaktadır. Literatürde yer alan teorik ve ampirik çalışmalar incelendiğinde, ihracat ile ekonomik büyüme arasında genel olarak güçlü bir ilişkinin olduğu, nitekim Malezya örneğinde ise bu ilişkinin daha güçlü bir şekilde öne çıktığı gözlemlenmiştir.

VERİ SETİ YÖNTEM VE BULGULAR

Çalışmada, Malezya ekonomisinde 1960-2019 dönemi ele alınarak ihracat, ithalat ve GSYİH değişkenleri arasında bir nedensellik ilişkisinin varlığı kısaca, “İhracata Dayalı Büyüme Hipotezi” nin geçerliliği incelenmiştir. Çalışmayı diğer çalışmalardan ayıran yanı ele alınan örneklem dönemin daha uzun bir süreci kapsamı ve Malezya ekonomisinde yenilik temelli büyüme hipotezinin geçerliliğini dikkate almasıdır. GSYİH (GDP), ihracat (EX) ve ithalat (IM) verileri Dünya Bankası’ndan elde edilmiş ve serilerin logaritması alınarak değişen varyans problemini önlemek için doğrusal hale getirilmiştir. Tahminler Eviews 10 programında yapılmıştır. İhracatla üretim artışı arasında nedensellik yönü önem arz etmektedir. Nedensellik yönünün ihracattan üretim artışına doğru tek yönlü olması ihracat artışıyla büyümenin sağlanacağı sonucunu doğurmaktadır. İçsel büyüme teorisi de sürdürülebilir bir büyüme için ticaretin gerekliliğini vurgulamıştır. Nedensellik yönünün çift taraflı olması durumunda ise çıktı artışı ve ihracatın birbirini etkileyen değişkenler olduğu sonucuna varılır. Nedensellik yönünün çıktı artışından ihracata doğru tek yönlü olması ise ihracatı teşvik eden politikaları etkisiz hale getirecektir (Balcılar & Özdemir, 2013, s. 644). Bu nedenle çift yönlü nedenselliği analiz etmede güçlü bir yöntem olan vektör otoregresif (Vector Autoregression: VAR) metodu kullanılmaktadır.

İktisadi modellerde kullanılan değişkenler arasında dinamik olarak geri besleme (feedback) mevcut olmaktadır. Sistemde bulunan herhangi bir zaman serisinin zaman içerisinde izlediği trendin sistemde bulunan bir başka zaman serisinin zaman içerisinde izlediği trend ile ilişkisiz olup olmadığı kesin olarak bilinmemektedir. Bu türden bir simetrik etkileşim geçerli olduğunda zaman serileri içeren çok denklemliler için VAR yöntemi kullanılmaktadır (Kazdağlı, 1996, s. 42). Bu çerçevede iki değişkenli basit bir sistemde VAR modeli aşağıdaki gibi kurulmaktadır;

y_t ve z_t gibi iki değişkenli bir zaman serisi modelinde, y_t serisinin zaman içerisinde gösterdiği hareketler z_t serisinin şimdiki ve geçmiş değerlerinden, benzer şekilde z_t serisinin zaman içerisinde gösterdiği hareketler y_t serisinin şimdiki ve geçmiş değerlerinden etkilendiği durumda iki değişken için model şu şekilde kurulacaktır;

$$y_t = b_{10} - b_{12}z_t + \gamma_{11}y_{t-1} + \gamma_{12}z_{t-1} + \varepsilon_{yt} \quad (1)$$

$$z_t = b_{20} - b_{21}y_t + \gamma_{21}y_{t-1} + \gamma_{22}z_{t-1} + \varepsilon_{zt} \quad (2)$$

Denklem (1) ve (2)’te yer alan y_t ve z_t parametrelerinin durağan olduğu ε_{yt} ve ε_{zt} ’nin ise sırasıyla σ_y ve σ_z standart sapmaları ile birlikte beyaz gürültü (white noise) olduğu $\{\varepsilon_{yt}\}$ ve $\{\varepsilon_{zt}\}$ ’nin ilişkisiz beyaz gürültü hata terimleri oldukları varsayılmaktadır. Bu çerçevede modelde yer alan değişkenlerin her biri hem kendilerinin hem de modeldeki diğer değişkenlerin geçmiş değerlerinin bir fonksiyonu olmaktadır. Granger nedensellik analizi değişkenler arasındaki ilişkinin, nedenselliğinin yönünü istatistiksel açıdan belirlemek için kullanılmaktadır. Granger nedensellik analizi uygulamadan önce gecikme uzunluğunun belirlenmesi gerekmektedir. Uygun gecikme uzunluğunu ise VAR analizi ile tespit ederiz. VAR modeline yönelik uygun gecikme sayısını belirlerken, Akaike Bilgi Kriteri (AIC), Likelihood Ratio (LR), Final Tahmin Error kriteri (FPE), Schwartz Kriteri (SC) ve Hannan-Quinn Kriteri (HQ) bilgi kriterleri kullanılır ve en düşük kriteri veren gecikme uzunluğu dikkate alınmaktadır. Değişkenlerin entegrasyon derecesini ve optimum gecikme sayısını tespit ettikten sonra, Granger nedensellik test aşamasına geçilmektedir. Kuracağımız VAR modelden edilen uygun gecikme uzunluğu yardımı ile Granger nedensellik test sonuçlarına ulaşabiliriz.

Brim Kök Testi, Johansen Eşbütünleşme Testi ve Granger Nedensellik Testleri

Çalışmada nedensellik ilişkisini araştırmadan önce serilerin durağanlık testlerinin yapılması gerekmektedir. Bu testin yapılmasının nedeni nedensellik analizinin gerçekleştirilme yönteminin serilerin durağanlığının sağlanıp sağlanmadığına göre değişkenlik göstermesidir. Serilerin durağan olup olmadıklarının tespit edilmesi için genişletilmiş Dickey Fuller (Augmented Dickey Fuller-ADF) (Dickey/Fuller,1981) birim kök testinin yapılması gerekmektedir. Bu çalışmada serilerin durağanlık sınaması için Genişletilmiş Dickey Fuller (ADF) ve Phillips-Perron (PP) birim kök testleri kullanılmıştır. Değişkenler arasında istatistiksel olarak anlamlı ilişkiler bulunabilmesi için serilerin durağan hale getirilmesi gerekmektedir. ADF testi aşağıda yer alan üç denklemle yapılabilmektedir;

$$\Delta Y_t = (\alpha - 1)y_{t-1} + u_t \quad (3)$$

$$\Delta Y_t = \beta_0 + (\alpha - 1)y_{t-1} + u_t \quad (4)$$

$$\Delta Y_t = \beta_0 + \beta_1 t + (\alpha - 1)y_{t-1} + u_t \quad (\alpha - 1)\gamma \quad (5)$$

Denklem 3, sabitsiz ve trendsiz modeli, denklem 4, sabitli modeli, Denklem 5 ise sabitli ve trendli modeli tanımlamaktadır (MacKinnon, 1996, s. 2). Yapılan ADF testi sonucunda ADF test istatistikleri McKinnon kritik değerleri ile karşılaştırıldığında, test istatistiği mutlak değer olarak kritik değerden küçük ise serinin durağan olmadığını ve birim kök içerdiğini göstermekte ($H_0 : \gamma = 0$), buna karşın test istatistiği mutlak değer olarak kritik değerden büyükse serinin durağan olup birim kök içermediğini ($H_1 : \gamma \neq 0$) göstermektedir. Diğer taraftan Phillips-Perron (PP) birim kök testi ise durağanlık sınamalarında yaygın olarak kullanılan ve yapısal kırılmaları dikkate almayan test olmaktadır.

Yapılan ADF testi sonucunda ADF test istatistikleri McKinnon kritik değerleri ile karşılaştırıldığında, test istatistiği mutlak değer olarak kritik değerden küçükse serinin durağan olmadığını ve birim kök içerdiğini göstermekte ($H_0 : \gamma = 0$), buna karşın test istatistiği mutlak değer olarak kritik değerden büyükse serinin durağan olup birim kök içermediğini ($H_1 : \gamma \neq 0$) göstermektedir. Phillips-Perron (PP) testi için denklem aşağıdaki gibi olmaktadır;

$$\Delta Y_t = \beta_0 + (\theta)y_{t-1} + \beta_1 \left(t \frac{T}{2} \right) + u_t$$

PP testi için kurulacak hipotezlerin yorumlanması ADF testi ile aynı olmaktadır.

Tablo 5. İhracata Dayalı Büyüme Hipotezi Malezya Örneğinde Seçilmiş Ampirik Çalışmalar

Değişkenler	ADF Testi		Phillips-Perron Testi	
	Sabit Terimli Model	Sabit Terimli ve Trendli Model	Sabit Terimli Model	Sabit Terimli ve Trendli Model
GDP (GSYH)	-2.609 (0.8901)	-2.726 (0.8899)	2.760 (0.8861)	1.694 (0.9874)
EX (İHRACAT)	-2.501 (0.2391)	-2.785 (0.9606)	-2.509 (0.7514)	-2.754 (0.1633)
IM (İTHALAT)	-2.176 (0.7839)	-2.874 (0.6849)	-2.141 (9376)	-5.152 (0.8569)
ΔGDP	-3.710 (0.0000)*	-3.847 (0.0000)*	-5.574 (0.0000)*	-6.482 (0.0000)*
ΔEX	3.922 (0.0000)*	3.305 (0.0000)*	-5.516 (0.0000)*	-4.124 (0.0000)*
ΔIM	-3.381 (0.0000)*	-3.161 (0.0000)*	-6.257 (0.0000)*	-6.089 (0.0000)*
Kritik değer %1	-3.454812	-3.992933	-3.454812	-3.992933
Kritik değer %5	-2.872203	-3.426809	-2.872203	-3.426809
Kritik değer %10	-2.572525	-3.136666	-2.572525	-3.136666

Not: * durağanlığı, Δ: birinci derece farkları, () prob. değerlerini ifade etmektedir. ADF ve PP birim kök testleri için kritik değerler MacKinnon (1996) tarafından elde edilmiştir.

Tablo 5'teki sonuçlar incelendiğinde GSYİH, ihracat ve ithalat verilerinin düzey değerinde I(0) durağan olmadığı, birinci farkı alındığında serilerin durağan hale geldiği yani I(1) olduğu tespit edilmiştir. Değişkenlerin durağanlığı I(1) de sağlandığı için, sahte nedensellik ikizliğini bertaraf etmek amacıyla Johansen Eşbütünleşme testi uygulanmıştır. Bu testi uygulamadan önce ilk aşamada gecikme uzunluğunun belirlenmesi gerekmektedir. Tablo 6 incelendiğinde ise uygun gecikme uzunluğunun 2 olduğu belirlenmiştir.

Tablo 6. Gecikme Uzunluğunun Belirlenmesi

Lag	LogL	LR	FPE	AIC	SC	HQ
0	-1148.321	NA	1.82e+10*	37.90593	39.80917	38.65183
1	-1124.463	43.02424	1.89e+10	37.85123	38.88937	38.25809
2	-1101.131	38.24890*	2.04e+10	37.81382*	37.98684*	37.88163*

* Uygun gecikme uzunluğunu göstermektedir. FPE: Final prediction error, AIC: Akaike information criterion, SC: Schwarz information criterion, HQ: Hannan-Quinn information criterion'ı göstermektedir.

Durağan olmaya serilerde uzun dönemli hareketlerin birlikte olup olmadığını eşbütünleşme analizi ile test ederiz. Nitekim bu çalışmada da Johansen ve Juselius (1990) eş bütünleşme yöntemi uygulanmıştır. Eş bütünleşme testi sonuçları ise aşağıda Tablo 7'de sunulmuştur.

Tablo 7. Johansen Eşbütünleşme Test Sonuçları

İz Testi			
Eşbütünleşme Sayısı	İz İstatistiği	Kritik Değer (%5)	Prob.
r=0*	37.930	35.123	0.002
r≤1	12.054	22.169	0.978
r≤2	5.163	8.178	0.651
Maksimum Özdeğer Testi			
Hipotez	Max-Özdeğer İstatistiği	Kritik Değer (%5)	Prob.
r=0*	25.487	20.299	0.012
r≤1	6.559	17.298	0.869
r≤2	6.215	9.963	0.175

* %5 düzeyinde boş hipotezin reddedildiğini, yani eşbütünleşme ilişkisinin olduğunu göstermektedir.

Tablo 7 incelendiğinde hem iz testi hem de maksimum öz değer testi sonuçlarına göre, bir eş bütünleşme ilişkisinin olduğu tespit edilmiştir. Değişkenler arasında tek bir koenteğrasyon vektörünün bulunması uzun dönemli bir ilişkinin olduğunu göstermektedir. Koenteğrasyon testi sonucuna göre büyüme, ihracat ve ithalat arasında uzun vadeli bir ilişki mevcuttur.

Granger Nedensellik Analizi

İki değişken arasında zamana bağlı olarak gecikmeli ilişkinin varlığı söz konusu ise, ilişkinin nedenselliğinin yönünü istatistiksel açıdan belirlemede kullanılan testlerden biri de Granger nedensellik testidir. Nitekim iktisadi değişkenler arasındaki ilişkinin yönü iktisat teorisi tarafından belirlenemediği bir durumda sıklıkla kullanılan ve değişkenler arasındaki ilişkinin yönü Granger (1969) testi ile belirlenebilmektedir. Bu testte değişkenler bağımlı-bağımsız olarak ayrılmamaktadır. Granger nedensellik testinde değişkenler arasındaki etkileşim eşanlı olarak analiz edilebilmektedir.

Granger nedensellik testi, VAR modelinin analizi için bu çalışmada kullanılacak modeller aşağıdaki şekilde düzenlenmiştir:

$$\Delta GDP_t = \gamma_0 + \sum_{i=1}^m \gamma_i \Delta GDP_{t-i} + \sum_{i=1}^m \theta_i \Delta EX_{t-i} + \sum_{i=1}^m \alpha_i \Delta IM_{t-i} + \vartheta_t \quad (6)$$

$$\Delta EX_t = \varphi_0 + \sum_{i=1}^m \varphi_i \Delta EX_{t-i} + \sum_{i=1}^m \delta_i \Delta GDP_{t-i} + \sum_{i=1}^m \rho_i \Delta IM_{t-i} + \varepsilon_i \quad (7)$$

$$\Delta IM_t = \omega_0 + \sum_{i=1}^m \omega_i \Delta IM_{t-i} + \sum_{i=1}^m \mu_i \Delta GDP_{t-i} + \sum_{i=1}^m \sigma_i \Delta EX_{t-i} + \varepsilon_i \quad (8)$$

Bu denklemlere bağlı kalarak GSYİH, ihracat ve ithalat değişkenleri arasındaki nedensellik ilişkisi sonuçları Tablo 8 de gösterilmiştir.

Tablo 8. Granger Nedensellik Test Sonuçları

Boş Hipotezler		F-istatistiği	Olasılık Değeri(p)
Δ GDP	→ Δ EX Granger Nedeni Değildir	21,256	0,0045
Δ EX	→ Δ GDP Granger Nedeni Değildir	16,854	0,0006
Δ GDP	→ Δ IM Granger Nedeni Değildir	13,548	0,1524
Δ IM	→ Δ GDP Granger Nedeni Değildir	12,631	0,4528
Δ X	→ Δ IM Granger Nedeni Değildir	3,5116	0,4796
Δ IM	→ Δ X Granger Nedeni Değildir	3,6965	0,4965

H_0 : Granger nedeni değildir; H_1 : Granger nedenidir.

Granger nedensellik testi, bağımsız değişkenin bağımlı değişken ile bir nedensellik ilişkisi içinde olup olmadığını ve böyle bir ilişki mevcut ise değişkenlerin birbiri arasındaki ilişkilerin yönünü tespit etmemizi sağlamaktadır. Nitekim literatür de ihracata dayalı büyüme hipotezini tespit edebilmek için kullanılan en yaygın yöntemlerden birisinin Granger nedensellik testi olduğu gözlemlenmektedir. Elde ettiğimiz Granger nedensellik test sonucu Malezya ekonomisinde ihracat ile ekonomik büyüme arasında çift yönlü bir nedensellik ilişkisi olduğunu göstermektedir. Yani %5 anlamlılık düzeyinde ekonomik büyüme (Δ GDP) bağımlı değişken olarak ihracat için boş hipotez olan H_0 red edilmektedir. Aynı zamanda %5 anlamlılık düzeyinde ihracat (Δ EX) bağımlı değişken iken ekonomik büyüme için H_0 hipotezini red ederiz. Analiz sonuca göre ekonomik büyüme ihracatın nedeni iken, ihracatta ekonomik büyümenin nedeni olarak tespit edilmiştir. Nitekim, Granger nedensellik test sonucuna göre, %5 anlamlılık düzeyinde ekonomik büyümeden ithalata, ithalattan ise ekonomik büyümeye doğru bir nedensellik ilişkisi olmadığını gösteren H_0 hipotezi kabul edilir. Yani nedenselliğin yönü GSYİH'dan ihracata doğru çift yönlü olarak tespit edilirken, ilgili dönemde Malezya da ithalat ve ekonomik büyüme arasında ve ithalat ve ihracat arasında da bir nedensellik ilişkisi tespit edilememiştir. İhracat ve üretim arasındaki nedensellik yönü ve işareti, ihracata yönelik ticaret politikalarının başarısını büyük ölçüde belirlemektedir. Bu başarıyı ise tek ve çift yönlü nedenselliklerle belirlememiz mümkündür (Balcılar & Özdemir, 2013, s. 644).

SONUÇ

Malezya ekonomisi bağımsızlık sonrası dönemde öncelikle ithal ikameci politikaları model alan korumacı bir yapı sergilemiştir. 1960'lı yılların sonları ve asıl olarak ise 1970'li yıllarla birlikte aşamalı bir süreçte, dışa açık ihracata yönelik büyüme ve sanayileşme modeli yönünde ilerlemeyi tercih eden politikalara geçiş yapmıştır. 1970'li yıllarda NEP olarak başlattığı dönüşüm programını 2010 yılından itibaren Yenilik Temelli İhracata Yönelik Model olarak ifade edilen NEM olarak revize etmiştir. NEM uygulamaları Malezya ekonomisinin yenilik üretme kapasitesini artırmaya ve desteklemeye yönelik ilave politikalarla zayıflama işaretleri veren ihracata yönelik büyüme sürecini yeniden hızlandırma ve bir üst uygulamaya dönüştürmeyi hedeflemektedir. Çalışmada 1960-2019 dönemi Malezya verilerini kullanarak, ihracata dayalı büyüme stratejisinin politika etkinliği nedensellik analizi ile test edilmiştir. Analiz sonucunda, Malezya ekonomisinde uzun dönemde ihracattan büyümeye ve büyümeden ihracata çift yönlü nedensellik olması büyümenin döngüsü haline gelmiştir. Bu nedenle Malezya'da ihracata dayalı büyüme hipotezi konjonktürel dalgalanmalardan daha az etkilenmekte olduğunu ifade edebiliriz. Dolayısıyla, çalışmamızın Malezya ekonomisinde, ihracata yönelik büyümenin devamlılığına ilişkin destekleyici yönde güçlü bulgulara işaret etmekte olduğu görülmüştür. Granger nedensellik testi sonucunda elde edilen temel bulgular; Malezya ekonomisinde nedenselliğin yönünün GSYİH'dan ihracata doğru çift yönlü pozitif, GSYİH'dan ithalata doğru ise tek yönlü ve pozitif bir ilişki olduğunu göstermektedir. Dolayısıyla, Malezya ekonomisi ihracata dayalı büyümeyi sürdürmektedir. Sonuçlarımız, ihracatı destekleyen politika ve stratejilerin çıktı büyümesini teşvik etmek suretiyle, Malezya ekonomisi özelinde ihracata dayalı büyüme hipotezinin uygulamaya geçirilen yenilik temelli yeni politikalarla (NEM) sürdürülmesine ve mevcut politikaların geliştirilerek sürdürülmesi gerekliliğine işaret etmektedir.

KAYNAKLAR

- Alavi, R. (2006). Industrialization in Malaysia: Import substitution and infant industry performance. *Studies in the Growth Economies of Asia*. Routledge November 7. ISBN 9780415144766.
- Ali, A. (1993). Malaysia's industrialization: The Quest For Technology. *The Quest for Technology*. Singapore: Oxford University Press.
- Al-Yousif, YK (1999). On the role exports in the economic growth of Malaysia: A multivariate analysis. *International Economic Journal*, 13(3), 67-75. 10.1080/10168739900000006.
- Amirkhalkhali, S. & Dar, AA (1995). A varying-coefficients model of export expansion, factor accumulation and economic growth: Evidence from cross-country, time series data. *Economic Modelling*, 12(4), 435-441. [https://doi.org/10.1016/0264-9993\(95\)00030-5](https://doi.org/10.1016/0264-9993(95)00030-5).
- Amsden, AH & Van Der Hoeven, R. (1996). Manufacturing output, employment and real wages in the 1980s: Labour's loss until the century's end. *The Journal of Development Studies*, 32(4), 506-530. <https://doi.org/10.1080/00220389608422426>.
- Athukorala, P. & Menon, J. (1996). Foreign investment and industrialization in Malaysia: Exports, employment and spillovers. *Asian Economic Journal*, 10(1), 29-44. <https://www.jstor.org/stable/43199404>.
- Awokuse, TO (2003). Is the export-led growth hypothesis valid for Canada?. *Canadian Journal of Economics/Revue canadienne d'économique*, 36(1), 126-136. DOI:10.1111/1540-5982.00006.
- Baer, W. (1972). Import substitution and industrialization in Latin America: experiences and interpretations. *Latin American Research Review*, 7(1), 95-122.
- Bahmani-Oskooee, M. (1993). Export growth and economic growth: An application of cointegration and error-correction modeling. *The Journal of Developing Areas*, 27(4), 535-542. <https://www.jstor.org/stable/4192260>.
- Balassa, B. (1978). Exports and economic growth: further evidence. *Journal of development Economics*, 5(2), 181-189. [https://doi.org/10.1016/0304-3878\(78\)90006-8](https://doi.org/10.1016/0304-3878(78)90006-8).
- Balcılar, M. & Özdemir, ZA (2013). Asymmetric and Time-Varying Causality Between Inflation and Inflation Uncertainty in G-7 Countries. *Scottish Journal of Political Economy*, Volume 60, Issue 1, pages 1–42. <https://doi.org/10.1111/sjpe.12000>.
- Balcılar, M. & Özdemir, ZA (2013). The export-output growth nexus in Japan: A bootstrap Rolling window approach. *Empirical Economics*, Vol. 44 No. 2, pp. 639-660. DOI 10.1007/s00181-012-0562-8.
- Baldwin, RE (2004). Openness And Growth: What's The Empirical Relationship?. In Challenges To Globalization: Analyzing The Economics (Pp. 499-526). *University Of Chicago Press*. <https://doi.org/10.7208/9780226036557-017>.
- Bekhet, H. Ali & Wahilah AL Nurul (2017). Highlighting innovation policies and sustainable growth in Malaysia. *International Journal of Innovation, Management and Technology*, Vol. 8, No. 3, June.
- Birdsall, Nancy M., Campos, Jose Edgardo L., Kim, Chang-Shik, Corden, W. Max, MacDonald, Lawrence [editor]; Pack, Howard; Page, John; Sabor, Richard; Stiglitz, Joseph E. (1993). The East Asian miracle : economic growth and public policy: A World Bank policy research report. *Oxford University Press*.
- Bodman, PM (1996). On export-led growth in Australia and Canada: Cointegration, causality and structural stability. *Australian Economic Papers*, 35(67), 282-299.

- Chandran, VGR (2009). Trade openness and manufacturing growth in Malaysia. *Journal of Policy Modeling*, 31(5), 637-647.
- Choong, CK, Yusop, Z. & Liew, VKS (2005). Export-led growth hypothesis in Malaysia: An investigation using bounds test. *Sunway academic journal*, 2, 13-22.
- Chow, PC (1987). Causality between export growth and industrial development: Empirical evidence from the NICs. *Journal of development Economics*, 26(1), 55-63. [https://doi.org/10.1016/0304-3878\(87\)90051-4](https://doi.org/10.1016/0304-3878(87)90051-4).
- Darrat, AF (1987). Are exports an engine of growth? Another look at the evidence. *Applied Economics*, 19(2), 277-283. <https://doi.org/10.1080/00036848700000102>.
- Dhawan, U. & Biswal, B. (1999). Re-examining export-led growth hypothesis: a multivariate cointegration analysis for India. *Applied Economics*, 31(4), 525-530.
- Dodaro, S. (1991). Comparative advantage, trade and growth: export-led growth revisited. *World Development*, 19(9), 1153-1165.
- Doraisami, A. (1996). Export growth and economic growth: a reexamination of some time-series evidence of the Malaysian experience. *The Journal of Developing Areas*, 223-230. <https://www.jstor.org/stable/4192541>.
- Dünya Bankası: (Çevrimiçi) <https://databank.worldbank.org/data/source/world-development-indicators#> Erişim Tarihi: 12.01.2021
- Edwards, S. (1994). Trade and industrial policy reform in Latin America. *National Bureau of Economic Research*, (No. w4772). DOI 10.3386/w4772.
- Feder, G. (1983). On exports and economic growth. *Journal of development economics*, 12(1-2), 59-73. [https://doi.org/10.1016/0304-3878\(83\)90031-7](https://doi.org/10.1016/0304-3878(83)90031-7).
- Ghatak, S., Milner, C. & Utkulu, U. (1997). Exports, export composition and growth: cointegration and causality evidence for Malaysia. *Applied Economics*, 29(2), 213-223. <https://doi.org/10.1080/000368497327272>.
- Ghin, YL (2004). A reexamination of the role of exports in Malaysia's economic growth: after Asian financial crisis, 1970-2000. *International Journal of Management Studies (IJMS)*, 11, 79-104.
- Global Innovation Index (2020). Who Will Finance Innovation?. Cornell University, INSEAD, and the World Intellectual Property Organization, 2020.
- Gopal, G. (2019). Comparative analysis-Innovation initiatives in Malaysia. *International Journal of Scientific and Research Publications*, 9(12), December, 663-670.
- Granger, CWJ (1969). Investigating causal relations by econometric models and crossspectral methods. *Econometrica*, 37 (3), 424-438.
- Harrison, A. (1996). Openness and growth: A time-series, cross-country analysis for developing countries. *Journal of development Economics*, 48(2), 419-447.
- Haseeb, M., Hartani, NH, Bakar, A., Azam, M., & Hassan, S. (2014). Exports, foreign direct investment and economic growth: Empirical evidence from Malaysia (1971-2013). *American Journal of Applied Sciences*, 11(6), 1010-1015.

- Henriques, I. & Sadorsky, P. (1996). Export-led growth or growth-driven exports? The Canadian case. *Canadian journal of Economics*, 540-555.
- Hoselitz, B. (2008). The Entrepreneurial Element in Economic Development. ed. Richard J. Ward, The Challenge of Development. *Aldine Publishing Company*: Chicago, 122-132.
- Jin, JC & Yu, ES (1996). Export-led growth and the US economy: Another look. *Applied Economics Letters*, 3(5), 341-344.
- Jinjun, X. (1995). The export-led growth model and its application in China. *Hitotsubashi Journal of Economics*, 189-206.
- Kaldor, N. (1966). *Causes of the slow rate of economic growth in the United Kingdom: An inaugural lecture*. Cambridge University Press.
- Kazdağlı, H. (1996). T.C Merkez Bankasının kuruluş tarihçesi ve 1934-1938 dönemindeki para politikasının VAR yöntemi ile analizi. *Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 14(2), 23-53.
- Keong, CC, Yusop, Z., & Liew, VKS (2003). Export-led growth hypothesis in Malaysia: an application of two-stage least square technique. *International finance*, 3.
- Khalafalla, KY & Webb, AJ (2001). Export-led growth and structural change: evidence from Malaysia. *Applied Economics*, 33(13), 1703-1715.
- Kravis, IB (1970). Trade as a Handmaiden of Growth: Similarities between the Nineteenth and the Twentieth Centuries. *Economic Journal*, 80, 850-72.
- Krueger, AO (1978). Foreign Trade Regimes and Economic Development: Liberalization Attempts and Consequences. *Cambridge, MA: Ballinger*.
- Krueger, AO (1990). Asian trade and growth lessons. *The American Economic Review*, 80(2), 108.
- Krueger, AO (1974). The Political Economy of Rent-seeking Society. *American Economic Review*, 64, 291-303.
- Krugman, PR (1979). Increasing Returns, Monopolistic Competition, And International Trade. *Journal Of International Economics*, 9, North-Holland Publishing Company.
- Krugman, PR (1980). Scale Economies, Product Differentiation, And The Pattern Of Trade. *The American Economic Review*, 70(5).
- Kwan, AC & Cotsomitis, JA (1991). Economic growth and the expanding export sector: China 1952-1985. *International Economic Journal*, 5(1), 105-116.
- Kwan, AC & Kwok, B. (1995). Exogeneity and the export-led growth hypothesis: the case of China. *Southern Economic Journal*, 1158-1166. <https://doi.org/10.2307/1060747>.
- Landsberg, M. (1979). Export-led industrialization in the Third World: manufacturing imperialism. *Review of Radical Political Economics*, 11(4), 50-63. <https://doi.org/10.1177/048661347901100405>.
- Love, J. & Chandra, R. (2005). Testing export-led growth in Bangladesh in a multivariate VAR framework. *Journal of Asian Economics*, 15(6), 1155-1168.

- MacKinnon, JG (1996). Numerical Distribution Functions For Unit Root And Cointegration Tests. *Journal of applied econometrics*, 11(6), 601-618.
- Mahadevan, R. (2007). New evidence on the export-led growth nexus: a case study of Malaysia. *World Economy*, 30(7), 1069-1083.
- Makhlouf Hany, H. (2016). The Rewards and Challenges of Export-Led Strategies. *Journal of Economics and Political Economy*. 3(3,), 440-445.
- Marin, D. (1992). Is the export-led growth hypothesis valid for industrialized countries?. *Review of Economics & Statistics*, (4), 678-688. <https://www.jstor.org/stable/2109382>.
- Myrdal, G. (1968). Asian Drama: An Inquiry into the Poverty of Nations. *Volumes I, II and III*. London: Penguin Books, Allen Lane.
- Narayan, PK, Narayan, S., Chand Prasad, B. & Prasad, A. (2007). Export-led growth hypothesis: evidence from Papua New Guinea and Fiji. *Journal of Economic Studies*, 34(4), 341-351.
- Nicoletti, NP (2008). Innovation-Led Growth- A New Approach to Development: China's Development Shift Away from Export-Led Growth, and Toward the Innovation-Led Model. *International Studies Masters*. Paper 20.
- Palley, TI (2011). The Rise and Fall of Export-Led Growth. Levy Economics Institute of Bard College Working Paper No. 675, Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=1889167> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.1889167>
- Prebisch, R. (1950). The Economic Development of Latin American and Its Principal Problems. Lake Success, NY: United Nations, Department of Economic Affairs, *Reprinted in Economic Bulletin for Latin America*, 7 (1962), ss.1-22.
- Rasiah, R. & Yap, XS (2015). Innovation performance of the Malaysian economy. *The Global Innovation Index 2015*, 139.
- Rivera-Batiz, LA & Romer, PM (1991). International trade with endogenous technological change. *National Bureau of Economic Research*, No. w3594.
- Romer, PM (1986). Increasing returns and long-run growth. *Journal of political economy*, 94(5), 1002-1037.
- Shan, J. & Sun, F. (1998). On the export-led growth hypothesis: the econometric evidence from China. *Applied Economics*, 30(8), 1055-1065.
- Shirazi, NS & Manap, TAA (2005). Export-led growth hypothesis: Further econometric evidence from South Asia. *The Developing Economies*, 43(4), 472-488.
- Tang, CF (2013). A revisit of the export-led growth hypothesis in Malaysia using the leveraged bootstrap simulation and rolling causality techniques. *Journal of Applied Statistics*, 40(11), 2332-2340.
- Tik, J. (2009). Saving the Golden Goose: Why the Export- Driven Growth Model Still Works For Malaysia. *Stanford Journal of International Relations*, 24-34. doi.org/10.5430/rwe.v10n5p9.
- Tyler, WG (1981). Growth and export expansion in developing countries: Some empirical evidence. *Journal of development Economics*, 9(1), 121-130.

Woo, WT (2011). Understanding the middle-income trap in economic development: The case of Malaysia. *World Economy Lecture delivered at the University of Nottingham, Globalization and Economic Policy*, 17-34.

World Bank (1987). *World development report*. D.C.

Yapraklı, S. (2007). İhracat ile ekonomik büyüme arasındaki nedensellik: Türkiye üzerine ekonometrik bir analiz. *Middle East Technical University Studies in Development*, 34(1).

Yülek, MA (2018). The Industrialization Process: A Streamlined Version. In *How Nations Succeed: Manufacturing, Trade, Industrial Policy, and Economic Development*. Palgrave Macmillan, Singapore, ISBN: 978-981-13-0568-9, pp. 171-18.

Zeufack, A. & Lim, KY (2013). Can Malaysia Achieve Innovation-Led Growth. Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=2630131> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2630131>.

Yazar Katkı Oranı

Yazar 1'in makaleye katkısı %34, Yazar 2'nin makaleye katkısı %33 ve Yazar 3'ün makaleye katkısı %33'tür.

PERCEPTIONS OF TURKISH EFL TEACHERS ABOUT THE INSTRUCTION OF VOCABULARY LEARNING STRATEGIES*

Melek YOLCU¹, Meryem AKÇAYOĞLU²

Article Info

DOI: 10.35379/cusosbil.981223

Article History:

Received 11.08.2021
Revised 06.03.2022
Accepted 13.03.2022

Keywords:

Vocabulary Teaching,
Vocabulary Learning Strategies,
Strategy Instruction,
Teachers' Perceptions.

ABSTRACT

Given that it is the basis of any language, vocabulary is a fundamental component in learning a foreign language. This study aims at exploring the perceptions of Turkish EFL teachers regarding how they value vocabulary learning strategies (VLS) and the extent of using them in their classroom practices. Another purpose is to unveil the most and the least commonly applied VLS by EFL teachers in the Turkish state secondary schools context. 26 EFL teachers from 15 different schools participated in this mixed-methods sequential explanatory designed study. The quantitative data were gathered through a questionnaire based on Schmitt's taxonomy of VLS and analysed via Statistical Package for Social Sciences (SPSS). Semi-structured interviews were conducted with nine teachers and the data were interpreted via thematic analysis. The findings revealed that EFL teachers place special emphasis on vocabulary learning and teaching. Besides, a significant relationship was found between the importance level and application level of VLS, revealing that EFL teachers mostly employed the strategies that they considered important. However, the most frequently applied strategy turned out to be the determination strategy group although the most important strategy group was perceived as memory strategies. Teachers seemed to have difficulty instructing the strategies they regard as significant. Such factors as intensive curriculum, insufficient course books, exam-oriented instruction, limited course hours, inadequate equipment, and indifferent learners were determined to restrain teachers from instructing different kinds of VLS.

KELİME ÖĞRENME STRATEJİLERİNİN ÖĞRETİMİ KONUSUNDA TÜRKİYE'DEKİ İNGİLİZCE ÖĞRETMENLERİNİN ALGILARI

Makale Bilgisi

DOI: 10.35379/cusosbil. 981223

Makale Geçmişi:

Geliş 11.08.2021
Düzeltilme 06.03.2022
Kabul 13.03.2022

Anahtar Kelimeler:

Kelime Öğretimi,
Kelime Öğretme Stratejileri,
Strateji Eğitimi,
Öğretmen Algıları.

ÖZ

Herhangi bir dilin temeli olduğu göz önüne alındığında, kelime bilgisi yabancı dil öğrenmenin temel bir bileşenidir. Bu çalışma, Türkiye'deki İngilizce öğretmenlerinin kelime öğrenme stratejilerine (VLS) nasıl değer verdiklerine ve bunları sınıf uygulamalarında ne ölçüde kullandıklarına ilişkin algılarını araştırmayı amaçlamaktadır. Diğer bir amaç, Türk devlet ortaokulları bağlamında İngilizce öğretmenleri tarafından en çok ve en az uygulanan kelime öğrenme stratejilerini ortaya çıkarmaktır. Bu açımlayıcı sıralı karma yöntemli çalışmaya 15 farklı okuldan 26 İngilizce öğretmeni katılmıştır. Nicel veriler, Schmitt'in Kelime Öğrenme Yöntemleri taksonomisine dayalı bir anket aracılığıyla toplanmış ve Sosyal Bilimler için İstatistiksel Paket (SPSS) aracılığıyla analiz edilmiştir. 9 öğretmen ile yarı yapılandırılmış görüşmeler yapılmış ve veriler tematik analiz yoluyla yorumlanmıştır. Bulgular, İngilizce öğretmenlerinin kelime öğrenimi ve öğretimine özel önem verdiğini ortaya koydu. Ayrıca, kelime öğrenme stratejilerinin önem düzeyi ile uygulama düzeyi arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur ve bu da İngilizce öğretmenlerinin en çok önemli gördükleri stratejileri kullandıklarını ortaya koymaktadır. Ancak en önemli strateji grubu hafıza stratejileri olarak algılansa da en sık uygulanan strateji belirleme strateji grubu olmuştur. Öğretmenlerin önemli gördükleri stratejileri öğretirken zorlandıkları görülmektedir. Yoğun müfredat, yetersiz ders kitapları, sınav odaklı öğretim, sınırlı ders saatleri, yetersiz donanım ve ilgisiz öğrenciler gibi faktörlerin öğretmenleri farklı VLS türlerini öğretmekten alıkoyduğunu belirlenmiştir.

* This paper constitutes a part of an MA study supervised by Dr. Meryem Akçayoğlu. All procedures are performed in accordance with the ethical standards of the first authors' affiliation's Scientific Research Publication and Ethics Committee on 08.11.2018.

¹ Öğr. Gör., Alparslan Türkeş Bilim ve Teknoloji Üniversitesi, Yabancı Diller Yüksekokulu, myolcu@atu.edu.tr, ORCID:0000-0001-6098-808X.

² Dr. Öğr. Üyesi, Çukurova Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, İngiliz Dili Eğitimi, trmeryem@cu.edu.tr, ORCID:0000-0002-4761-4160.

Alıntılanmak için/Cite as: Yolcu, M., Akçayoğlu, M. (2022), Perceptions of Turkish EFL Teachers about the Instruction of Vocabulary Learning Strategies, Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 31 (1), 322-337.

INTRODUCTION

Vocabulary plays a critical role in learning and teaching a foreign/ second language (L2) as being the cornerstone for all language skills, comprehension, and effective and meaningful communication. As Schmitt (2010) highlighted, effective and meaningful communication in L2 is contingent upon lexical items. Grammar knowledge does not assist language learners in making contact with others, reading or writing in the target language. As Lewis (1993,1997) also puts forward in the Lexical Approach, lexis and its components (e.g. words, collocations, phrasal verbs, chunks) are the basis of the language, since these chunks help the learners to perceive the patterns of the language known as “grammar”. He further suggests that developing learners' proficiency with lexis, words or word chunks is as an alternative to grammar-based approaches. In line with Lewis, Thornbury (2002) highlights that majoring in L2 necessitates comprehensive knowledge about lexis involving the lexical item's form, meaning, usage, pronunciation, spelling, and grammatical knowledge. Consequently, the number of research studies regarding vocabulary and vocabulary-related issues has arisen in recent years. In addition, vocabulary learning (VL) and vocabulary teaching (VT) has become a current focus in the field of English language teaching, English as a second language (ESL) pedagogy, and research (Richards & Renandya, 2002; Wei, 2007).

Vocabulary learning and teaching is a time-consuming and challenging issue for language learners and EFL teachers. This process concerns not only learners but also teachers (Ölmez, 2014), because to be able to gain awareness about how to learn vocabulary and to promote their autonomy, learners should be guided and trained by their teachers. Besides, teaching vocabulary necessitates both teaching the lexical items and supplying the language learners with strategies that will help them improve their vocabulary knowledge. Therefore, to manage this challenging process, vocabulary learning strategies (VLS) are certainly a necessity because VLS are tools for reinforcing and facilitating language learners' lexical development. Suppose that language teachers introduce and apply various strategies suitable for learners. In that case, it will highly likely that assist language learners to gain autonomy, independence, and self-determination and also enhance their language development, so that they will be responsible for their own learning and become lifelong learners (Oxford & Nyikos, 1989). In order to accomplish it, the teachers themselves should have a faith in the significance of VLS instruction and they should know about implementing VLS to reflect it to their students. At this point, strategy instruction is acknowledged as a crucial necessity for the efficient application of strategies. Strategy instruction can provide teachers to support learners to stretch their learning styles and to expand awareness of learning strategies so that learners can have the chance to check out a wider range of appropriate strategies other than their basic style preference (Oxford, 2003; Cohen, 2003; Anderson, 2005). Some researchers point out that if teachers are not informed about the vocabulary instruction or any other teaching practices for lexical items, vocabulary teaching and learning may become tough (Berne & Blachowicz, 2008). Actually, the beliefs and attitudes of teachers who are the instructor of the strategies are thought to determine the effectiveness of this instruction process (Oxford, 1990; Borg, 2003). Hence, particular VLS applied by teachers may reflect teachers' perceptions about the usefulness and effectiveness of those strategies.

Therefore, the purpose of this study is to reveal the importance and application level of VLS among secondary school EFL teachers, to discover the most and least commonly employed VLS in their teaching context and to ascertain what the relationship is between perceived importance and application level of EFL teachers' VLS. Therefore, this study may shed light on the present situation and potential problems with VLS. Following this purpose, the study was done to find answers for these three research questions:

1. What are the most and least commonly used VLS among secondary school EFL teachers?
2. What is the relationship between perceived importance level and perceived application level of L2 VLS among secondary school EFL teachers?
3. What are the experiences and views of secondary school EFL teachers about L2 VLS?

LITERATURE REVIEW

The focus on language teaching has become more learner-based and interactive since the 1980s. So, assisting learners to supply their own needs and to take on more responsibility in their language learning is getting more prominent (Rubin, 1975; Cohen, 2003). Oxford (2003) confirms that capable teachers enable learners to create awareness about language learning strategies (LLS) which are described as "specific actions taken by the learner to make learning easier, faster, more enjoyable, more self-directed, more effective, more transferable to new situations." (Oxford, 1990). As a sub-category of LLS, VLS has become more of an issue not only for researchers but also for teachers, language learners and curriculum developers (Goundar, 2015) as they help to

enhance vocabulary acquisition (Gu & Johnson, 1996; Schmitt, 1997; Li, 2009; Goundar, 2015) and enhance learners to take control of their own learning (Nation, 2001). Although VLS has been defined differently by the scholars (Rubin, 1987; Oxford, 1990; Schmitt, 1997; Nation, 2001; Cameron, 2001; Intaraprasert, 2004; Catalan, 2003), Catalan (2003) employed a comprehensive definition. She defined VLS as

knowledge about the mechanisms (processes, strategies) used to learn vocabulary as well as steps or actions taken by students (a) to find out the meaning of unknown words, (b) to retain them in long-term memory, (c) to recall them at will, and (d) to use them in the oral or written mode. (ibid, p. 56)

Several scholars have suggested taxonomies of VLS (Gu and Johnson 1996; Schmitt 1997; Nation 2001). The present study is based on Schmitt's (1997) taxonomy of VLS, in which Oxford's (1990) taxonomy of LLS was taken as a basis and which is accepted as the most elaborate VLS taxonomy with a total of 58 individual items. His taxonomy includes five categories. *Determination strategies* (DET, 9 items) refer to learners' own attempts to discover the new word's meaning without the interference of anyone. *Social strategies* (SOC, 8 items) include interaction with others such as teachers, classmates, or any group to find and solidify the meaning of the novel word. Known as mnemonics, *memory strategies* (MEM, 27 items) embody the strategies used to relate the new words to the pre-existing knowledge to encode those words, retrieve them easily and provide permanent learning. *Cognitive strategies* (COG, 9 items) include deliberate language manipulation and transformation such as repetition strategies, rather than mental processing. *Metacognitive strategies* (MET, 5 items) refer to the strategies that enable learners to control their own learning, make conscious decisions and make an evaluation of their personal development in vocabulary learning.

Research Studies on the Instruction of VLS

A diverse range of studies related to VLS, including the instruction of VLS, the most and the least commonly applied VLS, the results of strategy instruction, the effects of VLS on vocabulary mastery have been carried out so far. As for the research studies investigating the instruction of VLS and EFL teachers' perceptions on this issue, Zheng (2012) conducted a study with Chinese EFL teachers and university students to get the participants' attitudes and views in terms of their vocabulary learning and teaching. The findings indicated that the majority of teachers believe that their VT is not very efficient and they still implement the traditional methods in vocabulary teaching although VT was believed to play an important role in language learning.

In an Iranian context, Amiryousefi (2015) searched for 392 EFL learners' and teachers' beliefs about the usefulness of VLS, plus the effects of education level on strategy preference. The results showed that the participants believe the usefulness of some determination strategies. However, they reported being reluctant to use the mother tongue, bilingual dictionaries, and mnemonic strategies such as the keyword method and the loci method. Another important result is that differences in teachers' and learners' levels of education may lead to some changes in their beliefs about language learning and teaching.

Another study reporting the perceptions of Algerian EFL teachers about vocabulary teaching strategies (VTS) is conducted at the university level by Bouirane (2016). The results showed that EFL teachers have a low perception of VTS and they are not fully familiar with vocabulary teaching strategies. Moreover, the results obtained from the questionnaire about applied strategies contradicted the observation results, in which selected strategies were determined not to be used in the classroom.

Sa'd and Rajabi (2018) enquired about Iranian EFL learners' perceptions about VLS and their teachers' application of VTS. Results revealed that although teachers' vocabulary instruction centered on certain types of VTS, learners implied to use a good variety of VLS. Besides, it was stated that there are significant differences between females' and males' perceived VLS and their teachers' use of various VTS.

Garwan and Priyanti (2021) conducted research with English language teachers teaching 7th graders and their students to find out VTS used by the teachers and to get students' perception about the vocabulary strategies their teachers use. The results showed that presentation, translation, memorization, playing game, action, body movements, realia, and media sources are commonly used by the teachers and the students are found to be content with vocabulary teaching strategies.

In an Ethiopian context, Dekabo (2021) investigated the VTS implemented by EFL teachers at high school. The results of this mixed-method study indicated that EFL teachers mostly apply limited, shallow VTS such as definition and translation which result in surface learning .

In a Turkish context, Demirtaş (2014) examined secondary state school EFL teachers' views regarding teaching VLS and revealed the most and the least popular strategies in terms of usefulness and teaching practice among teachers. Accordingly, it was found out that the majority of teachers apply VLS that they consider useful in their teaching practice. While the most popular VLS were revealed to be memory strategies, metacognitive strategies were stated to be least popular among other strategy groups.

In her mixed-method study, Kılıç (2018) searched the VLS that Turkish EFL instructors prefer implementing in their teaching process, their views towards VTS and whether these strategies make a meaningful difference according to participants' age, gender, and graduation field. It was determined that their perceptions about VT, reviewing, recalling, and using strategies are very high. Another significant finding revealed that the more degree or experience EFL instructors have, the less VLS are implemented by them.

Another study was conducted by Güreş (2019) to determine the VTS that EFL instructors employ and also their perceptions about their students' VLS. The study indicated that the instructors use VTS with some weaknesses even though some of them were not aware of the students' VLS.

A recent study in a Turkish context was carried out by Seis (2020) to investigate the relationship between EFL lecturers' views about VT and the strategies they apply in vocabulary instruction. The findings demonstrated that the lecturer's perceptions are in line with their practices. The lecturers were determined to highly benefit from social and memory strategies, as well as clear and explicit instruction in VT. Besides, such factors as gender, age, educational background, and year of experience were stated not to have a significant influence on VT practices of teachers.

Consequently, noteworthy studies about teachers' views and practices on vocabulary instruction have been conducted in different contexts, resulting in different consequences. However, the majority of the studies were done at the university level. Examining the perceptions and applications of EFL teachers in terms of vocabulary instruction at the secondary school level, thus, this study provides an extensive analysis to fill the research gap.

METHODOLOGY

A mixed-method sequential explanatory design was used in this study, in which quantitative research was conducted and analysed at first, and then qualitative data were collected and analysed (Creswell, 2012). The quantitative data were obtained via a structured questionnaire and analysed via SPSS; qualitative data were collected via semi-structured interviews with 26 teachers and analysed through thematic analysis. Later, qualitative and quantitative data were incorporated in the phase of interpretation of the study (Tashakkori, Teddlie & Teddlie, 2003).

Participants

26 EFL teachers (n=9 male, n=17 female) from 15 different public secondary schools in Hatay took part in this study in the Academic Year of 2018-2019. Convenient sampling was adopted to select the participants because it is based on collecting information from participants who are readily available to the researcher (Etikan, Musa & Alkassim, 2016). All of the participants were teaching English to 8th graders at that time or had taught before at least once. 16 of the participants were a graduate of English Language Teaching, six of them were graduates of English Language and Literature and one of them was from other departments. All of them had only a bachelor's degree. The majority of them had teaching experience between 6 and 10 years. Almost all of them did not have training on VLS. In the beginning, all the participants were enlightened about the aim of the study, its voluntary basis, confidentiality, and ethical issues. Nine participants (n=1 male, n=8 female) volunteered to take part in the qualitative data collection part. Table 1 below presents detailed demographic information about the participants for the quantitative data collection part.

Table 1. Demographics of Teacher Participants for the Quantitative Data

Variables	Number (Total = 26)
Age	
20-29 years	6
30-39 years	19
40-49 years	1
50 years and more	-
Sex	
Female	17
Male	9
Major	
English Language Teaching	16
English Language and Literature	9
American Culture and Literature	-
Translation and Interpreting Studies	-
English Linguistics	-
Other	1
Graduation Degree	
BA	26
MA	-
PhD	-
Teaching Experience	
Less than a year	-
1-5 year(s)	5
6-10 years	15
11-15 years	6
16 years and more	-
Teaching 8th graders	
In 2018-2019 academic year	22
Before	26
VLS training	
Received	2
Not received	24
Volunteer for Interview	
Male	1
Female	8

Data Collection

The data were obtained via a structured questionnaire and semi-structured interviews. With a total of 58 items, the questionnaire is a validated questionnaire adapted from Ölmez's (2014) study. It had been developed in the light of Schmitt's (1997) taxonomy of VLS. After the piloting, Cronbach's Alpha score of the final version of the questionnaire was determined 0,94. Five strategy groups were included in the questionnaire: determination strategies (9 items), social strategies (8 items), memory strategies (27 items), cognitive strategies (9 items), and metacognitive strategies (5 items). It was applied in English and had two main parts. In the first part information about participants was obtained. The second part contained two kinds of five-point Likert scales, one of which showed the importance level of VLS (1: not important at all, 2: somewhat important, 3: important, 4: quite important, 5: extremely important) and the other demonstrated the application level of VLS (1: never apply it, 2: rarely apply it, 3: sometimes apply it, 4: usually apply it, 5: always apply it). The participants were kindly asked to sign the consent form at the beginning and asked if any volunteer participants would like to take part in the interviews.

In the second stage of the study, semi-structured interviews were implemented with EFL teachers in their native language (Turkish) to get an in-depth understanding and supplementary data to elicit teacher participants' experiences and perceptions in detail. The semi-structured interview included five main questions which had been adjusted after piloting. Nine teachers participated in the interview voluntarily. The interview with each teacher lasted about 10-15 minutes.. All the interviews were applied at an available time for both the researcher and participant at the schools. After the permission was received from the participants, the interviews were audio-recorded without distracting the respondents.

Data Analysis

Statistical Package for Social Sciences (SPSS) edition 22 was used to analyse the quantitative data. The researcher benefited from different statistical methods including correlational statistics, descriptive statistics, and frequency analysis to report and interpret the data. The quantitative data were also presented in tables and figures.

To analyse the qualitative data, thematic analysis was utilised. First of all, the sound recordings of interviews were written verbatim by the researcher. Then, all the transcribed data were revised to check for any inaccuracy. After the data were transcribed, certain codes, recurring themes, and strategies mentioned by the participants were categorised in line with the research questions.

FINDINGS

The results of quantitative and qualitative data are demonstrated successively in this section. First of all, the importance and application level of VLS are illustrated and the correlation between the importance and application level is provided. Then, the data obtained from semi-structured interviews are discussed under separate themes and sub-categories. Each interviewee is given a number so that the anonymity of the participants is ensured.

Quantitative Data Analysis Findings

The results demonstrate that teachers attached the greatest importance to memory strategies among all the strategies ($M=3.77$) and cognitive strategies are ranked the second most important strategies with little difference in mean ($M=3.72$). Determination strategies were perceived as the third most important strategy group which was followed by social strategies ($M=3.46$). The least important strategy group was found to be metacognitive strategies ($M=3.3$) (Figure 1).

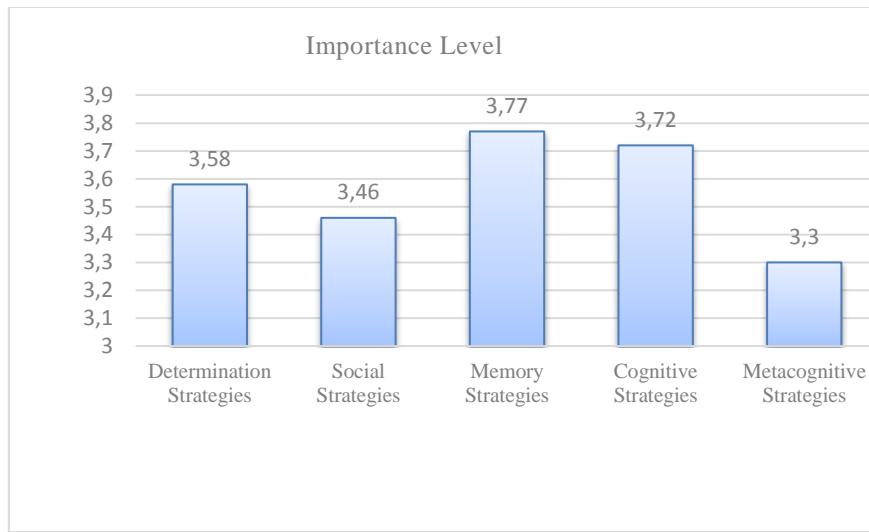


Figure 1: The Distribution of VLS Importance Level for EFL Teachers

When it comes to the application level of VLS, preceding the memory and cognitive strategies, determination strategies were found to be the most commonly applied strategy group ($M=3.59$) although it was ranked the third most important strategy. The second frequently applied strategy was turned out to be cognitive strategies ($M=3.53$), which is followed by memory strategies ($M=3.49$). The least commonly applied strategy group was identified to be metacognitive strategies ($M=3.08$) which is also given the least importance (Figure 2).

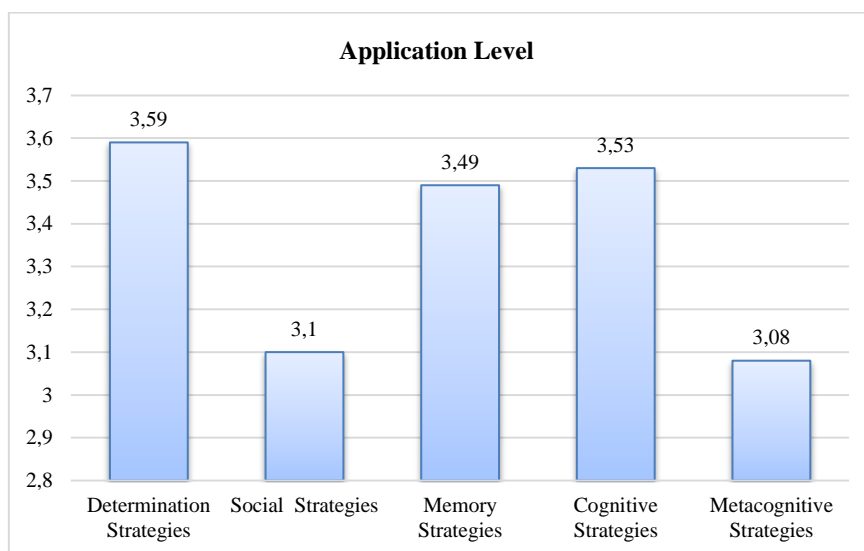


Figure 2: The Distribution of VLS Application Level for EFL Teachers

Table 2 demonstrates the correlations between the perceived importance level and perceived application level of strategy groups. To analyse the association between variables, a nonparametric measure of correlation -the Spearman's rank correlation- was used since the number of participants was insufficient (N=26). The results of correlations indicated a statistically significant relationship ($r_s=,662$, $p<0,05$). According to the results, there was a moderate positive relationship between the perceived importance level and perceived application level of Determination Strategies.

As for the relationship between the perceived importance level and perceived application level of Social Strategies regarding 26 EFL teachers, the results showed that there was a statistically significant relationship between the variables ($r_s=,657$, $p<0,05$). There was also a moderate positive relationship between the perceived importance level and perceived application level of Social Strategies.

The correlations between the perceived importance level and perceived application level of Memory Strategies regarding 22 EFL teachers indicated that there is a statistically significant relationship between the variables ($r_s=,763$, $p<0,05$). It is also remarkable to manifest that there was a strong positive relationship between the variables.

As to Cognitive Strategies regarding 25 EFL teachers, the correlation indicated that there is a statistically significant relationship between the variables ($r_s=,891$, $p<0,05$). It is noteworthy to highlight that there was a rather strong positive relationship between the variables regarding Cognitive Strategies, whose correlation coefficient was identified to be the highest value among all the strategies ($r_s=,891$).

The correlation between the perceived importance level and perceived application level of Metacognitive Strategies regarding 23 EFL teachers demonstrated that there is a statistically significant relationship between the variables ($r_s=,806$, $p<0,05$). It is also remarkable to note that there was a strong positive relationship between the variables.

Table 2: The Correlations between the Perceived Importance and Application Level of Strategy Groups

		App. DET	App. SOC	App. MEM	App. COG	App. MET
Imp. DET	Correlation Coefficient (r_s)	,662**				
	Sig. (2-tailed)	,000				
	N	26				
Imp. SOC	Correlation Coefficient (r_s)		,657**			
	Sig. (2-tailed)		,000			
	N		26			
Imp. MEM	Correlation Coefficient (r_s)			,763**		
	Sig. (2-tailed)			,000		
	N			22		
Imp. COG	Correlation Coefficient (r_s)				,891**	
	Sig. (2-tailed)				,000	
	N				25	
Imp. MET	Correlation Coefficient (r_s)					,806**
	Sig. (2-tailed)					,000
	N					23

** . Correlation is significant at the 0.01 level

Table 3 illustrates the perceived most important and most commonly employed strategies. The most important determination strategies were reported to be *teaching students to guess the word's meaning from the text/context in which the word appears* (M=4.57) and *teaching students to deduce the meaning of the word from flashcards and posters* (M=4.07). In terms of social strategies *asking students to use the new word in interactions with native speakers* (M=4.11) and *getting students to discover the meaning of a new word through group work* (M=3.69) were found out to be given more importance. As for memory strategies, *teaching students to use new words in sentences* (M=4.32) and *teaching students to connect the new word to its synonyms and antonyms* (M=4.30) was reported to be the most important in this group. *Teaching students to take notes about the word in class* (M=4.19), *taking notes about the word in class* (M=3.92), and *teaching students to put English labels on physical objects* (M=3.80) were perceived as the most important cognitive strategies. Concerning metacognitive strategies, *teaching students to test themselves with word tests* (M=4.16) and *teaching students to follow and use English language media for vocabulary learning (e.g. songs, films, newscasts.)* (M=4.15) were the most important strategies in this group.

The findings showed that the most commonly applied determination strategies were partly in line with the most important determination strategies which are *teaching students to guess the word's meaning from the text/context in which the word appears* (M=4.57), and *asking students to check for an English-Turkish cognate (linking the English word to a Turkish word. e.g music-müzik.)* (M=4.07). *Getting students to ask me for a paraphrase or synonym of the new word* (M=3.50) and *getting students to ask me for a sentence including the new word* (M=3.42) were the most frequently employed social strategies. With regard to memory strategies, *teaching students to connect the new word to its synonyms and antonyms* (M=4.23) and *teaching students to use the new word in sentences* (M=4.00) were found out to be commonly applied strategies. As for the cognitive strategies, *teaching students to take notes about the word in class* (M=4.19), *teaching students to keep a vocabulary notebook* (M=3.80), and *asking students to use verbal repetition of the word* (M=3.69) were ranked as the most adopted strategies. *Teaching students to test themselves with word tests* (M=3.88), *teaching students to follow and use English language media for vocabulary learning (e.g. songs, films, newscasts.)* (M=3.50), and *asking students to continue to study the word over time* were the most commonly applied metacognitive strategies (Table 3)

Table 3: The Perceived Most Important and Most Commonly Applied Strategies By EFL Teachers

The perceived most important strategies	M	SD	The perceived most commonly applied strategies	M	SD
DET: Teaching students to guess the word's meaning from the text/context in which the word appears	4.38	.8979	DET: Teaching students to guess the word's meaning from the text/context in which the word appears	4.57	.5778
DET: Teaching students to deduce the meaning of the word from flashcards and posters	4.07	.8910	DET: Asking students to check for an English-Turkish cognate (linking the English word to a Turkish word. e.g music-müzik.)	4.07	.8449
SOC: Asking students to use the new word in interactions with native speakers	4.11	.9519	SOC: Getting students to ask me for a paraphrase or synonym of the new word	3.50	.8602
SOC: Getting students to discover the meaning of a new word through group work	3.69	.8840	SOC: Getting students to ask me for a sentence including the new word	3.42	.9021
MEM: Teaching students to use new words in sentences	4.32	.8021	MEM: Teaching students to connect the new word to its synonyms and antonyms	4.23	.8152
MEM: Teaching students to connect the new word to its synonyms and antonyms	4.30	.7884	MEM: Teaching students to use the new word in sentences	4.00	.9129
COG: Teaching students to take notes about the word in class	4.19	.8953	COG: Teaching students to take notes about the word in class	4.19	.8494
COG: Teaching students to keep a vocabulary notebook	3.92	.9348	COG: Teaching students to keep a vocabulary notebook	3.80	1.200
COG: Teaching students to put English labels on physical objects	3.80	.8494	COG: Asking students to use verbal repetition of the word	3.69	.9703
MET: Teaching students to test themselves with word tests	4.16	.6880	MET: Teaching students to test themselves with word tests	3.88	.7810
MET: Teaching students to follow and use English language media for vocabulary learning (e.g. songs, films, newscasts.)	4.15	.7317	MET: Teaching students to follow and use English language media for vocabulary learning (e.g. songs, films, newscasts.)	3.50	1.104
			MET: Asking students to continue to study the word over time	3.50	1.272

Table 4 shows the perceived least important and the least commonly applied strategies by EFL teachers. The results demonstrate that *teaching students to analyze affixes and roots of the new word when guessing its meaning* (M=2.84) and *asking students to learn the word through English-Turkish word lists* (M=2.92) are the perceived least important determination strategies. *Getting students to ask me for a Turkish translation of the English word* (M=2.50) was reported to be the least important strategy among social strategies. As for memory strategies, *teaching students to underline the initial letter of the word* (M=2.84); as for cognitive strategies, *asking students to write the word several times* (M=2.96) was reported to be the least important strategies among these groups. *Asking students to skip/pass the new word and ignore it* was perceived as the least important among metacognitive strategies.

Concerning the perceived least commonly applied strategies, it was found out that they are partly in line with the perceived least important strategies. *Asking students to look up a monolingual dictionary to find out the word's meaning* (M=2.07) and *teaching students to analyse affixes and roots of the new word when guessing its meaning* (M=3.03) have the lowest application mean scores among determination strategies. As for social strategies, *asking students to use the new word in interactions with native speakers* (M=1.65); for memory strategies, *teaching students to link the new word to another word that rhymes with it (like "two is a shoe"*,

“three is a tree”, “four is a door”.) were reported to be employed least frequently. The perceived least commonly used cognitive and metacognitive strategies were determined to be the same as the perceived least important strategies in these groups (Table 4).

Table 4: The Perceived Least Important and Least Commonly Applied Strategies by EFL Teachers

The perceived least important strategies	M	SD	The perceived least commonly applied strategies	M	SD
DET: Teaching students to analyse affixes and roots of the new word when guessing its meaning	2.84	.96	DET: Asking students to look up a monolingual dictionary to find out the word’s meaning	2.07	1.09
DET: Asking students to learn the word through English-Turkish word lists	2.92	.84	DET: Teaching students to analyse affixes and roots of the new word when guessing its meaning.	3.03	1.03
SOC: Getting students to ask me for Turkish translation of the English word	2.50	1.06	SOC: Asking students to use the new word in interactions with native speakers	1.65	.68
MEM: Teaching students to underline the initial letter of the word	2.84	1.21	MEM: Teaching students to link the new word to another word that rhymes with it (like “two is a shoe”, “three is a tree”, “four is a door”.)	2.69	1.08
COG: Asking students to write the word several times	2.96	1.24	COG: Asking students to write the word several times	2.88	1.33
MET: Asking students to skip/pass the new word and ignore it	1.62	.82	MET: Asking students to skip/pass the new word and ignore it	1.79	1.06

Qualitative Data Analysis Findings

The qualitative data derived from nine EFL teachers through semi-structured interviews are presented in this part. The findings will be demonstrated under specific themes.

Perspectives of EFL Teachers about the Significance of Vocabulary Learning

As a result of the thematic analysis of the interviews conducted with EFL teachers, it was ascertained that all participants attach particular importance to vocabulary learning in the language learning process. Vocabulary learning was reported to be significantly important in that vocabulary is necessary for communication and comprehension, besides it forms the basis of the language. Some of the teachers highlighted that it is vocabulary that forms the basis of a language, so it should be given great importance. Moreover, more than half of the participants (N=5) put forward that learning vocabulary is much more significant than learning grammar.

EFL Teachers' Awareness of VLS

According to the participants' responses, it was found out that most of the participants are familiar with several vocabulary learning strategies which were mostly basic strategies such as *using wordlists (English-Turkish)*, *using the word in a sentence*, *using flashcards*, *filling the gaps*. Yet, some of the teachers stated that they are familiar with variant strategies including *connecting the word to a familiar place (Loci Method)*, *using a Turkish or Arabic³ keyword with a similar sound to learn the new word*, and *connect the English word to this Turkish/ Arabic Word (encoding words)* and *using a vocabulary box*. Teacher 1 and Teacher 3 stated that they don't know how to define the terms of VLS they know, but they are generally classical strategies. Teacher 8 expressed that she knows the VLS that she used to apply while learning vocabulary. Teacher 2 and Teacher 9 specified that they are familiar with the VLS that they usually use in the classroom. Table 4 shows the stated VLS known by EFL teacher participants.

EFL Teachers' Views on the Instruction of VLS

The participants' views about the instruction of the VLS, the vocabulary teaching strategies they commonly use in the language teaching process, the factors that restrain the instruction of VLS, and their views about VLS in-service training are presented in this part.

When they were asked about whether they instruct VLS or not, most of the teachers indicated that they don't teach VLS in particular. Teacher 5, Teacher 2, and Teacher 9 stated that the strategies they employed are those that they used to utilise in their own learning. Teacher 3, Teacher 7 ask students to share their ideas in the classroom about how they are learning vocabularies and the VLS they usually use, so that their friends can benefit from these strategies. Teacher 8 and Teacher 2 pointed out that they want their students to find their way in learning vocabulary. Teacher 4 stated that he never teaches VLS to 8th graders. Although they stated that they know some different techniques of VLS they use only a few of them. Moreover, they generally take the responsibility of presenting the vocabularies basically. They mostly apply VLS to let students discover the meaning of the vocabulary. *Wordlists, dictionaries, vocabulary notebooks, guessing the meaning* are principally employed determination strategies. Most of the teachers revealed that they provide a wordlist of the important vocabularies with Turkish meaning at the beginning of each unit. Teacher 5 and teacher 7 write the important words on the board letting students look up at the dictionary. Teacher 6 pointed out that she asks the students to go over the unit, write the unknown words down and look up the dictionary. Teacher 4 asks the students to find the new words' meanings as homework at the very beginning of each unit. Teacher 1, Teacher 2, and Teacher 9 employ a common vocabulary box in the classroom and have a vocabulary contest which was stated to motivate and stimulate the students to learn. A few techniques that are about deeper levels of processing and help students consolidate or retain the vocabularies were noted to be used in the teaching process. In addition to these strategies, commonly employed vocabulary teaching strategies are "*Teaching students to use a Turkish keyword with a similar sound to learn the new word, and to connect the English word to this Turkish word*", "*guessing from pictures/ flashcards*", "*asking students to solve vocabulary tests*", "*using snap words*", "*asking students to keep a vocabulary notebook*", "*asking students to repeat verbally*", "*asking students to match the words with their synonyms*" and "*teaching vocabularies via word games like Jeopardy or Bingo*".

The participants who stated that they never instructed their students about the VLS or those who taught them a few strategies highlighted the factors that restrict the instruction of their VLS. Some of the participants stated that they don't have sufficient knowledge about the types of VLS, indeed. The factors such as intensity of the curriculum, insufficient coursebook, exam-oriented instruction to 8th graders, limited weekly course hours, lack of equipment, the indifference of the students to learning were reported to restrain the instruction of VLS. Nevertheless, all the participants asserted to be enthusiastic about in-service training on VLS and VLS instruction to broaden their horizons about different VLS and instruction of VLS.

DISCUSSION

The findings gained from the questionnaire and interviews revealed that EFL teachers put great emphasis on vocabulary learning/teaching because vocabulary knowledge was reported to serve the purpose of communication, comprehension and to constitute the basis of the language. This finding backs up Lewis's (1993) Lexical Approach. In accordance with these findings, teachers' application level of VLS was also noted high as

³ Most of the participants know the Arabic language which is widely spoken in Hatay.

in Ölmez (2014) and Asyiah's (2017) study. It was also found out that there is a significant relationship between application level and importance level of VLS. That is, the strategies that are given the most importance were identified to be employed significantly on a larger scale by EFL teachers, which is compatible with Demirtaş's (2014) findings. This finding also supports Borg's (2003) assertion that teachers' preferences and perceptions in the language teaching process influence their pedagogical practices. However, teachers seem to have difficulty in implementing the strategies that they consider more important. Some factors such as intensity of the curriculum, the coursebook that insufficient in meeting the needs, exam-oriented instruction to 8th graders, limited weekly course hours, lack of equipment, and indifferent learners to learning were determined to restrain teachers to instruct different kinds of VLS.

Although memory strategies were perceived as the most important strategy group as in Demirtaş's (2014) study, the most frequently applied strategy was turned out to be the determination strategy group. This finding reveals that teachers are conscious about higher vocabulary teaching strategies that require active manipulation of information, however, they commonly implement the basic strategies in their teaching. The most important and the most frequently used strategies among the memory group were defined as *teaching students to use new words in sentences* and *teaching students to connect new words to synonyms and antonyms*. On the other hand, the commonly instructed determination strategy was found out to be *teaching students to guess words from the context* whereas the least important and the least frequently applied determination strategy was stated to be *teaching students to use English- Turkish wordlists*. This finding support Nunan (2011) who emphasised that instructing learners to benefit from context clues properly and providing them with various exposures to novel lexical item support independent learning, because it is not enough for students to simply memorise lexical items with meaning on the wordlists to incorporate it into personal vocabulary repertoire. Moreover, this finding is also in concordance with Amiryousefi's (2015) study, in which guessing from the context was found to be useful while bilingual dictionaries were hesitated to be used. However, this questionnaire finding regarding determination strategy contradicts the interview finding, in which most teachers stated to provide students with wordlists or new words with their meanings written on the board. Some teachers reported letting students *guess the meaning from context* or pictures before giving the meaning of it. However, giving a wordlist was stated to be more popular during the interviews. The teachers might prefer giving a wordlist because it was an efficient way of learning in a limited time. It goes along with Chamot and Rubin (1994) who based the selection of teaching strategy on such factors as the available time, context of the learning, the characteristics of learners, their proficiency level, the conditions that the strategy used in, etc. As the second most important strategy group was determined to be cognitive strategies which were also ranked the second most frequently employed strategy. Among cognitive strategies, *teaching students to take notes about words in class and teaching them to keep a vocabulary notebook* was perceived as highly popular strategies while *teaching them to write words several times* was the least instructed strategy. This finding goes in line with interview findings. It was found out that *writing words several times* is a technique that was not suggested by the teachers. This finding brings Schmitt's (1997) assumption into mind: Basic or shallow strategies might be used more than complex ones as learners are prone to utilise "mechanical strategies" such as repetition, rote learning, or memorisation. Dekabo's (2021) and Garwan and Priyanti's (2021) findings which revealed the implication of limited, shallow strategies by EFL teachers verify Schmitt's assumption, as well. As for metacognitive strategies, they were attached the least importance and they were identified to be instructed at least level, as in Demirtaş's (2014) study. However, among the metacognitive strategy group, *teaching students to test themselves with word tests* was the commonly instructed strategy. This indication may confirm an exam-based instruction with 8th graders in Turkey, not a communicative approach as they have an important exam called LGS (entrance to high school exam).

During interviews, teachers emphasised the significance of VL and VT when compared to other language skills, acknowledging that students are responsible for their own learning and students should implement the VLS in line with their interests and learning habits. While some of the teachers admitted that they instruct VLS that they used to implement in their own learning, some others claimed not to teach any VLS, but leave the rest to students' own efforts. In Kebiel's (2012) study, the majority of teachers and students were also reported not to have sufficient knowledge about VLS. As Nation (2001) highlighted, demonstrating and expressing a strategy to students and leaving the rest to the students is definitely not satisfying. Moreover, only a few teachers noted to look for effective strategies to apply, whereas most of them remarked to follow mostly basic strategies regarding repetition strategies such as wordlists, dictionary, vocabulary notebook, verbal repetition as in Zheng (2012) study, as well as several higher strategies such as vocabulary box, encoding words, guessing the meaning, asking students to take notes, vocabulary tests and games, synonyms, and antonyms of the words. This contradicts

Amiryousefi's (2015) results, where mnemonic strategies such as keyword method and loci method were not believed to be useful. Besides, the majority of those teachers were determined to supply the new vocabularies of each unit themselves. The stated underlying reasons are the limited weekly course hours, the intense curriculum, the course books that lack in meeting the needs of learners and teachers. Hence, the teachers apply the fastest and easiest way of presenting lexical items. However, the teachers who have smartboards or any technological devices in the classroom were found out to employ a variety of strategies like listening to videos, songs, using an online dictionary, and using educational websites especially EBA.

EFL teachers were determined to instruct mostly two elaborate and effective vocabulary learning strategies which are *connecting the new English word to a Turkish word having a similar sound (encoding word)* and *using a vocabulary box*, which was stated to be effective and motivating for learners. This indication conflicts with Amiryousefi's (2015) finding in which participants believed that the keyword method is not useful. However, it is in line with Sagarra and Alba's explanation (2006) who consider this keyword method to enhance learning and retention of the lexical items.

Another major finding of this study is that all the participant teachers in the interview showed great willingness to take part in in-service training to broaden their horizons about different VLS and instruction of VLS. In accordance with this, Aytekin and Güven (2013) also advocate strategy training for teachers. In addition, Cohen (1998) underlined the effectiveness of in-service training with this statement: "In-service seminars provide the most extensive and efficient means for training teachers for how to conduct their own strategy training in the form of strategies based instruction"(p.10).

CONCLUSION

This research reported how EFL teachers valued VLS and to what extent they used these strategies in their teaching process. Accordingly, it is indicated that Turkish EFL teachers attached great importance to vocabulary learning. Furthermore, a significant relationship was found between the importance level and application level of VLS which indicates that the strategies that are attached great importance are employed on a vast scale by teachers. While the least important and least frequently applied strategy group is metacognitive strategies; memory strategies were perceived as the most important strategy group, however, the most commonly applied strategy group was turned out to be the determination strategy. This study showed that the minority of EFL teachers look for efficient strategies to implement in the classroom while the majority of them apply basic strategies. It is concluded that EFL teachers are conscious about higher VLS, however, they frequently apply the basic strategies in their teaching practices because of such restrictive factors as the intensity of curriculum, unsatisfactory coursebook, insufficient weekly course hours, inadequate equipment, exam-oriented instruction, and unconcerned learners. Therefore, to dissolve these limitations away, necessary precautions must be taken. Noting that the vast majority of EFL teachers did not receive training on VLS and they are insufficient in strategy instruction, it can be inferred that there is a severe need for in-service teacher training on VLS.

REFERENCES

- Amiryousefi, M. (2015). Iranian EFL learners' and teachers' beliefs about the usefulness of vocabulary learning strategies. *SAGE Open*, 5(2), 1-10. <https://doi.org/10.1177/2158244015581382>
- Anderson, NJ (2005). L2 learning strategies. In E. Hinkel (Ed.), *Handbook of research in second language teaching and learning* (pp. 757-771). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Asyiah, DN (2017). The vocabulary teaching and vocabulary learning: Perception, strategies, and influences on students' vocabulary mastery. *Jurnal Bahasa Lingua Scientia*, 9(2), 293-318. doi:10.21274/ls.2017.9.2.293-318
- Aytekin, NÇ, & Güven, S. (2013). Examining the impact of vocabulary strategy training on adult EFL students. *Mersin University Journal of the Faculty of Education*, 9(2), 339-352. doi:10.17860/efd.55562
- Berne, JI & Blachowicz, CLZ (2008). What reading teachers say about vocabulary instruction: voices from the classroom. *The Reading Teacher*, 62 (4), pp. 314 – 323. doi: 10.1598/RT.62.4.4

- Borg, S. (2003). Teacher cognition in language teaching: A review of research on what language teachers think, know, believe, and do. *Language Teaching*, 36(2), 81-109. doi: <https://doi.org/10.1017/S0261444803001903>
- Bouirane, A. (2016). Perceptions of vocabulary teaching methods among EFL teachers. *International Journal of Research Studies in Language Learning*, 6, 22-39. doi: 10.5861/ijrsl.2016.1372
- Catalán, RMJ (2003). Sex differences in L2 vocabulary learning strategies. *International Journal of Applied Linguistics*, 13(1), 54-77. doi: <https://doi.org/10.1111/1473-4192.00037>
- Chamot, AU, & Rubin, J. (1994). Comments on Janie-Miller's "A critical appraisal of learner training: Theoretical bases and teaching implications." *TESOL Quarterly*, 28, 771-776. Received from <https://doi.org/10.2307/3587559>
- Cohen, AD (1998). *Strategies in learning and using a second language*. Addison Wesley Longman Limited.
- Cohen, AD (2003). Strategy Training for Second Language Learners. *Eric Digest*. Retrieved from <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.546.2507&rep=rep1&type=pdf>
- Creswell, JW (2012). *Educational Research: Planning, conducting, and evaluating quantitative and qualitative research* (4th ed.). Pearson Education.
- Dekabo, M. (2021). An Investigation of vocabulary teaching strategies in grade eleven: The Case of Gerba Secondary School in West Guji Zone. *Bule Hora University Journal Of Indigenous Knowledge and Development Studies*, 2(2), 19-40.
- Demirtaş, N. (2014). *EFL teachers' perceptions of teaching vocabulary learning strategies*. [Unpublished Master's Thesis, Çağ University].
- Etikan, I., Musa, SA, & Alkassim, RS (2016). Comparison of convenience sampling and purposive sampling. *American Journal of Theoretical and Applied Statistics*, 5(1), 1-4. <https://doi.org/10.11648/j.ajtas.20160501.11>
- Garwan, HN, & Priyanti, H. (2021). An Analysis of the Teachers' Strategies in Teaching English Vocabulary at the Seventh Grade of Mts N 7 Kebumen in the Academic Year 2019/2020. *English Education and Literature Journal (E-Jou)*, 1(02), 72-84. doi: <https://doi.org/10.53863/ejou.v1i02.141>
- Goundar, PR (2015). Vocabulary learning strategies of English as Foreign Language (EFL) learners: A literature review. *International Journal of Humanities and cultural studies*, 2(2), 292-301.
- Gu, Y., & Johnson, RK (1996). Vocabulary learning strategies and language learning outcomes. *Language Learning*, 46(4), 643-679. doi: <https://doi.org/10.1111/j.1467-1770.1996.tb01355.x>
- Güreş, G. (2019). *Turkish EFL instructors' use of vocabulary teaching techniques and their opinions about students' vocabulary learning strategies*. [Master's Thesis, Pamukkale University]. <http://acikerisim.pau.edu.tr/xmlui/handle/11499/3948?locale-attribute=en>
- Intaraprasert, C. (2004). *ETS Students and Vocabulary Learning Strategies: A Preliminary Investigation*. (Unpublished Research). Suranaree University of Technology, Nakhon Ratchasima, Thailand.
- Kebiel, R. (2012). *Teachers and students' perceptions of vocabulary learning strategies*. [Unpublished master's thesis]. Mohamed Khider University of Biskra.

- Kılıç, AÖ (2018). *EFL instructors' perspectives and implementations based on vocabulary teaching strategies*. [Unpublished Master's Thesis, Akdeniz University].
- Lewis, M. (1993). *The lexical approach: The state of ELT and the way forward*. Hove, England: Language Teaching Publications. doi: 10.2307/3587574
- Lewis, M. (1997a). *Implementing the lexical approach: Putting theory into practice*. Hove, England: Language Teaching Publications.
- Li, J. (2009). The evolution of vocabulary learning strategies in a computer-mediated reading environment. *CALICO Journal*, 27(1), 118-146. doi:10.11139/cj.27.1.118-146
- Nation, ISP (2001). *Learning vocabulary in another language*. Cambridge University Press. doi: 10.4236/ce.2016.73042
- Nunan, D. (2011). *Teaching English to young learners*. Anaheim University Press.
- Oxford, R. L. (1990). *Language learning strategies: What every teacher should know*. Newbury House/Harper & Row.
- Oxford, RL (2003). *Language learning styles and strategies: An overview*. GALA. Retrieved from <http://web.ntpu.edu.tw/~language/workshop/read2.pdf>
- Oxford, RL, & Nyikos, M. (1989). Variables affecting the choice of language learning strategies by university students. *The Modern Language Journal*, 73(3), 291- 300. doi:10.1111/j.1540-4781.1989.tb06367.x
- Ölmez, F. (2014). *A Comparison of Students' and Teachers' Perceptions on the Use and Instruction of Vocabulary Learning Strategies*. [Unpublished Master's Thesis, Akdeniz University].
- Richard, JC, & Renandya, WA (2002). *Methodology in Language Teaching an Anthology of Current Practice*. Cambridge University Press. doi: <https://doi.org/10.1017/CBO9780511667190>
- Rubin, J. (1975). What the 'good language learner' can teach us, *TESOL Quarterly*, 9, 41-51. doi:<https://doi.org/10.2307/3586011>
- Rubin, J. (1987). Learner strategies: Theoretical assumptions, research history and typology. In A. L. Wenden & J. Rubin (Eds.), *Learner strategies in language learning* (pp. 15-30). Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Sagarra, N., & Alba, M. (2006). The key is in the keyword: L2 vocabulary learning methods with beginning learners of Spanish. *The Modern Language Journal*, 90, 228-243. doi:10.1111/j.1540-4781.2006.00394.x
- Schmitt, N. (1997). Vocabulary learning strategies. In N. Schmitt & M. McCarthy (Eds.), *Vocabulary: Description, acquisition and pedagogy* (pp. 199-227). Cambridge University Press.
- Schmitt, N. (2010). *Researching vocabulary: A vocabulary research manual*. Palgrave Macmillan.
- Seis, Z. (2020). *Exploring the relationship between the perceptions of English lecturers towards vocabulary teaching and their strategies in vocabulary instruction*. [Master's Thesis, Maltepe University].
- Tashakkori, A., Teddlie, C., & Teddlie, CB (2003). *Handbook of mixed methods in social & behavioral research*. Thousand Oaks: SAGE Publications.

Thornbury, S. (2002). *How to teach vocabulary*. Longman.

Wei, M. (2007). An examination of vocabulary learning of college-level learners of English in China. *The Asian EFL Journal Quarterly*, 9(2), 93–114.

Zheng, S. (2012). Studies and suggestions on English vocabulary teaching and learning. *English Language Teaching*, 5(5), 129-137. doi:10.5539/elt.v5n5p129

Author Contributions

All authors contributed equally.