

ISSN: 1303-5495  
E-ISSN: 2717-7483

# SOSYAL BİLİMLER DERGİSİ



İSTANBUL TİCARET  
ÜNİVERSİTESİ

YIL: 21 SAYI: 43 BAHAR 2022/1

Istanbul Commerce University  
Journal of Social Sciences



ISSN: 1303-5495  
E-ISSN: 2717-7483

# SOSYAL BİLİMLER DERGİSİ

**Yıl: 21 Sayı: 43 Bahar 2022/1**

Istanbul Commerce University

Journal of Social Science

**İSTANBUL TİCARET ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER DERGİSİ**

*ISTANBUL COMMERCE UNIVERSITY JOURNAL OF SOCIAL SCIENCES*

*Yıl:21 Sayı:43 2022 /1 Bahar*

**Sahibi**

İstanbul Ticaret Üniversitesi Adına Rektör Prof. Dr. Yücel OĞURLU

**Yayın Kurulu**

|                            |                               |
|----------------------------|-------------------------------|
| Prof. Dr. Kayıhan İÇEL     | İstanbul Ticaret Üniversitesi |
| Prof. Dr. Münevver TURANLI | İstanbul Ticaret Üniversitesi |
| Prof. Dr. Serkan ÇANKAYA   | İstanbul Ticaret Üniversitesi |
| Prof. Dr. Murat YALÇINTAŞ  | İstanbul Ticaret Üniversitesi |
| Doç. Dr. Başak ERDEM       | İstanbul Ticaret Üniversitesi |

**Editör:** Doç. Dr. Hanifi PARLAR

**Editör Yardımcısı:** Dr. Mefule FINDIKÇI ERDOĞAN

**Sorumlu Yazı İşleri Müdürü:** Yasin DEMİRBAŞ

**Mizanpaj ve Teknik Sorumlu:** Onur Yaşar KARAKOL

İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi hakemli bir dergidir, yılda üç kez; Bahar, Yaz ve Güz aylarında yayımlanır.

Bu dergide yayımlanan makalelerin telif hakları İstanbul Ticaret Üniversitesi'ne aittir. Bu yayımla ilgili olarak Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu'ndan doğan her türlü hak saklıdır. Tanıtım için yapılacak alıntılar dışında Üniversitenin yazılı izni olmadan çoğaltılamaz. Bu dergide yayımlanan makalelerdeki görüşler yazarlarına aittir. Üniversite bu görüşler nedeniyle herhangi bir sorumluluk kabul etmez.

ISSN: 1303-5495

E-ISSN: 2717-7483

Elektronik ortamda erişim:

<https://dergipark.org.tr/tr/pub/iticusbe>

İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi

Örnektepe Mah. İmrahor Cad. No: 88/2 Beyoğlu/ 34445, İstanbul

Tel: 444 0 413

e-posta: [sosyaldergi@ticaret.edu.tr](mailto:sosyaldergi@ticaret.edu.tr)

*İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi TR-DİZİN tarafından indekslenmektedir.*



| Ünvan          | Adı Soyadı                     | Kurum   |
|----------------|--------------------------------|---|
| Prof. Dr.      | ABDULLAH ÇALIŞKAN              | TOROS ÜNİVERSİTESİ  |
| Prof. Dr.      | ALA SİVAS GÜLÇUR               | İSTANBUL TİCARET ÜNİVERSİTESİ                             |
| Prof. Dr.      | ARTUN AVCI                     | MARMARA ÜNİVERSİTESİ                                      |
| Prof. Dr.      | BÜNYAMİN AYHAN                 | SELÇUK ÜNİVERSİTESİ                                       |
| Prof. Dr.      | ERKUT DÜZAKIN                  | ÇUKUROVA ÜNİVERSİTESİ                                     |
| Prof. Dr.      | GÜLAY ÖZTÜRK                   | İSTANBUL TİCARET ÜNİVERSİTESİ                             |
| Prof. Dr.      | HÜR MAHMUT YÜCER               | SAĞLIK BİLİMLERİ ÜNİVERSİTESİ                             |
| Prof. Dr.      | NURCAN METİN                   | TRAKYA ÜNİVERSİTESİ                                       |
| Prof. Dr.      | OYA ŞAKI AYDIN                 | İSTANBUL TİCARET ÜNİVERSİTESİ                             |
| Prof. Dr.      | ÖZDEN YALÇINKAYA ALKAR         | ANKARA YILDIRIM BEYAZIT ÜNİVERSİTESİ                      |
| Prof. Dr.      | ÖZGÜR ÇENGEL                   | GALATA ÜNİVERSİTESİ                                       |
| Prof. Dr.      | ZELİHA HEPKON                  | İSTANBUL TİCARET ÜNİVERSİTESİ                             |
| Doç. Dr.       | AYBEN KOY                      | İSTANBUL TİCARET ÜNİVERSİTESİ                             |
| Doç. Dr.       | BERAT ÇİÇEK                    | MALATYA TURGUT ÖZAL ÜNİVERSİTESİ                          |
| Doç. Dr.       | BURCU İŞGÜDEN KILIÇ            | BANDIRMA ONYEDİ EYLÜL ÜNİVERSİTESİ                        |
| Doç. Dr.       | CÜNEYT DEMİR                   | SİİRT ÜNİVERSİTESİ  |
| Doç. Dr.       | DERYA ERSEL                    | HACETTEPE ÜNİVERSİTESİ                                    |
| Doç. Dr.       | ELİF BAYKAL                    | İSTANBUL MEDİPOL ÜNİVERSİTESİ                             |
| Doç. Dr.       | ELİF GÜNEREN GENÇ              | İSTANBUL TİCARET ÜNİVERSİTESİ                             |
| Doç. Dr.       | GÜÇLÜ OKAY                     | MARMARA ÜNİVERSİTESİ                                      |
| Doç. Dr.       | HİCABİ ERSOY                   | İSTANBUL TİCARET ÜNİVERSİTESİ                             |
| Doç. Dr.       | İBRAHİM TAŞ                    | SAKARYA ÜNİVERSİTESİ                                      |
| Doç. Dr.       | İLKER SAKINÇ                   | ONDOKUZ MAYIS ÜNİVERSİTESİ                                |
| Doç. Dr.       | MEHMET EMİN ERENDOR            | ADANA ALPARSLAN TÜRKİŞ BİLİM VE<br>TEKNOLOJİ ÜNİVERSİTESİ |
| Doç. Dr.       | MEHMET EMİN USTA               | SAKARYA ÜNİVERSİTESİ                                      |
| Doç. Dr.       | MEHMET KENAN TERZİOĞLU         | TRAKYA ÜNİVERSİTESİ                                       |
| Doç. Dr.       | MUHAMMET ÜBEYDULLAH<br>ÖZTABAK | FATİH SULTAN MEHMET VAKIF ÜNİVERSİTESİ                    |
| Doç. Dr.       | OSMAN AYDINLI                  | MARMARA ÜNİVERSİTESİ                                      |
| Doç. Dr.       | ÖMÜR TOSUN                     | AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ                                      |
| Doç. Dr.       | ÖZLEM BALABAN                  | SAKARYA ÜNİVERSİTESİ                                      |
| Doç. Dr.       | PINAR BAŞAR                    | İSTANBUL TİCARET ÜNİVERSİTESİ                             |
| Doç. Dr.       | SABRİ ÖZ                       | İSTANBUL TİCARET ÜNİVERSİTESİ                             |
| Doç. Dr.       | SEDA BAĞDATLI KALKAN           | İSTANBUL TİCARET ÜNİVERSİTESİ                             |
| Doç. Dr.       | SEDA SAKARYA                   | KIRIKKALE ÜNİVERSİTESİ                                    |
| Doç. Dr.       | SELÇUK ALP                     | YILDIZ TEKNİK ÜNİVERSİTESİ                                |
| Doç. Dr.       | SERHAT YÜKSEL                  | İSTANBUL MEDİPOL ÜNİVERSİTESİ                             |
| Doç. Dr.       | SÜMEYRA GAZEL                  | YOZGAT BOZOK ÜNİVERSİTESİ                                 |
| Doç. Dr.       | UĞUR YASİN ASAL                | İSTANBUL TİCARET ÜNİVERSİTESİ                             |
| Doç. Dr.       | YALÇIN ARMAĞAN                 | MİMAR SİNAN GÜZEL SANATLAR ÜNİVERSİTESİ                   |
| Doç. Dr.       | YAŞAR BARUT                    | ONDOKUZ MAYIS ÜNİVERSİTESİ                                |
| Doç. Dr.       | YENER ŞİŞMAN                   | ANADOLU ÜNİVERSİTESİ                                      |
| Doç. Dr.       | YUNUS ÖZCAN                    | İSTANBUL TİCARET ÜNİVERSİTESİ                             |
| Doç. Dr.       | YUSUF ÇINAR                    | BİTLİS EREN ÜNİVERSİTESİ                                  |
| Dr. Öğr. üyesi | AYLİN GÖZEN                    | İSTANBUL TİCARET ÜNİVERSİTESİ                             |
| Dr. Öğr. üyesi | HASAN PARILTI                  | HALIÇ ÜNİVERSİTESİ  |
| Dr. Öğr. üyesi | İŞİL TEKİN                     | İSTANBUL MEDENİYET ÜNİVERSİTESİ                           |

|                |                         |                                       |
|----------------|-------------------------|---------------------------------------|
| Dr. Öğr. üyesi | ITIR KAŞIKÇI            | İSTANBUL TİCARET ÜNİVERSİTESİ         |
| Dr. Öğr. üyesi | MAKBULE HÜRMET ÇETİNEL  | UŞAK ÜNİVERSİTESİ                     |
| Dr. Öğr. üyesi | MEHMET SAĞLAM           | İSTANBUL TİCARET ÜNİVERSİTESİ         |
| Dr. Öğr. üyesi | METE HAN YAĞMUR         | İSTANBUL TEKNİK ÜNİVERSİTESİ          |
| Dr. Öğr. üyesi | MUHAMMED TAŞ            | ERZİNCAN BİNALİ YILDIRIM ÜNİVERSİTESİ |
| Dr. Öğr. üyesi | NADİRE GÜLÇİN YILDIZ    | İSTANBUL MEDİPOL ÜNİVERSİTESİ         |
| Dr. Öğr. üyesi | NEVİN ERACAR            | İSTANBUL YENİ YÜZYIL ÜNİVERSİTESİ     |
| Dr. Öğr. üyesi | SAADET ELA PELENK       | RECEP TAYYİP ERDOĞAN ÜNİVERSİTESİ     |
| Dr. Öğr. üyesi | SANİYE HAYDAROĞLU       | BİLECİK ŞEYH EDEBALI ÜNİVERSİTESİ     |
| Dr. Öğr. üyesi | SERKAN ETİ              | İSTANBUL MEDİPOL ÜNİVERSİTESİ         |
| Dr. Öğr. üyesi | UFUK ALKAN              | MARMARA ÜNİVERSİTESİ                  |
| Dr. Öğr. üyesi | YALÇIN LÜLECİ           | MARMARA ÜNİVERSİTESİ                  |
| Dr. Öğr. üyesi | YASEMİN ÇİÇEKÇİSOY KAYA | İSTANBUL MEDİPOL ÜNİVERSİTESİ         |
| Dr. Öğr. üyesi | YUNUS GÜLCÜ             | FIRAT ÜNİVERSİTESİ                    |
| Dr. Öğr. üyesi | YUSUF SÖZER             | BATMAN ÜNİVERSİTESİ                   |
| Dr. Öğr. Gör.  | MÜNEVVER ÇİÇEKDAĞI      | SELÇUK ÜNİVERSİTESİ                   |
| Dr.            | AYLA AVCI               | BAĞIMSIZ ARAŞTIRMACI                  |
| Uzman          | AYŞE YILDIZ             | İSTANBUL ÜNİVERSİTESİ-CERRAHPAŞA      |

## **EDİTÖRDEN**

*İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi'nin Değerli Okurları;*

İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi Bahar, Yaz ve Güz dönemlerinde (yılda 3 defa) çevrimiçi yayımlanan hakemli bilimsel bir dergidir. Derginin amacı, sosyal bilimler merkezli bilimsel, nitelikli ve özgün makaleleri akademik yayın dünyasına kazandırmaktır.

Dergimizin Bahar- Haziran/ 43. sayısını farklı disiplinlerden 30 makale ile siz değerli okurlarımızla buluşturmakla övünç duyuyoruz. Dergimiz, her sayısında değerli bilim insanlarının nitelikli araştırmalarıyla bilim dünyasına önemli katkılar sağlamaya devam etmektedir.

Bu sayımızda, çalışmalarını paylaşan yazarlara, hakemlik sürecine özenli ve dikkatli inceleme süreçleri ile katkıda bulunan değerli akademisyenlere ve derginin hazırlanmasında emeği geçen tüm ekip arkadaşlarıma teşekkürlerimi sunarım. Dergimizin bu sayısının da, ilgili literatüre yeni katkılar sağlamasını temenni eder, bir sonraki sayımızda okurlarımız ile yeniden buluşmayı dileriz.

*Saygılarımla.*

*Doç. Dr. Hanifi PARLAR*

*Sosyal Bilimler Dergisi Editörü*

**İÇİNDEKİLER / CONTENTS**

**MAKALELER / ARTICLES**

**ARAŞTIRMA MAKALELERİ / RESEARCH ARTICLES**

**1. Turgay MÜNYAS**

VIX KORKU ENDEKSİ VE GELİŞMEKTE OLAN ÜLKE BORSALARI ÜZERİNE  
AMPİRİK BİR ANALİZ  
*AN EMPIRICAL ANALYSIS OF THE VOLATILITY INDEX (VIX) AND STOCK MARKETS  
IN DEVELOING COUNTRIES.....1-19*

**2. Nuray AŞANTUĞRUL / Aynur KARABACAK CELİK**

YETİŞKİNLERDE TRAVMA SONRASI BÜYÜMENİN YORDAYICISI OLARAK  
COVID-19 KORKUSU  
*FEAR OF COVID-19 AS A PREDICTIVE OF AFTER TRAUMA GROWTH IN ADULTS.....20-34*

**3. Esin TEMELOĞLU SEN / H. Özlem SERTEL BERK**

HASTA MEMNUNİYETİ KISA DEĞERLENDİRME FORMU'NUN (HMKDF)  
TÜRKÇE UYARLAMA ÇALIŞMASI  
*THE TURKISH ADAPTATION STUDY OF THE SHORT ASSESSMENT OF PATIENT  
SATISFACTION FORM (SAPS).....35-54*

**4. Pınar UYSAL CANTÜRK / Büsra Ceren TANGÜL**

ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİN ROMANTİK İLİŞKİLERE YÖNELİK AKILCI  
OLMAYAN İNANÇLARININ BİLİŞSEL ESNEKLİK DÜZEYLERİ AÇISINDAN  
İNCELENMESİ  
*INVESTIGATION OF UNIVERSITY STUDENT'S RELIABLE BELIEFS FOR  
ROMANTIC RELATIONS IN TERMS OF COGNITIVE FLEXIBILITY.....55-67*

**5. İtr HASIRCI / Edip ÖRÜCÜ / Pınar KURT**

COVID-19 SÜRECİNDE ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİN ÖRGÜTSEL  
ADALET ALGILARININ UZAKTAN EĞİTİME KARŞI TUTUMLARI VE  
YENİLİKÇİ DAVRANIŞ EĞİLİMLERİ ÜZERİNE ETKİSİ: BİR ALAN  
ARAŞTIRMASI  
*THE EFFECT OF UNIVERSITY STUDENTS' PERCEPTIONS OF ORGANIZATIONAL  
JUSTICE ON THEIR ATTITUDES TO DISTANCE EDUCATION AND INNOVATIVE  
BEHAVIOUR TENDENCIES IN THE COVID-19 PROCESS: A FIELD STUDY.....68-95*

**ARAŞTIRMA MAKALELERİ / RESEARCH ARTICLES**

**6. Ebru ORHAN / Figen YILDIRIM**

ÖZEL GÜN İNDİRİMLERİNİN SATIŞ TUTUNDURMA VE TÜKETİCİ SATIN  
ALMA KARAR SÜRECİNE ETKİSİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA  
*A RESEARCH ABOUT THE EFFECTS OF SPECIAL DAY DISCOUNTS ON SALES  
PROMOTION AND CONSUMER PURCHASING DECISION PROCESS* .....96-110

**7. Serkan TERZİ**

İŞLETMELERİN SÜREKLİLİĞİNİN DEĞERLENDİRİLMESİNDE MAKİNE  
ÖĞRENME ALGORİTMALARININ KULLANIMI: TÜRKİYE ÖRNEĞİ  
*USING MACHINE LEARNING ALGORITHMS TO GOING CONCERN ASSESSMENT:  
EVIDENCE FROM TURKEY* .....111-132

**8. M. Sami OKUMUŞ**

THE EFFECTS OF COVID-19 PANDEMIC ON AUDIENCE PRACTICES IN  
CINEMA, TELEVISION, AND OTT PLATFORMS  
*COVID-19 PANDEMİSİNİN SİNEMA, TELEVİZYON VE OTT PLATFORMLARINDAKİ  
İZLEYİCİ PRATİKLERİNE ETKİLERİ*.....133-147

**9. Zübevir ÇELİK**

THE MODERATING ROLE OF INFLUENCER ATTRACTIVENESS IN  
THE EFFECT OF BRAND LOVE, BRAND TRUST, BRAND AWARENESS  
AND BRAND IMAGE ON BRAND LOYALTY  
*MARKA AŞKI, MARKA GÜVENİ, MARKA FARKINDALIĞI VE MARKA İMAJININ  
MARKA SADAKATİNE ETKİSİNDE INFLUENCER ÇEKİCİLİĞİNİN İLİMLAŞTIRICI  
ROLÜ*.....148-167

**10. Süleyman ÖZCAN / Oya ŞAKI AYDIN**

NETFLİX İÇERİKLERİNİN ORYANTALİST VE SELF ORYANTALİST  
BAĞLAMDA ALIMLANMASI ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA: “HAKAN: MUHAFİZ”  
DİZİSİ ÖRNEĞİ  
*A STUDY ON THE RECEPTION OF NETFLIX CONTENT IN AN ORIENTALIST AND  
SELF-ORIENTALIST CONTEXT: AN EXAMPLE OF THE SERIES “HAKAN:  
THE GUARD”* .....168-195



**ARAŞTIRMA MAKALELERİ / RESEARCH ARTICLES**

**11. Hacer Merve ÖZSOYLU / Münevver TURANLI**

EĞİTİM SİSTEMİ VE EĞİTİME YAPILAN HARCAMALARIN ORTA VE ÜST DÜZEY KADIN YÖNETİCİ İSTİHDAMINA ETKİSİ  
*THE EFFECT OF THE EDUCATION SYSTEM AND EDUCATION EXPENDITURE ON FEMALE SHARE OF EMPLOYMENT IN SENIOR AND MIDDLE MANAGEMENT.....196-211*

**12. Birgül ÇİÇEK / Hande ŞAHİN / Sibel ERKAL**

0-6 YAŞ ÇOCUĞU OLAN EBEVEYNLERİN EV KAZALARINA YÖNELİK GÜVENLİK ÖNLEMLERİNİN İNCELENMESİ: COVID-19 SALGIN DÖNEMİ ÖRNEĞİ  
*EXAMINATION OF SAFETY MEASURES AGAINST HOME ACCIDENTS OF PARENTS WITH CHILDREN AGED 0-6 YEARS: THE COVID-19 PANDEMIC.....212-230*

**13. Türkan ÖZGÜL / Yahya FİDAN**

ENTELEKTÜEL SERMAYE VE KURUMSAL İTİBARIN ÖRGÜTSEL PERFORMANS İLİŞKİSİNDE BİLGİ YÖNETİMİNİN ARACI ROLÜ  
*THE INTERMEDIARY ROLE OF KNOWLEDGE MANAGEMENT IN THE RELATIONSHIP OF INTELLECTUAL CAPITAL AND CORPORATE REPUTATION WITH ORGANIZATIONAL PERFORMANCE.....231-252*

**14. Hüseyin BUDAK / Enis GÜMÜŞTAŞ**

KİŞİSELLEŞTİRİLMİŞ ÜRÜN ÖNERİ SİSTEMİ İÇİN KULLANICI BAZLI İŞBİRLİKÇİ FİLTRELEME VE KÜMELEME KULLANAN HİBRİT BİR YAKLAŞIM  
*A HYBRID APPROACH USING USER-BASED COLLABORATIVE FILTERING AND CLUSTERING FOR PERSONALIZED PRODUCT RECOMMENDATION SYSTEM.....253-268*

**15. Öznur BOZKURT / Armağan ERCAN**

ÇALIŞANLARIN YENİLİKÇİ İŞ DAVRANIŞLARINDA VE İŞTEN AYRILMA NİYETLERİNDE ÖRGÜTSEL DESTEK ALGISININ ETKİSİ: İMALAT SANAYİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA  
*THE EFFECT OF ORGANIZATIONAL SUPPORT ON EMPLOYEE'S INNOVATIVE BUSINESS BEHAVIORS AND INTENTION TO TURNOVER: A RESEARCH ON THE MANUFACTURING INDUSTRY.....269-290*

**ARAŞTIRMA MAKALELERİ / RESEARCH ARTICLES****16. Özlem SENER / Sırma Gül ÖZKUR**

EĞLENCE MEKANLARINDA ÇALIŞAN KONSOMATRİSLERİN MARUZ KALDIKLARI İKİNCİL TRAVMA VE BAŞETME YÖNTEMLERİ ARASINDAKİ İLİŞKİNİN İNCELENMESİ  
*THE RELATIONSHIP BETWEEN SECONDARY TRAUMA EXPOSED BY BAR-GIRLS WORKING IN ENTERTAINMENT PLACES AND THE WAYS OF COPING* .....291-306

**17. Metin IŞIK / Sezgin KIZILTUĞ**

KARANLIK LİDERLİK ALGISININ İŞGÖREN PERFORMANSI VE İŞ TATMİNİNE ETKİSİ  
*THE EFFECT OF PERCEIVED DARK LEADERSHIP ON EMPLOYEE PERFORMANCE AND JOB SATISFACTION*.....307-326

**18. Betül AYCA**

EĞİTİM SÜRECİNDEKİ Z KUŞAĞININ EVRENSEL DEĞERLERE VE TOPLUMSAL KONULARA YÖNELİK ALGILARININ ARAŞTIRILMASI  
*INVESTIGATING THE PERCEPTIONS OF GENERATION Z IN THE EDUCATION PROCESS TOWARDS UNIVERSAL VALUES AND SOCIAL ISSUES* .....327-346

**19. Gökhan ALPMAN**

TÜRK AİLE ŞİRKETLERİNDE NESİLLER ARASI YÖNETİM DEVRİ: BİR GÖMÜLÜ TEORİ ÇALIŞMASI  
*TRANSGENERATIONAL SUCCESSION IN TURKISH FAMILY BUSINESSES: A GROUNDED THEORY STUDY*.....347-376

**20. Sevgi EŞİYOK / Mert DEMİRCİOĞLU**

OECD ÜLKELERİNİN ENDÜSTRİ 4.0 DÜZEYLERİNİN CRITIC VE CODAS YÖNTEMLERİ İLE DEĞERLENDİRİLMESİ  
*EVALUATION OF INDUSTRY 4.0 LEVELS OF OECD COUNTRIES WITH CRITIC AND CODAS METHODS*.....377-398

**21. Muhittin ADIGÜZEL**

ENDÜSTRİ İÇİ TİCARETİN REKABET GÜCÜNE ETKİSİ; TÜRKİYE BAĞLAMINDA BİR DEĞERLENDİRME  
*THE EFFET OF INTER-INDUSTRY TRADE ON COMPETITIVENESS; AN EVALUATION IN THE CONTEXT OF TURKEY*.....399-418

**ARAŞTIRMA MAKALELERİ / RESEARCH ARTICLES****22. Nazım EKREN / Mefule FINDIKÇI ERDOĞAN / Kübra Hatice BİLDİK / Muhammed Ali ÇINAR**

ULUSAL EKONOMİNİN TERCİHLERİNİ VE ÖNCELİKLERİNİ GÜNCELLEME SÜRECİNDE ALTERNATİF ARAÇ OLARAK MAKROEKONOMİK STRATEJİK PLAN: YÜKSELEN PİYASA EKONOMİLERİ İÇİN ÖNERİ  
*MACROECONOMIC STRATEGIC PLAN AS AN ALTERNATIVE TOOL FOR REDESIGNING OF PREFERENCES AND PRIOTIES OF THE NATIONAL ECONOMY: PROPOSAL FOR EMERGING MARKETS ECONOMY*.....419-450

**23. Ezgi Ecem OKAN / Erginbay UĞURLU**

CORPORATE GOVERNANCE RATING IN TURKEY: INVESTIGATION OF SCORES OF FIRMS  
*TÜRKİYE'DE KURUMSAL YÖNETİM DERECELENDİRMESİ: FİRMALARIN PUANLARININ İNCELENMESİ*.....451-473

**24. Burcu KIVILCIM**

HOLIDAYCHECK WEB SİTESİNDEKİ EN İYİ OTEL SIRALAMASINA GÖRE OTELLERİN KARŞILAŞTIRILMASI: GOOGLE TRENDS ÖRNEĞİ  
*COMPARISON OF HOTELS BY TOP HOTEL RANKING ON THE HOLIDAYCHECK WEB SITE: EXAMPLE OF GOOGLE TRENDS*.....474-486

**25. Nur BEYTEMUR / Hicabi ERSOY**

THE EFFECTS OF DIVIDEND DISTRIBUTION POLICIES ON FIRM VALUE: AN APPLICATION ON BIST FOOD BEVERAGE AND BIST CHEMICAL PETROL AND PLASTIC INDICES  
*KÂR PAYI DAĞITIM POLİTİKALARININ FİRMA DEĞERİ ÜZERİNE ETKİSİ: BIST YİYECEK, İÇECEK VE BIST KİMYA, PETROL, PLASTİK ENDEKSLERİ ÜZERİNE BİR UYGULAMA*.....487-503

**26. Selin YURDAKUL / Osman BAYRAKTAR**

AİLE İŞLETMELERİNDE KURUMSALLAŞMA DÜZEYİ VE ÖRGÜTSEL PERFORMANS İLİŞKİSİNİN İNCELENMESİ  
*INVESTIGATION OF THE RELATIONSHIP OF INSTITUTIONALIZATION AND ORGANIZATIONAL PERFORMANCE IN FAMILY BUSINESSES*.....504-527

**ARAŞTIRMA MAKALELERİ / RESEARCH ARTICLES**

**27. Salih AKBULUT / Burhan ÜZÜM / Ata PESEN**

İNGİLİZCE DERSİ ÖĞRETİM PROGRAMINDA BELİRTİLEN TEMEL  
DEĞERLER ÇERÇEVESİNDE 5. SINIF İNGİLİZCE DERSİ KİTAPLARININ  
İNCELENMESİ  
*ANALYZING FIFTH GRADE ENGLISH TEXTBOOKS IN ACCORDANCE WITH  
THE VALUES IN THE ENGLISH LANGUAGE TEACHING CURRICULUM.....528-565*

**DERLEME MAKALESİ / REVIEW ARTICLE**

**28. Mustafa Said YAZICIOĞLU**

MATÜRİDİ GÜNÜMÜZE NE SÖYLER?  
*WHAT DOES MATURIDI SAY TO TODAY?.....566-587*

**TEORİK MAKALE / THEORETICAL ARTICLE**

**29. Sena AYDIN**

YENİ HAFIZA: KOLEKTİF HAFIZA VE İKTİDAR İLİŞKİSİNDE YENİ BİR FAZ MI?  
*NEW MEMORY: IS IT A NEW PHASE OF THE RELATIONSHIP BETWEEN  
COLLECTIVE MEMORY AND POWER?.....588-604*

**TEZ MAKALESİ / THESIS ARTICLE**

**30. Nezihe YAŞAR / Uğur Yasin ASAL**

OSMANLI'DAN CUMHURİYET'E GEÇİŞTE MODERNLEŞMEDE YAŞANAN  
DEĞİŞİM VE SÜREKLİLİKLER  
*CHANGES AND CONTINUATIONS IN MODERNIZATION IN THE TRANSITION  
FROM THE OTTOMAN TO THE REPUBLIC.....605-629*

Geliş Tarihi:

16.09.2020

Kabul Tarihi:

12.03.2022

Yayımlanma Tarihi:

15.06.2022

Kaynakça Gösterimi: Münyas, T. (2022). VIX Korku Endeksi ve gelişmekte olan ülke borsaları üzerine ampirik bir analiz. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 21(43), 1-19. doi:10.46928/iticusbe.796019

## VIX KORKU ENDEKSİ VE GELİŞMEKTE OLAN ÜLKE BORSALARI ÜZERİNE AMPİRİK BİR ANALİZ

*Araştırma*

Turgay Münyas 

Sorumlu Yazar (Correspondence)

İstanbul Okan Üniversitesi

[turgay.munyas@okan.edu.tr](mailto:turgay.munyas@okan.edu.tr)

Turgay Münyas, 2005 yılında Anadolu Üniversite İşletme Bölümü'nden mezun olduktan sonra 2008 yılında Maltepe Üniversitesi İşletme Bölümü yüksek lisans programını ve 2015 yılında Okan Üniversitesi İşletme(finans) Bölümünden doktora derecesini aldı. Bir çok kitap ve makale kaleme alan Münyas, İstanbul Okan Üniversitesinde Öğretim Üyesidir. Finansal yönetim, finansal piyasalar ve kurumlar, portföy yönetimi ve uluslararası finans dersleri vermektedir ve bu konuda çalışmalar yapmaktadır.

# VIX KORKU ENDEKSİ VE GELİŞMEKTE OLAN ÜLKE BORSALARI ÜZERİNE AMPİRİK BİR ANALİZ

Turgay Münyas  
[turgay.munyas@okan.edu.tr](mailto:turgay.munyas@okan.edu.tr)

## Özet

Korku Endeksi (VIX), finansal piyasalarda sermaye piyasası araçlarının gelecekte beklenen hareketlerinin tahmini için kullanılan önemli göstergelerden biridir.

**Amaç:** Bu çalışmanın amacı [01.01.2009-01.06.2020] aylık veriler için Korku Endeksi (VIX) endeksinin gelişmekte olan ülkeler olan Türkiye (BİST 100), Hindistan (BSE Sensex 30), Brezilya (Bovespa-BVSP), Rusya (MOEX Russia) ve Çin (Shanghai Composite-SSEC) borsaları ile ilişkisini uzun ve kısa dönem için analiz etmektir.

**Yöntem:** Durağanlık testleri için Augmented Dickey-Fuller (ADF) ve Phillips-Perron (PP) testleri uygulanmıştır. Uzun dönem ilişkinin incelenmesi için Bayer-Hanck (2013) Eşbütünleşme Analizi uygulanmıştır. Uzun dönemde birlikte hareket eden değişkenlerin kısa dönem dinamiklerini araştırmak amacıyla hata düzeltme modeli (Vector Error Correction Model: VECM) tahmin edilmiştir.

**Bulgular:** Araştırmanın sonucunda, Korku Endeksi (VIX) endeksinin gelişmekte olan ülke borsalarını olumsuz yönde etkilediği tespit edilmiştir. İncelemeye konu olan borsalardan Korku Endeksi (VIX) endeksindeki değişimden en çok etkilenen borsa Türkiye (BİST100) endeksi olmuştur. En az etkilenen borsa ise Brezilya (Bovespa-BVSP) endeksi olmuştur. Korku Endeksi (VIX) endeksinin borsalar üzerindeki etkisi kısa dönemde daha yüksek, uzun dönemde ise biraz daha azalarak devam etmektedir.

**Özgünlük:** Bu konuda yapılan çalışmalar incelendiğinde, genellikle Korku Endeksi (VIX) çeşitli finansal göstergeler ve BİST 100 endeksi üzerinde bir etkisinin olup olmadığı araştırılmıştır. Bu çalışmada, kapsam geniş tutularak korku ikliminin gelişmekte olan ülke borsaları üzerindeki etkisi araştırılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Gelişmekte Olan Ülke Borsaları, Korku Endeksi, Korku İklimi

**JEL Sınıflandırması:** G11, G23, G32

# AN EMPIRICAL ANALYSIS OF THE VOLATILITY INDEX (VIX) AND STOCK MARKETS IN DEVELOING COUNTRIES

## Abstract

The Volatility Index (VIX) is one of the key indicators used to predict future movements of capital market instruments in financial markets. The present study aims to investigate the short- and long-term relationship of the volatility index with Turkey (BIST 100), India (BSE Sensex 30), Brazil (Bovespa-BVSP), Russia (MOEX Russia) and China (Shanghai Composite-SSEC) developing country stock markets for the monthly data between January 1st, 2009 and June 1st, 2020. The Volatility Index was taken as the independent variable, and the index values of developing country stock exchanges were taken as the dependent variables. As a result of the study, the Volatility Index was found to negatively affect stock markets in developing countries. Among the exchange markets studied, Turkey's BIST100 index was found to be the most affected index by the change in the Volatility Index. The least affected stock market was Brazil's Bovespa-BVSP index. The effect of the Volatility Index on stock markets was higher in the short-term, and gradually decreasing in the long-term.

**Purpose:** This study aims to investigate the short- and long-term relationship of the volatility index (VIX) with the developing country stock markets of Turkey (BIST 100), India (BSE Sensex 30), Brazil (Bovespa-BVSP), Russia (MOEX Russia) and China (Shanghai Composite-SSEC) for the monthly data between January 1st, 2009 and June 1st, 2020.

**Method:** For the stationarity tests, Augmented Dickey-Fuller (ADF) and Phillips-Perron (PP) tests were used. The Bayer-Hanck (2013) Cointegration Analysis was used for investigating the long-term relationship. In order to investigate the short-term dynamics of variables moving together in the long-term, the Vector Error Correction Model (VECM) was used.

**Findings:** As a result of the study, the Volatility Index (VIX) was found to negatively affect the developing country stock markets. Among the exchange markets studied, the BIST100 index of Turkey was found to be the most affected index by the change in the Volatility Index (VIX). The least affected stock market was Brazil's (Bovespa-BVSP) index. The effect of the Volatility Index (VIX) on stock markets was higher in the short-term, and gradually decreasing in the long-term.

**Originality:** Looking at the research on this subject, studies were found to often investigate whether the VIX Index has an effect on various financial indicators and the BIST 100 index. In this study, the scope was widened to study the effect of fear climate on the developing country stock markets.

**Keywords:** Developing Countries' Stock Markets, Volatility Index, Climate of Fear

**JEL Classification:** G11, G23, G32

## GİRİŞ

Korku Endeksi (VIX), literatürde Oynaklık Endeksi olarak ifade edilmektedir. VIX endeksi, piyasalarla ilgili korku ya da endişeyi gösteren ve piyasalarda korkunun derecesini gösteren bir göstergedir. Bu endeksin oluşturulmasının temel amacı, piyasadaki risk algısını ölçmektir.

VIX endeksi, ilk defa 1993 yılında Chicago Opsiyon Borsası tarafından oluşturulmuştur. “VIX endeksi, Şikago Opsiyon Borsası (CBOE) tarafından S&P 500 endeksini de kapsayacak şekilde 33 gün vadeli opsiyonların volatilitelerinden hareketle oluşturulmuş olup 1993 yılından günümüze kadar sürekli olarak hesaplanan ve yayınlanan bir endekstir” (Sadeghzadeh, 2018).

VIX endeksi, Black-Scholes (1973) ve Merton'un (1973) opsiyon değerlendirme modeli çalışmasına dayanılarak oluşturulmuştur. S&P 500 endeksinin vadesine 30 gün kalmış olan alım ve satım fiyatlarındaki fark oynaklıklarından yararlanarak oluşturulan ve zımni volatilitiyi ölçmektedir. VIX endeksi ile pay senedi piyasaları aralarında negatif yönlü bir ilişki olduğu düşünülmektedir. S&P 100 endeksine göre hesaplanan endeks 2003 yılından sonra S&P 500 endeksine göre hesaplanmaya başlanmıştır (Çonkır, Meriç, Esen, 2021).

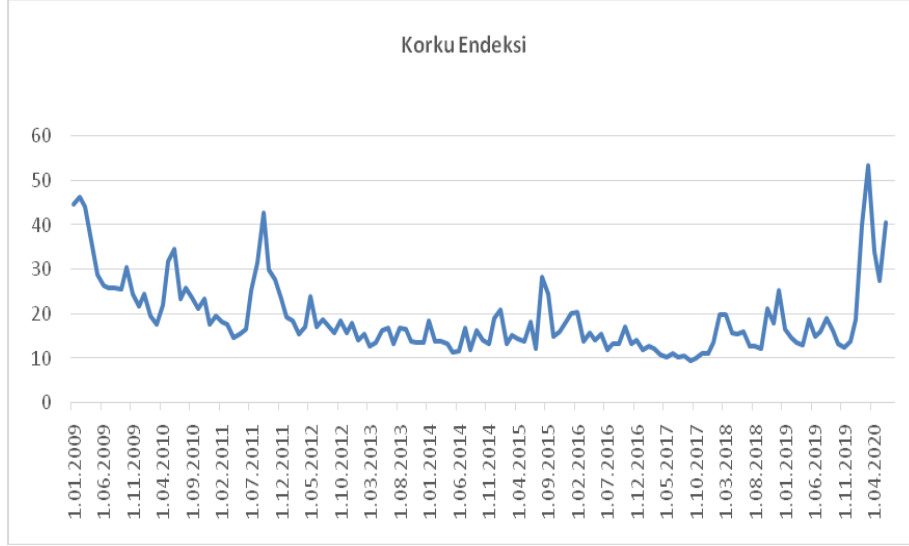
Finansal piyasalarda, pay senetlerinin opsiyonlu alım ile opsiyonlu satım fiyatları arasındaki farklar üzerinden hesaplanan bir risk göstergesi niteliği taşımaktadır. Alım ve satım opsiyon fiyatları arasındaki spread dar ise, VIX endeksinin oranı düşmekte; alım ve satım opsiyon fiyatları arasındaki spread açık ise, VIX endeksinin oranı yükselmektedir (Öner, 2018).

Piyasadaki risk algısını ölçmeyi amaçladığından bütün dünyada yatırımcılardan tarafından dikkatle izlenen bir göstergedir. Endeksin 30'un üzerinde olması oynaklığın yüksek olduğunu ve piyasada belirsizliklerin arttığını göstermektedir. Endeksin 20'nin altında olması oynaklığın ve riskin düşük olduğunu gösterir. Endeksin 20 ile 30 arasındaki bir değerde olması normal olarak kabul edilmektedir. Endeksi %60'ların üzerinde çıkması piyasa da büyük bir kaosun oluşmasına neden olur. Piyasalarda yaşanan sert düşüş ve sert yükseliş hareketlerinde endeks değeri yükselme eğilimi kazanır. Öz kaynak piyasasında yatırım yapan uluslararası yatırımcılar için önemli bir rehber özelliği taşımaktadır.

Sermayenin ve piyasasının küresel bir süreç niteliği kazanması, mali piyasalardaki entegrasyon sürecini hızlandırmıştır. Mali piyasalarda yaşanan bu hızlı entegrasyon süreci bütün ekonomileri uluslararası piyasalarda yaşanabilecek risklere karşı açık hale getirmiştir. Uluslararası piyasalarda yatırım yapan yatırımcılar karşı karşıya kaldıkları bu risklerden korunmak amacıyla uluslararası piyasalardaki riski ölçen önemli göstergeleri titizlikle takip etmeleri zorunluluğunu ortaya çıkarmıştır.

Bu konuda yapılan çalışmalar incelendiğinde, genellikle VIX endeksinin çeşitli finansal göstergeler ve BİST 100 endeksi üzerinde bir etkisinin olup olmadığı araştırılmıştır. Bu çalışmada, kapsam geniş tutularak korku ikliminin gelişmekte olan ülke borsaları üzerindeki etkisi araştırılmıştır.





**Şekil 1.** 01.01.2009-01.06.2020 Arasındaki Aylık Korku Endeksi Değerleri

Endeksinin yıllara göre değişimi incelendiğinde, 2009 yılının başında 44,84 seviyesinde olduğu, sonrasında düşüş eğiliminde olduğu, 2010 yılının başından yıl ortasına kadar, 2011-2012 yılları arasında, 2015 yılının başından yıl ortasına kadar önemli düzeyde yükseliş eğiliminde olduğu görülmektedir. 2020 yılının başından itibaren yeniden yükselişe geçen korku endeksi yılın 3'üncü ayında 2009 başındaki seviyenin üzerine çıkmış ve 53,54 seviyesini görmüş, sonra düşüş eğilimine geçmiş ancak yıl ortasında yeniden yükselişe geçerek 40,79 seviyesine gelmiştir.

## LİTERATÜR

Literatür taraması yapıldığında yapılan çalışmaların genellikle Uluslararası Volatilite Endeksi olarak kabul edilen VIX endeksinin, çeşitli makro ekonomik göstergeler üzerindeki etkisi inceleme konusu olmuştur. Literatürde Uluslararası Volatilite Endeksi olarak kabul edilen VIX endeksi ile ilgili yapılan çalışmalar aşağıdaki gibidir.

Akdağ (2019) yılında, VIX endeksinin Türkiye’de çeşitli finansal piyasa göstergeleri üzerinde bir etkisinin olup olmadığını araştırmıştır. Akdağ yaptığı çalışmanın analizini, Granger Nedensellik Analizi, Breitung ve Candelon Frekans Nedensellik Analizi ve Johansen Eşbütünleşme Analizi ile test etmiştir. Çalışmanın analizi, 2007 ile 2018 tarihleri arasındaki günlük, haftalık ve aylık veriler kullanarak gerçekleştirmiştir. Çalışmanın sonucunda Granger nedensellik analizi sonucunda VIX endeksinde meydana gelen değişiminin; Borsa İstanbul BİST 100 Endeksi, Dolar Kuru, Euro Kuru, Sanayi Üretim Endeksi, Reel Kesim Güven Endeksi, Tüketici Güven Endeksi, Satın Alma Yöneticileri Endeksi ve Risk İştahı Endeksi üzerinde etkili olduğunu tespit etmiştir. Eşbütünleşme analiz sonuçlarına göre ise VIX endeksi ile incelemeye söz konusu olan değişkenler arasında uzun dönemli bir ilişki varlığını tespit etmiştir.

VIX endeksi ile ilgili yapılan bir diğer çalışma ise Bektaş ve Babuşçu tarafından (2019) yılında yapılmıştır. Bektaş ve Babuşçu yapmış oldukları bu çalışmada VIX endeksi, büyüme, döviz kurları ve CDS primi arasındaki ilişkiyi araştırmışlardır. Çalışmanın analizini e-views ekonometrik analiz programı kullanılarak Genişletilmiş Dickey Fuller Birim Kök Testi ve Granger Nedensellik Testi ile gerçekleştirmişlerdir. Çalışmanın analizine söz konusu olan veri Ocak 2008 – Aralık 2018 dönemini kapsayan verilerdir. Çalışmanın sonucunda VIX endeksi’nin sanayi üretim endeksinin granger nedeni olduğu belirlenmiştir. Bu iki değişken arasında tek yönlü bir nedensellik ilişkisi olduğunu tespit edilmiştir. Çalışmada diğer değişkenler arasında ise nedensellik ilişkisi tespit edilememiştir.

Sarıtaş ve Nazlıoğlu (2019) yılında yapmış oldukları çalışmada, VIX endeksi ile BİST 100 ve Dolar kuru arasındaki ilişkiyi incelemişlerdir. Sarıtaş ve Nazlıoğlu bu ilişkiyi VAR modeline dayalı olarak etki-tepki fonksiyonları, varyans ayrıştırması ve Granger nedensellik yöntemleri aracılığı ile araştırmışlardır. Çalışmanın analizini, 02.01.2009 – 12.11.2018 tarihleri arasındaki zaman serisi verilerini kullanarak gerçekleştirmişlerdir. Çalışmanın sonucunda, etki ve tepki fonksiyonları, VIX endeksi şokunun Borsa İstanbul BİST 100 Endeksi üzerinde negatif etkisinin olduğunu tespit etmişlerdir. VIX endeksi şokunun dolar kuru üzerinde ise pozitif etkisinin olduğunu tespit etmişlerdir. Yaptıkları çalışmada elde ettikleri bir diğer sonuç ise VIX Endeksi’nin BIST 100 Endeksi ve dolar kuruna doğru bir nedensellik ilişkisinin olduğudur.

Şit vd., (2019) yılında yapmış oldukları çalışmada, VIX endeksinin Borsa İstanbul 100 endeksi üzerindeki etkisini araştırmışlardır. Çalışmanın analizi, 01.01.2010 – 31.12.2018 dönemlerini kapsayan günlük veri seti yardımıyla ARDL/Sınır testi yöntemi kullanılarak gerçekleştirilmiştir.

Araştırmanın sonucunda, değişkenlerin uzun dönemde eşbütünleşik olarak birlikte hareket ettiği VIX endeksindeki artışa BIST endeksinin ters yönlü cevap verdiğini tespit etmişlerdir.

Sadeghzadeh (2018) yılında yapmış olduğu çalışmada, Borsa İstanbul 100 endeksini etkileyen psikolojik faktörlerin incelemiştir. Çalışmanın analizi, BIST100 endeksi, VIX endeksi ve Türkiye'deki Tüketici Güven Endeksi 2004:M01-2018:M04 dönemi veri seti Dinamik En Küçük Kareler Yöntemi ve Granger nedensellik yöntemi kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Çalışmanın sonucunda, VIX endeksinin Borsa İstanbul BİST 100 Endeksi üzerinde azaltıcı etkisinin olduğunu tespit etmiştir.

Sakarya ve Akkuş (2018) yılında VIX endeksi ile Borsa Endeksleri arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Analiz yöntemleri olarak ADF ve PP birim kök testleri, ARDL sınır testi ve Toda-Yamamoto nedensellik testlerini kullanmışlardır. Çalışmanın analizini, 05.01.2010-22.06.2018 tarihleri arasındaki zaman serisi verisi kullanılmıştır. Çalışmadan elde edilen eş bütünleşme testi sonuçlarına göre, VIX endeksi ile BİST 100 Endeksi, Bankacılık Sektör Endeksi, Mali Sektör Endeksi ve Teknoloji endeksleri arasında uzun dönemli bir ilişki olduğunu tespit etmişlerdir. Çalışmada ulaştıkları bir diğer sonuç ise VIX endeksinden BİST 100 Endeksi, BİST Bankacılık sektör Endeksi, BİST Mali Sektör Endeksi ve BİST Teknoloji endekslerine doğru tek yönlü bir nedensellik ilişkisinin bulunmasıdır.

Öner (2018) yılında VIX endeksi ile Altın, Petrol, Döviz Kuru, Faiz arasındaki nedensellik ilişkisinin olup olmadığını araştırmıştır. Çalışmanın analizini, Genişletilmiş Dickey Fuller Birim Kök Testi ve Granger Nedensellik Testi ile gerçekleştirmiştir. Analize söz konusu olan veri 02/01/2008 – 10/05/2017 dönemine ait işgünü verileridir. Öner çalışmanın sonucunda, VIX endeksi ile altın, petrol, EUR/USD paritesi ve Amerikan hazine 10 yıllık gösterge tahvil faiz oranları arasında tek yönlü nedensellik tespit etmiştir. Ayrıca Amerikan hazine 10 yıllık gösterge tahvil faiz oranları ile VIX endeksi arasında ve EUR/USD paritesi ile VIX endeksi arasında ise çift yönlü nedensellik ilişkisi tespit etmiştir.

Başarır (2017) yılında yapmış olduğu çalışmada, VIX endeksi ile BİST 100 arasındaki nedensellik ilişkisini araştırmıştır. Başarır bu nedensellik ilişkisini frekans alanı nedensellik testi yardımıyla araştırmıştır. Çalışmanın analizi, 03.01.2000 - 09.02.2018 günlük zaman serisi verileri kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Çalışmanın sonucunda, BİST 100 endeksinden, VIX endeksi doğru bir nedensellik ilişkisi tespit edilememiştir. Ancak VIX endeksi, Borsa İstanbul BİST 100 endeksine doğru hem geçici hem de kalıcı bir nedensellik ilişkisi tespit edilmiştir.

Emna ve Myriam (2017) yılında, VIX endeksi ile pay senedi getirileri arasındaki ilişkiyi araştırmışlardır. Çalışmanın analizini, GJR-GARCH model ve Granger Nedensellik Testi ile gerçekleştirmişlerdir. Çalışmanın konusu olan veri ise İsviçre, İngiltere, Almanya ve Fransa'nın 2010 ve 2015 yıllarını kapsayan 5 yıllık döneme ait günlük getirilerdir. Emna ve Myriam yaptıkları çalışmanın sonucunda İsviçre için pay senedi getirileri ile VIX endeksi arasında iki yönlü ilişki

olduğuna tespit etmişlerdir. Diğer taraftan Fransa için hisse senedi endeks değişimlerinin VIX endeksi üzerinde kaldıraç etkisi olduğuna tespit etmişlerdir. Ayrıca Almanya için ise VIX endeksi ile pay senedi getirileri arasında ilişki olduğunu İngiltere için ise VIX endeksi ile pay senedi getirileri arasında bir ilişki tespit edilmemiştir.

Huang ve Wang (2017) yılında yaptıkları çalışmada, VIX endeksi ile Tayvan Borsası arasındaki ilişkiyi incelemişlerdir. Huang ve Wang çalışmanın analizini 01.01.2007 – 31.12.2014 tarihleri arasındaki günlük veri kullanılarak Regresyon Analizi ile gerçekleştirmişlerdir. Çalışmanın sonucunda, VIX endeksi Tayvan Borsası arasındaki ilişki tespit etmişlerdir. VIX Endeksi'nden gerçekleşen değişimlerin yatırımcının davranışlarını etkilediği sonucuna ulaşmışlardır.

Kula ve Baykut (2017) yılında, Borsa İstanbul Kurumsal Yönetim Endeksi ile VIX endeksi arasındaki ilişkiyi incelemişlerdir. Bu ilişkiyi ARDL (The Auto regressive Distributed Lag) yöntemi ile incelemişlerdir. Kula ve Baykut çalışmanın analizini, 31.08.2007 - 31.12.2015 arası toplam 2013 günlük zaman serisi verilerini kullanarak gerçekleştirmişlerdir. Çalışmanın sonucunda, VIX endeksi ile XKURY endeksi arasında anlamlı bir uzun dönem ilişki tespit etmişlerdir.

Bir diğer çalışma ise Basher ve Sadorsky tarafından (2016) yılında yapılmıştır. Basher ve Sadorsky VIX endeksi ile tahvil fiyatları, pay senedi fiyatları, petrol fiyatları ve altın fiyatları arasındaki ilişkiyi araştırmışlardır. Çalışmanın analizini, DCC, ADCC ve GO-GARCH modellerini kullanılarak 23 ülkenin 04.01.2000-31.07.2014 tarihleri arasındaki belirtilen değişkenlerin günlük zaman serisi verileri kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Yaptıkları çalışmanın neticesinde gelişmekte olan pay senedi piyasaları ile petrol fiyatları arasında pozitif kaldıraç etkisi olduğunu tespit etmişlerdir. Tespit ettikleri bir diğer sonuç ise gelişmekte olan ülke hisse senetlerinin en güzel hedge işleminin petrol ile yapılabileceğidir.

Kaya ve Coşkun (2015) yılında yaptıkları çalışmada VIX endeksinin Borsa İstanbul BİST 100 endeksi üzerindeki etkisini araştırmışlardır. Çalışmanın analizi, VIX endeksi ile Borsa İstanbul BİST 100 Endeksi arasındaki ilişkiyi Granger Nedensellik Testi ve Regresyon Analizi ile gerçekleştirilmiştir. Çalışmanın analizi; 03.01.1995 -30.04.2014 dönemine ait günlük zaman serisi verileri kullanılarak gerçekleşmiştir. Çalışmanın sonucunda VIX endeksinin Borsa İstanbul BİST 100 Endeksini negatif yönde etkilediğini tespit etmişlerdir. Ayrıca VIX Endeksi'nden Borsa İstanbul BİST 100 Endeksine doğru bir nedensellik ilişkisi tespit etmişlerdir.

Kaya (2015) yılında, Borsa İstanbul BIST 100 endeksi ile VIX endeksi arasındaki nedensellik ilişkisini araştırmıştır. Çalışmanın analizi, 02. 01.2009 - 11.01.2013 dönemini kapsayan Borsa İstanbul BIST 100 endeksi ve VIX endeksine ilişkin zaman serileri ve Johansen-Jeselius Eş-Bütünleşme Testi ve Vektör Hata Düzeltme Modeli kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Çalışmanın sonucunda, Borsa İstanbul BIST 100 endeksi ile VIX endeksi arasında eş-bütünleşme olduğunu ve değişkenler arasındaki uzun dönemli ilişkinin varlığını ve VIX endeksinin BIST 100 endeksini etkilediğini tespit etmiştir.

Ozair (2014) yılında, VIX endeksi ile S&P 500 arasındaki ilişkiyi incelemiştir. çift yönlü nedensellik ilişkisi tespit edilmiştir. Ozair çalışmanın analizini 08 Eylül 2012–10 Mart 2013 günlük zaman serisi verilerini kullanarak Granger Nedensellik Analiz yardımıyla ile gerçekleştirmiştir. Çalışmanın sonucunda, VIX endeksi ile S&P 500 arasında çift yönlü nedensellik ilişkisi tespit etmiştir.

Sarwar (2012) yılında yapmış olduğu çalışmada VIX endeksi ile borsa endeksleri arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Sarwar çalışmanın analizini, Ocak 1993 – Aralık 2007 tarihleri arasındaki günlük zaman serisi verilerini kullanarak Çoklu Regresyon Analiz modeli yardımıyla ile gerçekleştirmiştir. Çalışmanın analizine söz konusu olan ülkeler, ABD, Brezilya, Çin, Hindistan ve Rusya'dır. Çalışmanın sonucunda, VIX endeksi ile Borsa Endeksleri arasında güçlü ve negatif bir ilişki olduğunu tespit etmiştir.

Giot (2005) yılında S&P100 ve NASDAQ100 endeksleri ile VIX endeksi ve Nasdaq Volatilite Endeksi (VIX) endeksleri arasındaki ilişkiyi araştırmıştır. Bu ilişkiyi doğrusal regresyon yöntemini kullanarak araştırmıştır. Çalışmanın analizi, 1994-2003 yılları arasındaki veriyi kullanarak gerçekleştirmiştir. Giot yaptığı analiz sonucunda, S&P 100 ve NASDAQ 100 endekslerinin getirileri ile bunların ilgili oldukları volatilité endeksleri arasında negatif ve anlamlı bir ilişki olduğunu tespit etmiştir.

## **EKONOMETRİK ANALİZ**

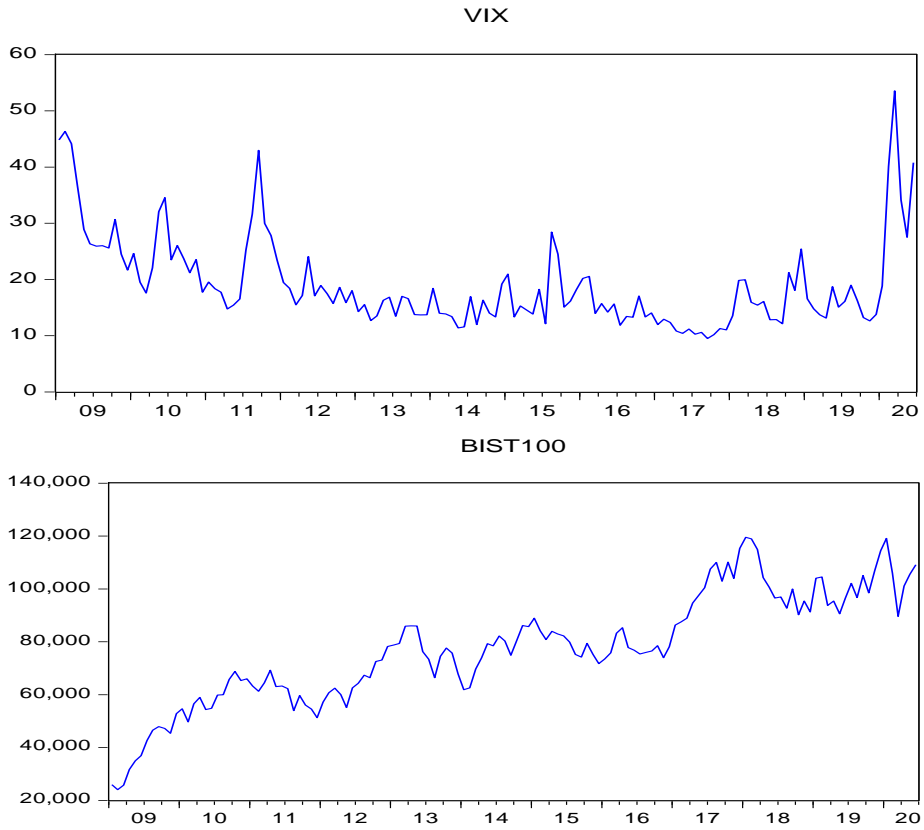
### ***Verilerin Tanıtımı***

Çalışmada analiz için, [01.01.2009-01.06.2020] aylık veriler için VIX endeksinin gelişmekte olan ülkeler Türkiye (BİST 100), Hindistan (BSE Sensex 30), Brezilya (Bovespa-BVSP), Rusya (MOEX Russia) ve Çin (Shanghai Composite-SSEC) borsaları ile ilişkileri uzun ve kısa dönem için analiz edilmiştir. Veriler <https://tr.investing.com/indices/> veri bankasından elde edilmiştir. Analizler Eviews 10.0 sürümü ve STATA 15.0 sürümü aracılığıyla elde edilmiştir. Modelde yer alan değişkenler Tablo 1'de sunulmuştur.

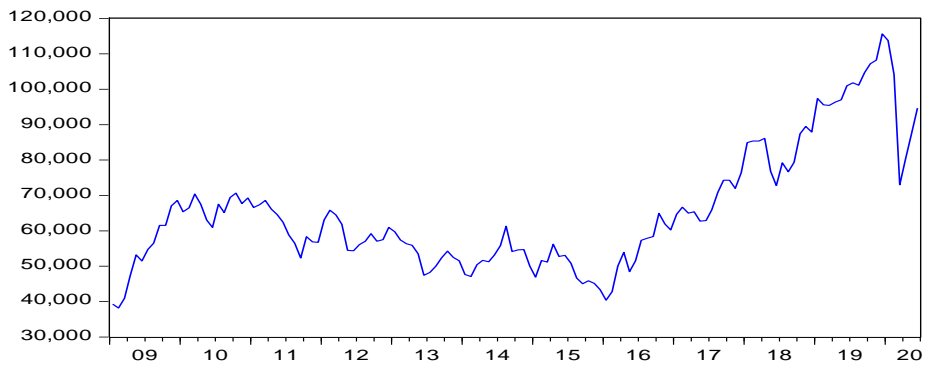
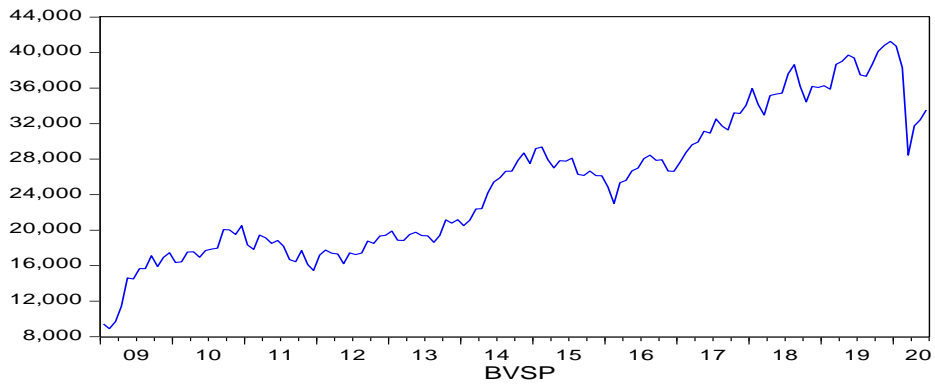
**Tablo 1.** Analizde Kullanılan Değişkenlerin Tanıtımı

| Değişken                       | Gösterimi | Tanımı            |
|--------------------------------|-----------|-------------------|
| Korku Endeksi (VIX)            | VIX       | Bağımsız değişken |
| Türkiye (BİST 100)             | BİST100   | Bağımlı değişken  |
| Hindistan (BSE Sensex 30)      | BSE30     | Bağımlı değişken  |
| Brezilya (Bovespa-BVSP)        | BVSP      | Bağımlı değişken  |
| Rusya (MOEX Russia)            | MOEX      | Bağımlı değişken  |
| Çin (Shanghai Composite- SSEC) | SSEC      | Bağımlı değişken  |

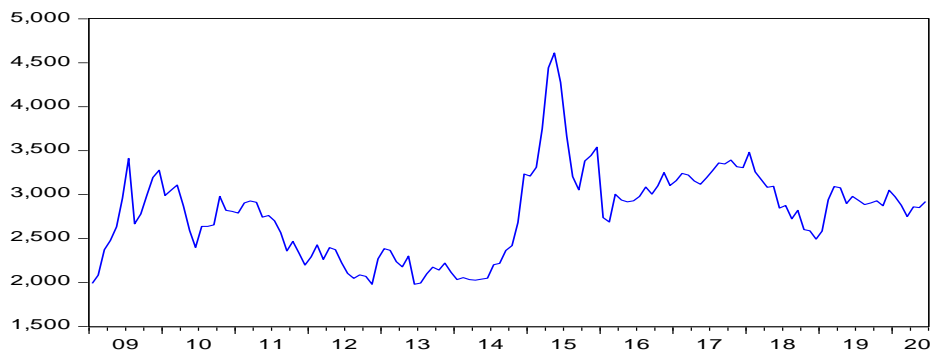
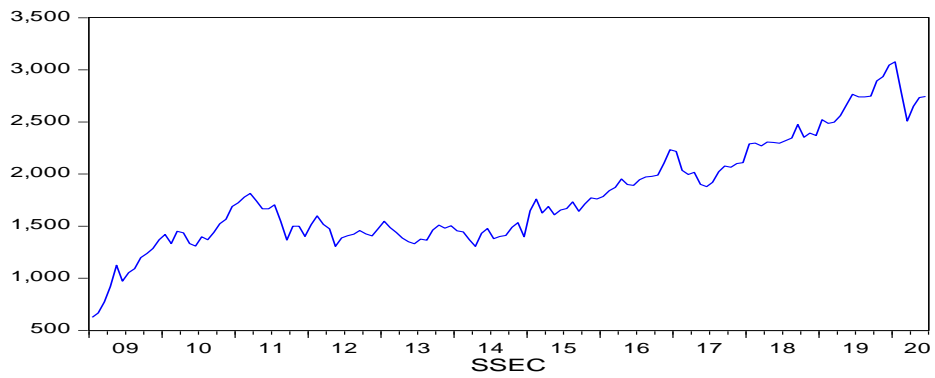
Değişkenlerin zaman içindeki değişim seyrine yönelik grafikler aşağıdadır.



BSE30



MOEX



Verilere yönelik tanımsal bilgiler Tablo 2’de verilmiştir.

**Tablo 2.** Verilere Yönelik Tanımsal Bilgiler

| İstatistikler | VIX      | BIST100  | BSE30    | BVSP     | MOEX     | SSEC     |
|---------------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|
| Ortalama      | 19.17957 | 77375.10 | 25123.93 | 65115.63 | 1781.841 | 2784.710 |
| Medyan        | 16.58500 | 77218.78 | 25510.20 | 61403.05 | 1660.425 | 2856.215 |
| Maksimum      | 53.54000 | 119528.8 | 41253.74 | 115645.3 | 3076.650 | 4611.740 |
| Minimum       | 9.510000 | 24026.59 | 8891.610 | 38183.31 | 624.9000 | 1979.210 |
| Std.sapma     | 8.202107 | 20784.19 | 8009.013 | 17046.59 | 511.8874 | 500.3579 |

Ekonometrik analiz, VIX Endeksi’nin gelişmekte olan 5 ülke borsa endeksine olan etkisinin uzun ve kısa dönem ilişkisini kapsamaktadır. Buradan hareketle 5 model analiz edilecektir:

Model 1:  $VIX=f(BİST100)$

Model 2:  $VIX=f(BSE30)$

Model 3:  $VIX=f(BVSP)$

Model 4:  $VIX=f(MOEX)$

Model 5:  $VIX=f(SSEC)$

### ***Ekonometrik Yöntem***

Durağanlık testleri için Augmented Dickey-Fuller (ADF) ve Phillips-Perron (PP) testleri uygulanmıştır. Denklem sisteminde yer alan değişkenler için ortak gecikme uzunluğunu belirlemede literatürde sıklıkla kullanılan bir takım kriterler bulunmaktadır. Bu kriterler, Final Prediction Error (FPE), Hannan-Quinn (HQ), Schwarz (SW), Likelihood Ratio (LR) ve Akaike Information Criteria (AIC) şeklinde sınıflandırılmaktadır. Bahsi geçen bu kriterlere göre gecikme uzunluğu belirlenmiştir. Uzun dönem ilişkisinin incelenmesi için Bayer-Hanck (2013) Eşbütünleşme Analizi uygulanmıştır. Kısa dönem ilişkilerin incelenmesi için ise hata düzeltme modeli uygulanmıştır.

### ***Bulgular ve Değerlendirme***

İlk aşamada veriler için durağanlık testleri analiz edilmiştir. Her bir test için “sabit” ve “sabit+trend” seçenekleri kullanılmıştır. Mevsimselliğin giderilmesi amaçlı değişkenlerin logaritması alınmıştır.



**Tablo 3.** Değişkenlere İlişkin ADF ve PP Birim Kök Test Sonuçları

| Değişkenler         | ADF            |                 | PP              |                 |
|---------------------|----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
|                     | Sabit          | Sabit+trend     | Sabit           | Sabit+trend     |
| LogVIX              | -1.199(0.091)  | -1.204(0.103)   | -1.201(0.099)   | -1.288(0.135)   |
| LogBİST100          | -1.063(0.278)  | -1.180(0.296)   | -1.114(0.267)   | -1.204(0.127)   |
| LogBSE30            | -1.122(0.189)  | -1.195(0.191)   | -1.175(0.193)   | -1.197(0.138)   |
| LogBVSP             | -1.017(0.133)  | -1.123(0.140)   | -1.155(0.138)   | -1.202(0.131)   |
| LogMOEX             | -0.978(0.085)  | -1.082(0.118)   | -0.921(0.105)   | -1.045(0.124)   |
| LogSSEC             | -0.853(0.102)  | -1.044(0.127)   | -0.906(0.116)   | -1.104(0.355)   |
| $\Delta$ LogVIX     | -9.365(0.000)* | -9.806(0.000)*  | -10.041(0.001)* | -10.302(0.002)* |
| $\Delta$ LogBİST100 | -9.341(0.013)* | -9.505(0.004)*  | -10.352(0.000)* | -10.464(0.000)* |
| $\Delta$ logBSE30   | -9.567(0.000)* | -9.771 (0.000)* | -10.120(0.014)* | -10.707(0.011)* |
| $\Delta$ LogBVSP    | -8.205(0.009)* | -8.673(0.007)*  | -9.573(0.000)*  | -10.113(0.000)* |
| $\Delta$ LogMOEX    | -7.900(0.000)* | -8.088(0.000)*  | -9.225(0.009)*  | -10.204(0.007)* |
| $\Delta$ LogSSEC    | -8.114(0.015)* | -8.790(0.000)*  | -9.305(0.000)*  | -10.055(0.000)* |

\*0.05 için durağan değişken,

*Not:parantez içi değerler (p) değerleridir ve  $\Delta$  gösterimi birinci mertebe farkı belirtmektedir.*

Tablo 3’de yer alan sonuçlar incelendiğinde, incelemeye söz konusu olan değişkenlerin tümü birim köke sahiptir. Değişkenler birinci mertebe fark için durağan çıkmıştır, I(1) seviyesinde durağanlık vardır. Eşbütünlüşme analizi için gecikme uzunlukları belirlenmiştir.

**Tablo 4.** Değişkenlerin Gecikme Seviyelerinin Belirlenmesi Amacıyla Kullanılan Kriterler

|         | LR        | FPE       | AIC       | SC        | HQ        |
|---------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| Model 1 | 1 gecikme | 1 gecikme | 1 gecikme | 2 gecikme | 1 gecikme |
| Model 2 | 1 gecikme | 2 gecikme | 1 gecikme | 1 gecikme | 1 gecikme |
| Model 3 | 2 gecikme | 1 gecikme | 1 gecikme | 1 gecikme | 2 gecikme |
| Model 4 | 2 gecikme | 1 gecikme | 1 gecikme | 2 gecikme | 1 gecikme |
| Model 5 | 2 gecikme | 2 gecikme | 1 gecikme | 1 gecikme | 1 gecikme |

Tablo 4’den görüleceği üzere, beş model için çoğunluk kriter 1 gecikme için uygunluk göstermiştir. Bu durumda, eşbütünlüşme analizi değişkenlerin birinci mertebe farkları ve 1 gecikme uzunluğu ile analiz edilecektir.

### ***Bayer- Hanck (2013) Eşbütünleşme Analizi***

Uzun dönem regresyon modelinin kalıntılarına dayanarak tahmin edilen “Engle-Granger (1987) eşbütünleşme testi, birim köklü olan seriler durağan hale getirilmeksizin, seriler arasındaki uzun dönemli ilişkiyi ortaya çıkarabilen testtir”. Ancak birden fazla açıklayıcı değişkenli modellerde Engle-Granger eşbütünleşme testinin zayıf olduğu kabul edilmektedir (Govindaraju ve Tang, 2013:314). Daha sonra geliştirilen Johansen (1991) eşbütünleşme testi ise gecikme uzunluğuna aşırı derecede duyarlıdır (Kızılgöl, 2006: 58). Daha sonraki yıllarda, “Boswijk (1994) ise, hata düzeltme modeline dayanan ve F istatistiğiyle uygulanan yeni bir eşbütünleşme testi ortaya atmıştır”. “Banerjee ve diğ. (1998) testi ise, hata düzeltme modeli ve t istatistiği temellidir. Bahsedilen eşbütünleşme testlerinin hiçbiri mükemmel ya da tamamen güçlü değildir”. “Bayer ve Hanck (2013), literatürdeki eşbütünleşme testlerinin çelişkili sonuçlar ortaya koymasından hareketle, Engle ve Granger(1987), Johansen (1991), Boswijk (1994) ile Banerjee ve diğ.(1998) eşbütünleşme testlerini birlikte değerlendiren yeni bir test geliştirmiştir”. Söz konusu testlerin olasılık değerlerini (anlamlılık düzeylerini) birleştiren ve daha güçlü bir eşbütünleşme testine ulaşan Bayer ve Hanck (2013) çalışmasındaki eşbütünleşme testinde; “Engle-Granger (1987)’in tek denklemlili, Johansen (1991)’in çok denklemlili, Boswijk (1994)’in hata düzeltme terimine dayanan testi ve Banerjee vd. (1998)’in testlerinin olasılık değerlerini ele alarak uygulanmaktadır (Shahbaz, vd. 2013: 10, Aktürk, vd. 2014: 122)”. Bayer-Hanck (2013) eşbütünleşme testi, Fisher’in ki-kare dağılımı formülünü izleyerek bireysel olasılık değerlerini birleştirmiştir (Arı, 2016: 61):

$$EG - JOH = -2[\ln(P_{EG}) + \ln(P_{JOH})] \quad (1)$$

$$EG-JOH-BO-BDM = -2 [\ln(P_{EG}) + \ln(P_{JOH}) + \ln(P_{BO}) + \ln(P_{BDM})] \quad (2)$$

Denklem (1) ve Denklem (2)’de yer alan PEG, PJOH, PBO, PBDM, Engle-Granger (1987), Johansen (1991), Boswijk (1994) ile Banerjee vd. (1998) eşbütünleşme testlerinin olasılık değerlerini ifade etmektedir. Eğer hesaplanan test istatistiği, “Bayer-Hanck (2013) tarafından bulunan kritik değerden büyükse, eşbütünleşme ilişkisinin olmadığı temel hipotez reddedilir ve seriler arasında eşbütünleşme ilişkisinin var olduğuna karar verilir”. Bayer-Hanck eşbütünleşme testi sonuçları Tablo 5’de verilmiştir.

**Tablo 5.** Bayer-Hanck (2013) eşbütünleşme testi sonuçları

| Modeller                    | EG-JOH              | EG-JOH-BO-BDM       | Eşbütünleşme |
|-----------------------------|---------------------|---------------------|--------------|
| Model 1: $FVIX=f(FBİST100)$ | 12.783*             | 13.891**            | Var          |
| Model 2: $FVIX=f(FBSE30)$   | 14.880*             | 27.104*             | Var          |
| Model 3: $FVIX=f(FBVSP)$    | 19.593**            | 26.301*             | Var          |
| Model 4: $FVIX=f(FMOEX)$    | 19.884**            | 29.225*             | Var          |
| Model 5: $FVIX=f(FSSEC)$    | 16.411**            | 24.409*             | Var          |
| <b>Anlamlılık Düzeyi</b>    | <b>Kritik değer</b> | <b>Kritik değer</b> |              |
| %1 düzeyi                   | 15.382              | 32.574              |              |
| %5 düzeyi                   | 12.931              | 23.593              |              |
| %10 düzeyi                  | 9.976               | 16.544              |              |

Not: \* ve \*\* gösterimi %1 ve %5 anlamlılık düzeyinde eşbütünleşme olduğunu belirtmektedir. “F” gösterimi birinci merteye farkı göstermektedir.

Bayer ve Hanck (2013) eşbütünleşme testi sonuçları incelendiğinde, hesaplanan iki Fisher Test istatistiği değeri tüm modeller için kritik değerden büyük olduğundan VIX endeksi ile gelişmekte olan ülkeler borsaları arasında eşbütünleşme ilişkisinin olduğu görülmektedir. Böylece, bu değişkenler arasında uzun dönemli bir ilişkinin bulunmadığı belirlenmiştir. Eşbütünleşme ilişkisi belirlenen beş model için uzun dönem eşbütünleşme katsayı tahminleri Tam Değiştirilmiş En Küçük Kareler Yöntemi (Fully Modified Ordinary Least Square: FMOLS) ile gerçekleştirilmiştir.

**Tablo 6.** FMOLS Uzun Dönem Eş Bütünleşme Katsayı Tahminleri

| Model                       | F(VIX)  |
|-----------------------------|---------|
| Model 1: $FVIX=f(FBİST100)$ | -0.338* |
| Model 2: $FVIX=f(FBSE30)$   | -0.279* |
| Model 3: $FVIX=f(FBVSP)$    | -0.013* |
| Model 4: $FVIX=f(FMOEX)$    | -0.182* |
| Model 5: $FVIX=f(FSSEC)$    | -0.084* |

\*0.05 için istatistik anlamlı değişken, tahminlerdeki otokorelasyon ve değişen varyans sorunları, Newey-West yöntemi ile giderilmeye çalışılmıştır.

FMOLS yöntemi analizleri yapılırken, otokorelasyon ve değişen varyans sorunları Newey-West yöntemi ile giderilmeye çalışılmıştır. Varsayım testleri sonucunda herhangi bir varsayım sapması durumu yaşanmamıştır. Ele alınan 5 model için VIX Endeksi ile gelişmekte olan ülke borsalarını azaltıcı yönde istatistik anlamlı etkilemektedir. Tablo 6’ya göre; VIX değişkeni BİST100 endeksini %33.8 azaltmakta, FBSE30 endeksini %27.9 azaltmakta, BVSP endeksini %1.3 azaltmakta, MOEX endeksini %18.2 azaltmakta ve SSEC endeksini %8.4 azaltmaktadır. İncelemeye söz konusu olan borsalar arasında, VIX Endeksindeki yükselişin en çok etkilediği borsa Borsa İstanbul BİST100

endeksidir. VIX Endeksindeki yükselişin en az etkilediği Borsa ise Brezilya (Bovespa-BVSP) BVSP endeksi olmuştur.

Uzun dönemde birlikte hareket eden değişkenlerin kısa dönem dinamiklerini araştırmak amacıyla hata düzeltme modeli (Vector Error Correction Model: VECM) tahmin edilmiştir. Bu tahmin sonucu elde edilen bilgiler Tablo 7’de verilmiştir:

**Tablo 7.** Kısa Dönem Hata Düzeltme Modeli Tahmin Sonuçları

| <b>Model 1:Bağımlı Değişken: <math>\Delta LBİST100_t</math></b> | <b>Katsayı</b> | <b>Diagnostik testler</b>  |
|---|----------------|--|
| $\Delta LVIX_t$   | -0.419         | $R^2 = 0.652$ , $Adj. R^2 = 0.650$ , $F(p) = 0.000^*$ ,<br><i>Breusch-Godfrey LM Test</i> ( $p$ ) = 0.173*,<br><i>White Test</i> ( $p$ ) = 0.145*, <i>Ramsey RESET Test</i> ( $p$ ) = 0.191*, <i>JB test</i> ( $p$ ) = 0.279 |
| $ECT_{t-1}$   | -0.327         |  |
| Sabit   | 0.791          |  |
| <b>Model 2:Bağımlı Değişken: <math>\Delta LBSE30_t</math></b>   | <b>Katsayı</b> | <b>Diagnostik testler</b>  |
| $\Delta LVIX_t$   | -0.327*        | $R^2 = 0.618$ , $Adj. R^2 = 0.615$ , $F(p) = 0.000^*$ ,<br><i>Breusch-Godfrey LM Test</i> ( $p$ ) = 0.135*,<br><i>White Test</i> ( $p$ ) = 0.126*, <i>Ramsey RESET Test</i> ( $p$ ) = 0.105*, <i>JB test</i> ( $p$ ) = 0.284 |
| $ECT_{t-1}$   | -0.369*        |  |
| Sabit   | 0.734*         |  |
| <b>Model 3:Bağımlı Değişken: <math>\Delta LBVSP_t</math></b>    | <b>Katsayı</b> | <b>Diagnostik testler</b>  |
| $\Delta LVIX_t$   | -0.046*        | $R^2 = 0.675$ , $Adj. R^2 = 0.673$ , $F(p) = 0.000^*$ ,<br><i>Breusch-Godfrey LM Test</i> ( $p$ ) = 0.133*,<br><i>White Test</i> ( $p$ ) = 0.169*, <i>Ramsey RESET Test</i> ( $p$ ) = 0.128*, <i>JB test</i> ( $p$ ) = 0.305 |
| $ECT_{t-1}$   | -0.354*        |  |
| Sabit   | 0.885*         |  |
| <b>Model 4:Bağımlı Değişken: <math>\Delta LMOEX_t</math></b>    | <b>Katsayı</b> | <b>Diagnostik testler</b>  |
| $\Delta LVIX_t$   | -0.215*        | $R^2 = 0.695$ , $Adj. R^2 = 0.693$ , $F(p) = 0.000^*$ ,<br><i>Breusch-Godfrey LM Test</i> ( $p$ ) = 0.147*,<br><i>White Test</i> ( $p$ ) = 0.145*, <i>Ramsey RESET Test</i> ( $p$ ) = 0.117*, <i>JB test</i> ( $p$ ) = 0.315 |
| $ECT_{t-1}$   | -0.396*        |  |
| Sabit   | 0.744*         |  |
| <b>Model 5:Bağımlı Değişken: <math>\Delta LSSEC_t</math></b>    | <b>Katsayı</b> | <b>Diagnostik testler</b>  |
| $\Delta LVIX_t$   | -0.113*        | $R^2 = 0.698$ , $Adj. R^2 = 0.695$ , $F(p) = 0.000^*$ ,<br><i>Breusch-Godfrey LM Test</i> ( $p$ ) = 0.163*,<br><i>White Test</i> ( $p$ ) = 0.184*, <i>Ramsey RESET Test</i> ( $p$ ) = 0.140*, <i>JB test</i> ( $p$ ) = 0.284 |
| $ECT_{t-1}$   | -0.382*        |  |
| Sabit   | 0.904*         |  |

**Not:** \* %5 anlam düzeyinde istatistiksel olarak anlamlılığı, JB; Jarque-Bera normallik testi olasılık değerini ifade etmektedir. Tahminlerdeki otokorelasyon ve değişen varyans sorunları, Newey-West yöntemi ile giderilmeye çalışılmıştır.

Tablo 7’de ele alınan 5 model için istatistik anlamlı sonuçlar elde edilmiştir. Tüm modellerde hata düzeltme teriminin katsayısı negatif ve istatistiksel olarak anlamlıdır. Yani; modellerin, hata düzeltme mekanizması çalışmaktadır. Model 1 için uzun dönemde beraber seyreden seriler arasında kısa dönemde meydana gelen sapmaların %32.7’si, model 2 için %36.9’u, model 3 için %35.4’ü, model 4 için %39.6’sı ve model 5 için %38.2’si ortadan kalkmakta ve seriler tekrar uzun dönem denge değerine yakınsamaktadır. Yani; kısa dönemde ortaya çıkan sapmalar ortadan kalkmakta ve değişkenler tekrar uzun dönemde denge değerine yaklaşmaktadır. Kısa dönemde katsayılar uzun dönem katsayılarına göre daha yüksek değer çıkmıştır. Yani; VIX endeksinin incelemeye söz konusu olan borsalar üzerinde kısa dönemde etkisi daha yüksek çıkmıştır. Yani kısa dönemde bu endeksteeki yükselişin yatırımcı davranışı üzerinde etkisi daha yüksektir. VIX endeksinin borsalar ve dolayısıyla yatırımcı davranışı üzerindeki etkisine bakıldığında ise uzun dönemde biraz daha azalarak seyrettiği görülmektedir.

## SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu çalışmada, korku ikliminin gelişmekte olan ülke borsaları üzerindeki etkisi incelenmiştir. Bu etki, korku ikliminin göstergesi olan VIX endeksi ve gelişmekte olan borsa endeks verileri kullanılarak gerçekleştirilmiştir.

Analiz sonucunda ulaşılan bulgular; VIX endeksindeki değişimin gelişmekte olan ülke borsalarını olumsuz yönde etkilediği tespit edilmiştir. VIX endeksindeki yukarı yönlü bir değişim BİST100 endeksini %33.8 azaltmakta, FBSE30 endeksini %27.9 azaltmakta, BVSP endeksini %1.3 azaltmakta, MOEX endeksini %18.2 azaltmakta ve SSEC endeksini %8.4 azaltmaktadır. İncelenen gelişmekte olan ülkeler içerisinde en çok etkilenen borsa Türkiye Borsası en az etkilenen borsa ise Brezilya borsası olduğu görülmüştür. VIX endeksindeki değişimin gelişmekte olan ülke borsaları üzerindeki etkisi kısa dönemde daha yüksek olduğu, uzun dönemde ise azalarak devam ettiği görülmektedir. Ulaşılan sonuçlara göre, VIX endeksindeki yukarı yönlü değişimin gelişmekte olan ülke borsaları üzerindeki etkisinin negatif yönde olduğu tespit edilmiştir. Bu durumun gelişmekte olan ülkelerde yatırımcı davranışını olumsuz bir şekilde etkilediği yatırımcının borsalarda satış yönünde pozisyon aldığı ve buna bağlı olarak borsa endekslerinin düşüş yönünde hareket ettiği görülmektedir. Yatırımcıların riski düşük ve daha güvenli yatırım araçlarına yöneldiği düşünülmektedir. Tüm bu sonuçlar çerçevesinde sermaye piyasalarında yatırım yapan yatırımcıların yatırım kararı alma sürecinde VIX endeksindeki göstergesini büyük bir titizlikle takip etmeleri önerilir.

Bu sonuçla mevcut çalışma, Akdağ (2019), Sarıtaş ve Nazlıoğlu (2019), Şit vd., (2019) Sadeghzadeh (2018) Sakarya ve Akkuş (2018) Huang ve Wang (2017) Kula ve Baykut (2017) Kaya ve Coşkun (2015) Kaya (2015) Sarwar (2012) Giot (2005) sonuçlarıyla paralellik göstermektedir.

Yapılan literatür taraması neticesinde VIX endeksinde meydana gelen değişimlerin yatırımcı davranışları üzerinde etkili olduğu, VIX endeksi ile birçok gelişmekte olan borsa endeksleri arasında güçlü ve negatif ilişki olduğu, diğer taraftan VIX endeksi ile S&P 500 ve İsviçre pay piyasası gibi gelişmiş ülke borsa endeksleri arasında ise iki yönlü ilişkinin olduğu anlaşılmaktadır.

Sonuç olarak, VIX endeksinin gelişmekte olan ülke borsaları üzerinde büyük bir etkiye sahip olduğu, yatırımcı kararları ile yakından ilişkili olduğunu söylemek mümkündür. Bundan sonra yapılacak çalışmalarda VIX endeksinin farklı zaman dilimleri ve farklı ülke borsaları ilişkilerinin incelendiği araştırmalar yapılması önerilebilir.

## KAYNAKÇA

- Akdağ, S. (2019). VIX Korku endeksinin finansal göstergeler üzerindeki etkisi: Türkiye örneği. *Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 12(1), 235-256.
- Banerjee, A., Dolado, J. J. & Mestre, R. (1998). Error-correction mechanism tests for cointegration in a single-equation framework. *Journal of Time Series Analysis*, Volume: 19, 267–283.
- Başarır, Ç. (2018). Korku endeksi (VIX) ile BİST 100 arasındaki ilişki: Frekans alanı nedensellik analizi. *İşletme Fakültesi Dergisi*, 19(2), 177-191.
- Bektaş, N. Ç. & Babuşcu, Ş. (2019). VIX korku endeksi ve CDS primlerinin büyüme ve döviz kuruna etkisi, türkiye örneği. *Ufuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8(16), 97-111.
- Bayer, C. & Hanck, C. (2013). Combining non-cointegration tests. *Journal of Time Series Analysis*, 34(1), 83–95.
- Boswijk, H. P. (1994). Testing for an unstable root in conditional and structural error correction models. *Journal of Econometrics*, 63(1), 37-60.
- Çonkır, D., Meriç, E. & Esen, E. (2021). Korku endeksi (VIX) ile gelişmekte olan ülke borsaları arasındaki ilişkinin analizi: yatırımcı duyarlılığı üzerine bir çalışma. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 10 (1), 109-132.
- Engle, R. F. & Granger, C. W. (1987). Co-integration and error correction: representation, estimation, and testing. *Econometrica: Journal of The Econometric Society*, 251 276.
- Emna, R. & Myriam, C. (2017). Dynamics of the relationship between implied volatility indices and stock price indices: the case of european stock markets. *Asian Economic and Financial Review*, 7 (1), 52-62.
- Govindaraju, V.G.R.C. & Tang, C. F. (2013). The dynamic links between co2 emissions, economic growth and coal consumption in china and india. *Applied Energy*, 104, 310–318.
- Giot, P. (2005). Relationships between implied volatility indices and stock index returns. *Journal of Portfolio Management*, 31(3), 92-100.
- Huang, T. C. & Wang, K. Y. (2017). Investors' fear and hearing behavior: evidence from the taiwan stock market. *Emerging Markets Finance and Trade*, 53(10), 2259-2278.
- Johansen, S. (1988). Statistical analysis of cointegration vectors. *Journal of Economic Dynamics and Control*, 12(2-3), 231-254.
- Kaya, E. (2015). Borsa İstanbul (BİST) 100 endeksi ile zımnî volatilité (vix) endeksi arasındaki eş-bütünleşme ve granger nedensellik. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 17 (28), 1-6.
- Kaya A. & Çoşkun, A. (2015). VIX Endeksi menkul kıymet piyasalarının bir nedeni midir? borsa istanbul örneği. *C.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 16(1), 175-186.
- Kızılgöl, Ö. (2006). Türkiye'de büyüme oranı ile işsizlik arasındaki ilişkisi. *Akademik Fener Dergisi*, 6, 54-69.
- Kula, V. & Baykut, E. (2017). Borsa istanbul kurumsal yönetim endeksi (XKURY) ile korku endeksi (chicago board options exchange volatility index-VIX) arasındaki ilişkinin analizi. *AKÜ İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 19(2), 27-37.

- Ozair, M. (2014). What does the vix actually measure? an analysis of the causation of SPX and VIX. *ACRN Journal of Finance and Risk Perspectives*, 3(2), 83–132.
- Öner, H. (2018). Altın, petrol, döviz kuru, faiz ve korku endeksi arasındaki ilişki üzerine bir çalışma, *Akademik Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi* 10(19), 396-404.
- Sadeghzadeh, K. (2018). Borsanın psikolojik faktörlere duyarlılığı: oynaklık endeksi (vix) ve tüketici güven endeksi (TGE) ile BIST 100 endeksi arasındaki ilişkiler. *Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 19(2), 253-238.
- Sakarya, Ş. & Akkuş, H. T. (2018). BİST-100 ve BİST sektör endeksleri ile VIX endeksi arasındaki ilişkisinin analizi. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 21(40), 351-373.
- Sarwar, G. (2012). Is VIX an investor fear gauge in bric equitymarkets?, *Journal of Multinational Financial Management*, 22(3), 55-65.
- Sarıtaş, H. & Nazlıoğlu, E. H. (2019). Korku endeksi, hisse senedi piyasası ve döviz kuru ilişkisi: Türkiye için ampirik bir analiz. *Ömer Halisdemir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 12(4), 542-551.
- Shahbaz, M., Farhani, S. & Öztürk, İ. (2013). Coal consumption, industrial production and CO2 emissions in china and india. *Munich Personal Repec Archive*, 50618, 1-18.
- Şit, A., Hacıevliyagil, N. & Büyükoğlu, B. (2019). VIX endeksi ve borsa etkileşimi: BİST 100’de bir uygulama. 23. *Finans Sempozyumu Bildiri Kitabı*, 766-773.

Geliş Tarihi:

24.09.2020

Kabul Tarihi:

29.04.2022

Yayımlanma Tarihi:

15.06.2022

Kaynakça Gösterimi: Aşantuğrul, N., & Karabacak Çelik, A. (2022). Yetişkinlerde travma sonrası büyümenin yordayıcısı olarak COVID-19 korkusu. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 21(43), 20-34. doi: 10.46928/iticusbe.798997

## **YETİŞKİNLERDE TRAVMA SONRASI BÜYÜMENİN YORDAYICISI OLARAK COVID-19 KORKUSU**


*Araştırma*

Nuray Aşantuğrul

Sorumlu Yazar (Correspondence)

MEB

[nry.firat@hotmail.com](mailto:nry.firat@hotmail.com)

Aynur Karabacak Çelik 

Atatürk Üniversitesi

[aynur.karabacak@atauni.edu.tr](mailto:aynur.karabacak@atauni.edu.tr)

Nuray Aşantuğrul, okul psikolojik danışman ve rehber öğretmeni olarak Milli Eğitim Bakanlığı'na bağlı bir lisede görev yapmaktadır. Marmara Üniversitesi Rehberlik ve Psikolojik Danışmanlık bölümü mezunudur. Yüksek lisans eğitimini aynı bölümde, Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi'nde; doktora eğitimini ise yine aynı bölümde Ondokuz Mayıs Üniversitesi'nde tamamlamıştır.

Aynur Karabacak Çelik, Atatürk Üniversitesi Kazım Karabekir Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Bölümü Rehberlik ve Psikolojik Danışmanlık Anabilim Dalında araştırma görevlisi olarak çalışmaktadır.



# YETİŞKİNLERDE TRAVMA SONRASI BÜYÜMENİN YORDAYICISI OLARAK COVID-19 KORKUSU

Nuray Aşantuğrul  
[nry.firat@hotmail.com](mailto:nry.firat@hotmail.com)  
Aynur Karabacak Çelik  
[aynur.karabacak@atauni.edu.tr](mailto:aynur.karabacak@atauni.edu.tr)

## Özet

**Amaç:** Dünya Sağlık Örgütü'nün pandemi olarak ilan ettiği ve tüm dünyayı hızla etkisi altına alan COVID-19 salgını birçok insanın hayatını olumsuz yönde etkilemiş ve sağlık, sosyal, psikolojik, ekonomik yönden pek çok problemi beraberinde getirmiştir. Araştırmacılar, ilk olarak COVID-19'un tanılanması ve fiziksel sağlık üzerindeki etkisine odaklanılmışlardır. Fakat COVID-19'un fiziksel sağlık üzerindeki etkileri kadar psikolojik sağlık üzerindeki etkileri de ele alınması gereken önemli bir konudur. Dolayısıyla bu çalışmada COVID-19'un psikolojik etkilerine odaklanılmakta ve yetişkinlik döneminde bulunan bireylerin COVID-19 korkusu ile travma sonrası büyümeleri arasındaki ilişkinin incelenmesi amaçlanmaktadır.

**Yöntem:** Araştırmanın çalışma grubunu Türkiye'nin farklı illerinde yaşayan ve uygun örnekleme yöntemi ile ulaşılan 18-50 yaş arası yetişkinlik dönemindeki 259 (167 kadın, 92 erkek) birey oluşturmaktadır. Kişisel Bilgi Formu, COVID-19 Korkusu Ölçeği ve Travma Sonrası Büyüme Ölçeği veri toplama aracı olarak kullanılmıştır.

**Bulgular:** Araştırma bulguları, COVID-19 korkusu ölçeğinin toplam puanı ile travma sonrası büyümenin alt boyutları olan başkalarıyla ilişkiler, kişisel güçlülük, yeni fırsatlar, yaşamı takdir etme ve manevi değişim arasında düşük ve orta düzeyde pozitif yönde anlamlı ilişkiler olduğunu göstermiştir. Araştırmanın bir diğer bulgusu ise COVID-19 korkusunun yetişkinlerde travma sonrası büyümenin bütün alt boyutlarının anlamlı bir yordayıcısı olduğunu göstermiştir.

**Özgünlük:** Yetişkinlerde travma sonrası büyümenin yordayıcısı olarak COVID-19 korkusu araştırmasının sonuçları, yaşanan travmatik durumların her zaman olumsuzlukla sonuçlanmadığını ve bazen de büyüme için bir araç olabileceğini ortaya koymaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** COVID-19 Korkusu, Travma Sonrası Büyüme, Yetişkinlik Dönemi

**JEL Sınıflandırması:** I20

# FEAR OF COVID-19 AS A PREDICTIVE OF AFTER TRAUMA GROWTH IN ADULTS

## Abstract

**Purpose:** The COVID-19 outbreak, which affected the whole world and declared as a pandemic by the World Health Organization has brought many health, social, psychological and economic problems. Researchers first focused on the diagnosis of COVID-19 and its impact on physical health. However, the effects of COVID-19 on psychological health as well as its effects on physical health are an important issue that needs to be addressed. Therefore, this study focuses on the psychological effects of COVID-19 and aims to examine the relationship between COVID-19 fear and post-traumatic growth in adulthood.

**Method:** Participants consist of 259 (167 female and 92 male) adulthood at the age of between 18-50 living in different cities of Turkey and reached with an appropriate sampling method. Personal Information Form, COVID-19 Fear Scale and Post Traumatic Growth Scale were used as a data collection measures.

**Findings:** Results indicated that there is a positive significant relationships between the total score of COVID-19 fear scale and sub-scales of post-traumatic growth relationships with others, new opportunities, personal strength, appreciation of life and spiritual change. Another findings indicated that fear of COVID-19 is a significant predictor of all sub-scales of post-traumatic growth in adults.

**Originality:** The results of the study of fear of COVID-19 as a predictor of post-traumatic growth in adults reveal that traumatic situations do not always result in negativity and can sometimes be a tool for growth.

**Keywords:** Fear of COVID-19, Posttraumatic Growth, Adulthood

**JEL Classification:** I20

## GİRİŞ

Yeni koronavirüs (COVID-19) salgını ilk olarak Aralık 2019'da Çin'in Wuhan şehrinde ortaya çıkmış ve sadece birkaç ay içerisinde tüm dünyayı etkisi altına almıştır. Türkiye'de ise ilk koronavirüs vakası 11 Mart 2020'de görülmüş ve hızlıca yayılım göstermiştir. Tarihte çok sayıda ülkede milyonlarca insanı etkileyen veba salgını, İspanyol gribi gibi küresel salgınlar meydana gelmiştir. Fakat benzerleri yaşanmasına rağmen ülkemizde şu anda sosyal hayatı neredeyse tümüyle engelleyen küresel salgın daha önce rastlamadığımız şiddette bir durumdur. COVID-19'un kolay ve hızlı biçimde bulaşması ve ölümcül sonuçlar doğurması nedeniyle hükümetler tarafından sıkı önlemler alınmıştır. Böyle bir duruma hazırlıksız yakalanıldığından dolayı virüs, ekonomiden sağlığa, turizmden sosyal yaşama kadar her alanda şok bir kriz şeklinde kendisini göstermiştir. Bu nedenle koronavirüsün, bireylerin fiziksel sağlıkları kadar psikolojik sağlıklarını da ciddi biçimde tehdit eden ve travma kapsamında ele alınması gereken bir konu olduğu düşünülmektedir.

Ölüm veya ölüm tehdidinin olduğu, kişinin kendisinin yaşadığı veya çevresindeki bir insanın başına geldiğine şahit olduğu olağandışı olaylar travma olarak değerlendirilmektedir (Amerikan Psikiyatri Birliği, 2013). Travmatik yaşantılar, hayatın normal akışı devam ederken ortaya çıkmakta ve bireylerin başa çıkma becerilerini felce uğratarak onların hayata yönelik uyumlarını bozmaktadır (Yüksel, 2000). Travmatik olaylar tehlikeli ve aniden ortaya çıkmaları nedeniyle korku, kaygı, geri çekilme ve kaçınma tepkilerine sebep olmaktadır (Türksoy, 2003). Tanımdan yola çıkılarak koronavirüs salgınının da insanların sosyal, psikolojik, ekonomik gibi birçok yaşam alanında uyumunu bozan bir tür travmatik yaşantı olduğu söylenebilir.

## KAVRAMSAL VE KURAMSAL ÇERÇEVE/LİTERATÜR

Koronavirüs salgını konusundaki çalışmalar, daha çok tanısı ve fiziksel sağlık üzerindeki etkileri üzerine yoğunlaşmaktadır. Ruh sağlığı açısından bakıldığında koronavirüs salgınının, pandeminin doğasından da dolayı insanlar üzerinde endişe, kaygı ve korkuya (Ahorsu vd., 2020); dünya çapındaki ölümler veya pandemi ile ilgili haberlere sürekli maruz kalmanın ise bireylerin korku, endişe ve depresyon yaşamalarına (Lin, 2020) neden olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca enfekte olmamış kişilerin enfekte olan kişilerle temas etmekten korktukları görülmüştür (Lin, 2020; Xiang, 2020). Ortaya çıkan korku düzeyinin artmasıyla da kişilerde mantıksız ve belirsiz düşüncelerin ortaya çıkabileceği belirlenmiştir (Ahorsu vd., 2020). Satici ve diğerleri (2020) tarafından gerçekleştirilen çalışmada da benzer bir sonuç olarak COVID-19 korkusunun depresyon, anksiyete ve stresi artırdığı, yaşam doyumunu ise azalttığı görülmüştür.

Travmatik olaylara bireyler farklı tepkiler göstermektedir. Kimilerinde kaygı, korku anksiyete, depresyon gibi olumsuz durumlar görülürken kimilerinde ise yaşamın anlamı, kişisel güçlenme ve ilişkilerin güçlenmesi gibi önemli olumlu değişimler gerçekleşebilir (Shakespeare-Finch vd., 2003). Yaşanan travmatik bir olayın ardından kişide meydana gelen olumlu değişimler “algılanan fayda”, “strese bağlı büyüme” veya “travma sonrası büyüme” olarak tanımlanmaktadır. Tedeschi ve

Calhoun'a (1996) göre travma sonrası büyüme, ileri derecede zorlayan yaşam olaylarıyla mücadelenin sonucunda oluşan olumlu değişikliklerdir.

Travma sonrası büyüme kavramı ilk kez Tedeschi ve diğerleri (1998) tarafından öne sürülmüş ve bireye fayda sağlayan değişimleri ve davranışsal sonuçları olan durumları açıklamak amacıyla kullanılmıştır. Böylece travma kavramı sonuçları itibariyle bilinen olumsuz çağrışımlarından farklı bir alana taşınmıştır. Travma sonrası büyüme, travmatik bir olayın ardından bireyin, daha işlevsel bir yaşam sürdürmesini ve kendini gerçekleştirmesine yönelik adımlar atmasını ifade etmektedir (Joseph ve Linley, 2005; Tedeschi ve Calhoun, 2004). Travmatik yaşantılardan sonra bazı bireyler kendilerini daha iyi bir şekilde ifade etmekte ve karşısındaki kişileri daha iyi anlamaktadır. Deneyimlenen bu olay sonrasında kendi incinebilirliklerinin farkına varan bireyler başkalarına da yardım etme isteği duymaktadır (Weiss, 2004; Tedeschi vd., 1998). Ayrıca bireyler olay sonrasında yaşadıkları anın değerini daha çok fark etmekte, küçük şeylerden de mutluluk duyabilmekte ve yaşamı daha olumlu yönleriyle ele alabilmektedirler. Yani travmatik bir olayla karşılaşan bireyler, kişilerarası ilişkilerinde gelişmeler olduğunu, kendileriyle ilgili düşüncelerinin değiştiğini, kendilerini daha dayanıklı ve güçlü görmekle birlikte kırılganlıkları ve sınırlarını da fark ettiklerini dolayısıyla yaşama bakışlarının farklılaştığı belirtmektedir (Tedeschi vd., 1998).

Travmatik bir olayla karşı karşıya kalmak, kişiyi travma öncesinde olduğundan daha güçlü duruma getirebileceği araştırma sonuçlarıyla ortaya konmuştur (Tedeschi ve Calhoun, 2004). Travmatik bir olay olarak değerlendirilen yaşadığımız bu koronavirüs salgınının kişiler üzerinde olumsuz duygulara sebep olduğu gibi tam aksine olumlu birtakım duyguları da artırabileceği düşünülmektedir. Diğer yandan koronavirüs salgını her yaş grubundan insanları etkileyen bir durumken yetişkinlik dönemi bireylerini daha çok etkilemektedir. Çünkü yetişkinler, salgın sürecinde alınan sıkı önlemlerden dolayı alışkanlıklarını değiştirmek zorunda kalmış, çalışma düzeni ve yaşam koşullarında farklılaşmalar yaşamış ve hatta aile içi ilişkilerinde bozulmalar meydana gelmiştir. Yaşanan bu durumlar özellikle yetişkinler üzerinde bir yandan korku, kaygı, stres gibi olumsuz duygulara yol açabileceği diğer yandan da travma sonrası büyümeye olumlu katkılar sağlayabileceği düşünülmektedir. Bu düşünceden yola çıkılarak çalışmada yetişkinlerde koronavirüs salgını korkusu ile travma sonrası büyümeleri arasındaki ilişki incelenmiştir.

## **YÖNTEM**

### ***Araştırmanın Modeli***

Çalışmada yetişkinlik döneminde yer alan bireylerin COVID-19 korkusu ile travma sonrası büyümeleri arasında anlamlı ilişki olup olmadığı ve COVID-19 korkusunun travma sonrası büyümenin anlamlı bir yordayıcısının olup olmadığının belirlenmesi hedeflenmiştir. Bu nedenle çalışmanın modeli ilişkisel tarama modelidir. Bu modelde değişkenler arasında ilişkinin olup olmadığı ve ilişkinin yönü belirlenebilir (McMillan ve Schumacher, 2013). Bu araştırma için Atatürk Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Etik Kurulu Eğitim Bilimleri Birim Etik Kurulu'ndan

çalışmanın yapılmasının etik açıdan uygun olduğuna yönelik etik kurul kararı alınmıştır (Toplantı tarih: 08.07.2020, Toplantı no:10, Karar sayısı: 19).

### ***Çalışma Gurubu***

Türkiye'nin farklı bölgelerinde yaşamakta olan ve uygun örnekleme yöntemi ile ulaşılan 18-50 yaş arası yetişkinlik dönemindeki 259 birey oluşturmaktadır. Çalışma grubunda yer alan bu bireylere hem sosyal medya platformları hem Atatürk Üniversitesi aracılığıyla ulaşım sağlanmıştır. Katılımcıların cinsiyete göre dağılımları ise 167 (% 64.5) kadın ve 92 (%35.5) erkektir. Katılımcıların yaş ortalamalarının 28.41 ve standart sapmasının 7.75 olduğu görülmektedir.

### ***Veri Toplama Araçları***

#### ***Kişisel Bilgi Formu***

Araştırmanın çalışma grubuna ait cinsiyet, yaş, bölüm, çalışma durumu, sınıf, yaşanan şehir gibi özelliklerin belirlenmesi amacıyla araştırmacılar tarafından hazırlanan bir formdur.

#### ***COVID-19 Korkusu Ölçeği***

COVID-19 Korkusu Ölçeği; Ahorsu ve diğerleri (2020) tarafından geliştirilmiş ve Satici ve diğerleri (2020) tarafından Türkçe'ye uyarlanmıştır. Uyarlama çalışmasında veriler, Türkiye'deki 75 ilden 18-64 yaş arası toplam 1304 katılımcıdan toplanmıştır. COVID-19 Korkusu Ölçeği'nin uyum çalışması sürecinde; doğrulayıcı faktör analizi, Madde Tepki Teorisi, yakınsak geçerlik ve güvenilirlik analizleri gerçekleştirilmiştir. Ölçeğin faktör yapısını doğrulamak için yapılan doğrulayıcı faktör analizi sonuçları ölçeğe ait uyum indeksleri değerlerinin ( $\chi^2= 299.47$ ,  $p<.05$ , SRMR=.061, CFI=.915, GFI=.936, IFI=.915, NFI=.912) kabul edilebilir aralıkta olduğunu ortaya koymuştur. Analizler sonucunda 7 maddelik ölçeğin tek boyutlu olması Türk örnekleminde doğrulanmıştır. Güvenirlik analizi sonucunda ise toplam ölçek için güvenilirlik katsayısı .84, iç tutarlılığı katsayısı .82 ve test-tekrar test korelasyon değeri .72 olarak tespit edilmiştir. Bu çalışma kapsamında ölçeğin tümüne ait güvenilirlik katsayısının .87 olduğu görülmüştür.

#### ***Travma Sonrası Büyüme Ölçeği***

Tedeschi ve Calhoun (1996) tarafından geliştirilen ve Dürü (2006) tarafından Türkçe'ye uyarlanan Travma Sonrası Büyüme Ölçeği, travmatik yaşantı sonrası büyüme ölçmeyi amaçlamaktadır. 21 maddeden oluşan ölçek 0-5 arasında puanlanmaktadır. Ölçekten en düşük 0 ve en yüksek 105 puan elde edilmektedir. Ölçekten alınan puanın artması, bireyin travmatik yaşantı karşısında büyüme düzeyinin de arttığına işaret etmektedir.

Ölçeğin geçerlik çalışması kapsamında yapı geçerliğini sınamak için Temel Eksenler Faktörlemesi ile Varimax rotasyonu kullanılmış ve ölçeğin özgün formundaki beş alt boyut doğrulanmıştır. Bu alt boyutlar; “Başkalarıyla İlişkiler”, “Yeni Fırsatlar”, “Kişisel Güçlülük”, “Manevi Değişim” ve “Yaşamı Takdir Etme”dir. Yapılan geçerlik analizi neticesinde beş faktörden oluşan bu yapının

toplam varyansın %67.84'ünü açıkladığı tespit edilmiştir. Ölçeğin güvenirlik analizi sonucunda iç tutarlık katsayısı ise .93 olarak hesaplanmıştır.

Bu araştırma sonucunda elde edilen güvenirlik katsayıları ölçeğin alt boyutları olan başkalarıyla ilişkiler için .88, yeni fırsatlar için .85, kişisel güçlülük için .86, manevi değişim için .82, yaşamı takdir etme için .80 ve ölçeğin tamamı için .96 olarak belirlenmiştir.

### ***Verilerin Toplanması***

Araştırma verileri Türkiye'nin farklı illerinde yaşamakta olan yetişkinlerinden online ortamda düzenlenen formlar aracılığıyla toplanmıştır. Bu formlarda, araştırmanın amacı kısaca belirtilmiş, toplanan verilerin sadece bilimsel amaçlı kullanılacağı, istedikleri anda veri toplama aracına yanıt vermeyi bırakabilecekleri ve kimlik bilgilerinin hiçbir şekilde açığa çıkmayacağına ilişkin bir yönerge hazırlanarak araştırmaya gönüllü olarak katılmak isteyen bireylerden veriler toplanmıştır.

### ***Verilerin Analizi***

Araştırma kapsamında toplanan veriler SPSS programına aktarılmış ve analizler için hazır hale getirilmiştir. Veri analizi iki aşamada gerçekleştirilmiştir. İlk aşamada değişkenlere ilişkin betimleyici istatistikler incelenmiştir. İkinci aşamada ise değişkenler arasındaki ilişkiye bakılmıştır. Değişkenler arasındaki ilişki, Pearson momentler çarpımı korelasyon analizi ile değişkenlerin yordanması ise basit doğrusal regresyon analizi aracılığıyla belirlenmiştir. Analizler SPSS 20.0 paket programı yardımıyla ve .01 anlamlılık düzeyinde test edilmiştir. Verilerin analizine geçmeden önce verilerin parametrik analizlere uygun olup olmadığı test edilmiştir. Bunun için tek değişkenli normallik analizleri ve uç değerlerin belirlenmesine yönelik çarpıklık-basıklık değerleri, histogram grafikleri, aykırı değerler incelenmiş ve her bir değişkene ilişkin çarpıklık ve basıklık değerlerinin (-1, +1) aralığında olduğu tespit edilmiş ve bu değerlerin tek değişkenli normal dağılım için yeterli olduğu (Tabachnick ve Fidell, 2013) belirlendikten sonra verilerin analizine geçilmiştir.

## **BULGULAR**

### ***COVID-19 Korkusu ile Travma Sonrası Büyüme Arasındaki İlişkiye Dair Bulgular***

COVID-19 korkusu ölçeği toplam puanı ile travma sonrası büyüme ölçeğinin alt boyutları arasındaki anlamlı ilişkileri belirlemek amacıyla Pearson momentler çarpımı korelasyon analizi yapılmış ve sonuçlar Tablo 1'de verilmiştir.

**Tablo 1.** COVID-19 Korkusu İle Travma Sonrası Büyüme Arasındaki İlişki

|                          | 1     | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
|--------------------------|-------|---|---|---|---|---|---|
| 1. COVID-19 Korkusu      | 1     |   |   |   |   |   |   |
| 2. Travma Sonrası Büyüme | .364* | 1 |   |   |   |   |   |

| (TSB)                         |       |        |        |        |        |        |      |
|-------------------------------|-------|--------|--------|--------|--------|--------|------|
| Toplam Puan                   |       |        |        |        |        |        |      |
| 3. TSB Başkalarıyla İlişkiler | .318* | .909** | 1      |        |        |        |      |
| 4. TSB Yeni Fırsatlar         | .337* | .937** | .801** | 1      |        |        |      |
| 5. TSB Kişisel Güçlülük       | .267* | .905** | .761** | .829** | 1      |        |      |
| 6. TSB Manevi Değişim         | .326* | .828** | .681** | .722** | .715** | 1      |      |
| 7. TSB Yaşamı Takdir Etme     | .399* | .814** | .618** | .740** | .692** | .715** | 1    |
| $\bar{X}$                     | 17.43 | 53.29  | 12.63  | 12.53  | 10.65  | 6.04   | 9.10 |
| S.S.                          | 6.15  | 24.68  | 7.51   | 6.38   | 5.42   | 3.13   | 3.84 |

\*\*p<.01, N=259

Tablo 1 incelendiğinde COVID-19 korkusu ölçeğinin toplam puanı ile travma sonrası büyüme ölçeğinin başkalarıyla ilişkiler ( $r=.32$ ,  $p<.01$ ), yeni fırsatlar ( $r=.34$ ,  $p<.01$ ), kişisel güçlülük ( $r=.27$ ,  $p<.01$ ), manevi değişim ( $r=.33$ ,  $p<.01$ ), yaşamı takdir etme ( $r=.40$ ,  $p<.01$ ) alt boyutları ile travma sonrası büyüme ölçeğinin toplam puanı ( $r=.36$ ,  $p<.01$ ) arasında pozitif yönlü düşük ve orta düzeyde anlamlı ilişkiler olduğu görülmektedir.

### ***Travma Sonrası Büyümenin Yordanmasına İlişkin Bulgular***

Travma sonrası büyüme ölçeğinin beş alt boyutunun yordanmasına ilişkin basit doğrusal regresyon analizi uygulanmış ve elde edilen sonuçlara ilişkin her bir alt boyuta ait bulgular aşağıda verilmiştir:

**Tablo 2.** Travma Sonrası Büyüme Ölçeğinin “Başkalarıyla İlişkiler” Alt Boyutunun Yordanması

| Değişken         | B     | S.H.B | $\beta$ | t     | p    | R <sup>2</sup> |
|------------------|-------|-------|---------|-------|------|----------------|
| Sabit            | 5.850 | 1.334 | -       | 4.384 | .000 | .10            |
| COVID-19 Korkusu | .389  | .072  | .318    | 5.383 | .000 |                |

$F_{(1,258)}= 28.975$ ,  $p<.01$ ,  $R=.318$ ,  $R^2=.10$

Tablo 2 incelendiğinde, COVID-19 korkusunun başkalarıyla ilişkiler alt boyutunu anlamlı düzeyde yordadığı ve COVID-19 korkusunun başkalarıyla ilişkiler alt boyutundaki toplam varyansın %10'unu

açıkladığı görülmektedir ( $R=.318$ ,  $R^2=.10$ ,  $F_{(1,258)}=28.975$ ,  $p<.01$ ). Regresyon katsayısının anlamlılığına yönelik t-testi sonuçları değerlendirildiğinde COVID-19 korkusunun travma sonrası büyümenin başkalarıyla ilişkiler alt boyutunun anlamlı yordayıcısı olduğunu göstermektedir.

**Tablo 3.** Travma Sonrası Büyüme Ölçeğinin “Yeni Fırsatlar” Alt Boyutunun Yordanması

| Değişken                | B     | S.H.B | $\beta$ | t     | p    | R <sup>2</sup> |
|-------------------------|-------|-------|---------|-------|------|----------------|
| <b>Sabit</b>            | 6.445 | 1.125 | -       | 5.727 | .000 | .11            |
| <b>COVID-19 Korkusu</b> | .349  | .061  | .337    | 5.731 | .000 |                |

$F_{(1,258)}= 32.207$ ,  $p<.01$ ,  $R=.337$ ,  $R^2=.11$

Tablo 3 incelendiğinde, COVID-19 korkusunun yeni fırsatlar alt boyutunu anlamlı düzeyde yordadığı ve COVID-19 korkusunun yeni fırsatlar alt boyutundaki toplam varyansın %11’ini açıkladığı görülmektedir ( $R=.337$ ,  $R^2=.11$ ,  $F_{(1,258)}=32.207$ ,  $p<.01$ ). Regresyon katsayısının anlamlılığına yönelik t-testi sonuçları değerlendirildiğinde COVID-19 korkusunun travma sonrası büyümenin yeni fırsatlar alt boyutunun anlamlı yordayıcısı olduğunu göstermektedir.

**Tablo 4.** Travma Sonrası Büyüme Ölçeğinin “Kişisel Güçlülük” Alt Boyutunun Yordanması

| Değişken                | B     | S.H.B | $\beta$ | t     | p    | R <sup>2</sup> |
|-------------------------|-------|-------|---------|-------|------|----------------|
| <b>Sabit</b>            | 6.549 | .979  | -       | 6.693 | .000 | .7             |
| <b>COVID-19 Korkusu</b> | .235  | .053  | .267    | 4.442 | .000 |                |

$F_{(1,258)}= 19.729$ ,  $p<.01$ ,  $R=.267$ ,  $R^2=.7$

Tablo 4 incelendiğinde, COVID-19 korkusunun kişisel güçlülük alt boyutunu anlamlı düzeyde yordadığı ve COVID-19 korkusunun kişisel güçlülük alt boyutundaki toplam varyansın % 7’sini açıkladığı görülmektedir ( $R=.267$ ,  $R^2=.07$ ,  $F_{(1,258)}=19.729$ ,  $p<.01$ ). Regresyon katsayısının anlamlılığına yönelik t-testi sonuçları değerlendirildiğinde COVID-19 korkusunun travma sonrası büyümenin kişisel güçlülük alt boyutunun anlamlı yordayıcısı olduğunu göstermektedir.



**Tablo 5.** Travma Sonrası Büyüme Ölçeğinin “*Manevi Değişim*” Alt Boyutunun Yordanması

| Değişken         | B     | S.H.B | $\beta$ | t     | p    | R <sup>2</sup> |
|------------------|-------|-------|---------|-------|------|----------------|
| Sabit            | 3.150 | .554  | -       | 5.683 | .000 | .10            |
| COVID-19 Korkusu | .166  | .030  | .326    | 5.525 | .000 |                |

$$F_{(1,258)}= 30.521, p<.01, R=.326, R^2=.10$$

Tablo 5 incelendiğinde, COVID-19 korkusunun manevi değişim alt boyutunu anlamlı düzeyde yordadığı ve COVID-19 korkusunun manevi değişim alt boyutundaki toplam varyansın %10’unu açıkladığı görülmektedir ( $R=.326$ ,  $R^2=.10$ ,  $F_{(1,258)}=30.521$ ,  $p<.01$ ). Regresyon katsayısının anlamlılığına yönelik t-testi sonuçları değerlendirildiğinde COVID-19 korkusunun travma sonrası büyümenin manevi değişim alt boyutunun anlamlı yordayıcısı olduğunu göstermektedir.

**Tablo 6.** Travma Sonrası Büyüme Ölçeğinin “*Yaşamı Takdir Etme*” Alt Boyutunun Yordanması

| Değişken         | B     | S.H.B | $\beta$ | t     | p    | R <sup>2</sup> |
|------------------|-------|-------|---------|-------|------|----------------|
| Sabit            | 4.755 | .660  | -       | 7.209 | .000 | .16            |
| COVID-19 Korkusu | .249  | .036  | .399    | 6.985 | .000 |                |

$$F_{(1,258)}= 48.790, p<.01, R=.399, R^2=.16$$

Tablo 6 incelendiğinde, COVID-19 korkusunun yaşamı takdir etme alt boyutunu anlamlı düzeyde yordadığı ve COVID-19 korkusunun yaşamı takdir etme alt boyutundaki toplam varyansın % 16’sını açıkladığı görülmektedir ( $R=.399$ ,  $R^2=.16$ ,  $F_{(1,258)}=48.790$ ,  $p<.01$ ). Regresyon katsayısının anlamlılığına yönelik t-testi sonuçları değerlendirildiğinde COVID-19 korkusunun travma sonrası büyümenin yaşamı takdir etme alt boyutunun anlamlı yordayıcısı olduğunu göstermektedir.

## SONUÇ, TARTIŞMA VE ÖNERİLER

Yetişkinlerde travma sonrası büyümenin yordayıcısı olarak COVID-19 korkusunun ele alındığı bu çalışmada elde edilen sonuçlara göre, COVID-19 korkusu toplam puanı ile travma sonrası büyümenin toplam puanı ve alt boyutları olan yeni fırsatlar, başkalarıyla ilişkiler, manevi değişim, kişisel güçlülük ve yaşamı takdir etme arasında pozitif yönlü ve orta düzeyde anlamlı bir ilişki olduğu görülmüştür. Travma sonrası büyümenin yordanmasına ilişkin yapılan analiz sonuçları ise COVID-19 korkusunun travma sonrası büyümenin bütün alt boyutlarının anlamlı bir yordayıcısı olduğunu ortaya koymuştur.

Tüm dünyayı etkisi altına alan ve pandemi olarak ilan edilen COVID-19 nedeniyle bireyler, içinde buldukları durumun ne zaman sonlanacağı, sürecin nasıl devam edeceği konusunda belirsizliğe düşmüşlerdir. Belirsizlik ise kaygı, korku, stres gibi duygulara yol açarak insanların psikolojisini olumsuz etkilemektedir (Sarı ve Dağ, 2009). Ancak araştırma sonucunda COVID-19 korkusu ile travma sonrası büyümenin toplam puanı ve bütün alt boyutları arasında anlamlı bir ilişkinin oluşu, insanların bazen de bir travma durumu ile karşı karşıya olmalarına rağmen yaşadıkları travmaların onları daha ileri bir noktaya taşıyabileceğine de işaret etmektedir.

Travmatik yaşantılar bazı insanlar için yıkıcı etkilere ve derin ruhsal sorunlara neden olurken, bazı insanlar için de yaşanan olumsuzlukları yeniden değerlendirmek ve olaylara farklı bakış açıları geliştirmek için onlara bir fırsat oluşturabilir (Folkman ve Moskowitz, 2000; İnci ve Boztepe, 2013; Shakespeare-Finch vd., 2003). Travma sonrası büyüme olarak ele alınan bu kavram, yaşamın daha fazla takdir edilmesi, başkalarıyla yakın ilişkiler kurulması, yaşamdaki yeni olasılıkların görülmesi, kişinin kendi gücünün farkına varması ve manevi yönde ortaya çıkan değişim ile karakterizedir (Tedeschi ve Calhoun, 2004). Bu açıdan COVID-19 pandemisinin ortaya çıkardığı belirsizlik ortamı ve bunun sonucunda ortaya çıkan eski normalden daha farklı bir yaşam sürdürmek zorunda kalma insanların pek çok alışkanlığını değiştirmesine neden olmuştur. Sokağa çıkma kısıtlamaları, maske takma ve mesafe kuralına uyma, şehir dışına çıkma kısıtlamaları gibi durumların insanlarda travmatik bir durumu beraberinde getirdiği düşünülebilir. Ancak araştırma sonucunda elde edilen bulguların, her bireyin bu durumu travmatik olarak ele almadığı ve hayatlarına yeni bir yön vermek için bir araç olarak değerlendirdiği ve aynı zamanda insanları alternatifler üretme ve yeni yollar bulma durumuna da getirdiği söylenebilir.

Araştırma sonucunda elde edilen bulgular COVID-19 korkusu toplam puanının travma sonrası büyümenin yaşamı takdir etme, başkalarıyla ilişkiler, yeni fırsatlar, manevi değişim ve kişisel güçlülük alt boyutlarının anlamlı bir yordayıcısı olduğunu ortaya koymuştur. Travma sonrası büyümenin yaşamı takdir etme alt boyutunda, kişinin önceliklerini değiştirmesi ve günlük hayatta daha önce görmediği farklı bir şeyden keyif alması gibi durumlar yer almaktadır (Tedeschi ve Calhoun, 2004). Bu şekilde insanların günlük yaşam rutinlerinin dışına çıkması ve öncelik verdiği aktivitelerini değerlendirerek yaşamını kendisi için daha anlamlı hale getirmesi mümkün olabilir (İnci ve Boztepe, 2013). COVID-19 nedeniyle de insanların benzer şekilde rutinleri değişmiş, eğitimde uzaktan eğitim modeli benimsenmiş, çalışma hayatında olan insanlar evden çalışmaya başlamış ve insanlar arasındaki mesafe nispeten artmış ve online ortamlar daha çok tercih edilir olmuştur. Bu bağlamda COVID-19 pandemisinin insanları içinde buldukları şartlar doğrultusunda önceliklerini değiştirmeye yönelttiği ve alternatifler bulma yolunda bireyleri geliştirdiği düşünülebilir.

Travma sonrası büyümenin başkalarıyla ilişkiler alt boyutunda, kişiler arası ilişkilerde yakınlık duygusunun artması, kendini daha rahat biçimde açma ve duygularını açma gibi durumlar yer almaktadır (Linley ve Joseph, 2004; Tedeschi ve Calhoun, 2004). COVID-19 korkusu nedeniyle

insanlar sosyal ortamlardaki iletişim yerine daha çok internet ortamında iletişim kurmak durumunda kalmıştır. Bu da insanların iletişim için alternatiflerini oluşturduğu ve belki de online ortamlarda kendini daha rahat açarak duygularını daha rahat ifade edebildiği ve pandemi kaynaklı meydana gelen korkuyu başkalarıyla alternatif yollarla paylaşarak iletişimlerini güçlendirdiği şeklinde yorumlanabilir. Bir başka açıdan ele almak gerekirse pandemi nedeniyle insanlar en yakınlarıyla bile yüz yüze iletişim kuramamış, bayramda bile evde kalmak zorunda kalmıştır. Ancak görüntülü görüşmeler, mesajlaşma imkânları, canlı bağlantılar ve sosyal medyanın da yoğun kullanımıyla insanlar başkalarıyla iletişim kurmada alternatif yolları da denemişlerdir. Bu açıdan COVID-19 korkusunun başkalarıyla ilişkiler alt boyutunun anlamlı bir yordayıcısı olduğu bulgusunun alternatif iletişim araçları yardımıyla insanların ilişkilerini geliştirdiği ve zorlu durumlarda yine kendisi için en uygun stratejiyi belirleyerek iletişimini devam ettirerek travmatik durumu kendisi için büyüme aracı olarak kullandığı şeklinde yorumlanabilir.

Travma sonrası büyümenin bir diğer alt boyutu olan kişisel güçlülükte, bireyin başına gelen durumlardan dolayı kendini kurban olarak değil, hayatta kalan (survivor) olarak görmesi ön plandadır. Bu da zorlu deneyimler geçiren bireyin incinebilir olduğunu fark etmesi, ölümlü olduğuna dair artan farkındalığı ve bu durumun kabulü ile sonuçlanan bir süreç ile kendini göstermektedir (Tedeschi ve Calhoun, 1996). COVID-19 korkusu yaşayan bireyden de benzer şekilde gözle görülmeyen, boyutu küçük olmasına rağmen verdiği hasarı büyük olan bir virüs ile hayatını devam ettirmeye çalışması, virüse yakalanırsa da onunla mücadele etmesi beklenmektedir. Bu durum da kişiyi eğer hastalığa yakalanır ve iyileşirse hayatta kalan (survivor) konumuna ulaştırmakta, yakalanmasa da korunmak için sürekli tedbir almasını gerektiren bir duruma yönlendirerek sürekli tetikte olmasına neden olmaktadır. Dolayısıyla bireylerin her an hastalığa yakalanma açısından bir risk durumunda olduğu ve bu korku durumunun da insanın ölüm ile yüzleşmesine zemin hazırladığı, aslında ne kadar incinebilir olduğuna yönelik farkındalık geliştirmesine de yardımcı olmaktadır. Bu bağlamda COVID-19 korkusunun travma sonrası büyümenin kişisel güçlülük alt boyutunun anlamlı bir yordayıcısı olması, insanın yaşadığı travmatik deneyimler aracılığıyla kendilik algısı, yaşam-ölüm, incinebilirlik konularında farkındalık yaşamalarına yardımcı olduğu şeklinde yorumlanabilir.

Travma sonrası büyümede bir diğer boyut ise manevi değişimdir. Bu boyut kişinin yaşamın değerini daha çok anlaması, yaşadığı travmadan sonra hayatı bir ikinci şans olarak değerlendirmesi, yaşamı daha anlamlı görmesi ve önceliklerini sorgulaması ile karakterizedir (Tedeschi ve Calhoun, 2004). COVID-19 korkusunun travma sonrası büyümenin manevi değişim alt boyutunu yordadığı bulgusu, pandemi döneminde yaşanan korkunun insanların önceliklerinde değişmeye yol açtığı, kişinin hayatın hızlı akışına biraz ara verdiği ve hayatın değerini sorguladığı bir aşamaya geçtiği ve sonucunda da yaşadığı travmayı büyüme ile sonuçlandığına akla getirmektedir.

Yetişkinlerde travma sonrası büyümenin anlamlı bir yordayıcısı olarak COVID-19 korkusunun ele alındığı bu çalışma sonuçlarına göre yaşanan travmatik durumların her zaman olumsuzlukla

sonuçlanmadığına ve bazen de büyüme için bir araç olabileceğine işaret etmektedir. Bu konuda yapılan çalışmalar, travmatik durumu kendi büyümeleri için fırsat olarak gören kişilerin kendilerini iyi ifade edebilen, duygularını dışavurabilen, yeni durumlara uyum sağlayabilen, baş etme becerilerini kullanabilen, iyimser ve dışadönük kimseler olduğuna dikkat çekmektedir. Ayrıca kişilik özelliklerinin yanı sıra sosyal desteğin varlığının da travma sonrası büyüme için önemli olduğunu göstermektedir (Ezerbolat ve Yılmaz Özpolat, 2016; İnci ve Boztepe; Tedeschi ve Calhoun, 1998). O halde koruyucu ve önleyici ruh sağlığı hizmetleri kapsamında bireylerin stresle baş etme, problem çözüme, iletişim gibi becerilerinin artırılması, sosyal destek kaynaklarını fark etmelerinin sağlanması COVID-19 gibi travmatik durumların büyüme ile sonuçlanmasını sağlayabilecektir. Pandemi döneminin devam ettiği göz önünde bulundurularak psikolojik destek hizmetlerinin yürütülmesinin bireylerin ruh sağlığını koruma ve psikolojik sağlamlığını artırmada faydalı olacağı düşünülmektedir.

Son olarak bu araştırmanın sonuçları ulaşılan yetişkinlerden sağlanan verilerden elde edilmiştir. Farklı gelişim dönemindeki bireylerin içinde bulunduğu dönem itibariyle salgın hastalığa bakış açısı da farklılık gösterebileceğinden, bundan sonraki araştırmalarda farklı gelişim dönemindeki bireyler ile çalışılabilir. Ayrıca bu konudaki yapılacak çalışmalarda Covid-19 korkusunu yenmeye yardımcı olabileceği düşünülen iyilik hali, psikolojik sağlamlık, iyimserlik, umut gibi kavramlar da araştırma konularına dâhil edilebilir.

## KAYNAKÇA

- Ahorsu, D. K., Lin, C. Y., Imani, V., Saffari, M., Griffiths, M. D., & Pakpour, A. H. (2020) The fear of COVID19 Scale: Development and initial validation. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 1. <https://doi.org/10.1007/s11469-020-00270-8>
- Amerikan Psikiyatri Birliği (APA), 2013. *Ruhsal bozuklukların tanısı ve sayımsal el kitabı*, Beşinci Baskı (DSM-5). Tanı Ölçütleri Başvuru El kitabı'ndan (Çev. E. Köroğlu), Ankara: Hekimler Yayın Birliği.
- Ezerbolat, M. ve Yılmaz Özpölat A. G. (2016). Travma sonrası büyüme: travmaya iyi yanından bakmak. *Kriz Dergisi*, 24 (1), 20-28.
- Folkman, S. ve Moskowitz, J. T. (2000). Positive affect and the otherside of coping. *American Psychologist*, 55(6), 647-654. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.55.6.647>
- İnci, F., ve Boztepe, H. (2013). Travma sonrası büyüme: öldürmeyen acı güçlendirir mi?. *Psikiyatri Hemşireliği Dergisi*, 4(2), 80-84. <https://doi.org/10.5505/phd.2013.29392>
- Joseph, S. ve Linley, P.A. (2005). Positive adjustment to threatening events: An organismic valuing theory of growth through adversity. *Review of General Psychology*, 9(3), 262. <https://doi.org/10.1037/1089-2680.9.3.262>
- Lin, C.-Y. (2020). Social reaction toward the 2019 novel coronavirus (COVID-19). *Social Health and Behavior*, 3(1), 1-2. [https://doi.org/10.4103/SHB.SHB\\_11\\_20](https://doi.org/10.4103/SHB.SHB_11_20)
- Linley, P.A., Joseph, S. (2004). Positive change following trauma and adversity: A review. *Journal of Traumatic Stress*, 17(1), 11-21. <https://doi.org/10.1023/B:JOTS.0000014671.27856.7e>
- McMillan, J. H.,&Schumacher, S. (2013). *Research in education: Evidence-based inquiry*, New York: Pearson.
- Sarı, S., ve Dağ, İ. (2009). Belirsizliğe tahammülsüzlük ölçeği, endişe ile ilgili olumlu inançlar ölçeği ve endişenin sonuçları ölçeği'nin Türkçe'ye uyarlanması, geçerliliği ve güvenilirliği. *Anadolu Psikiyatri Dergisi*, 10, 261-70.
- Satici, B.,Gocet-Tekin, E., Deniz, M. E., & Satici, S. A. (2020). Adaptation of theFear of COVID-19 Scale: Its association with psychological distress and life satisfaction in Turkey. *International Journal of Mental Health Addiction*. <https://doi.org/10.1007/s11469-020-00294-0>.
- Shakespeare-Finch, J. E., Smith, S. G., & Gow, K. M. (2003). The prevalence of post-traumaticgrowth in emergency ambulance personnel. *Traumatology*, (9), 58-71. <https://doi.org/10.1177/153476560300900104>
- Tabachnick, B. G., & Fidell, L. S. (2013). *Using multivariate statistics: International edition*. New York: Pearson.
- Tedeschi, R. G., & Calhoun, L. G. (1996). The Posttraumatic growth inventory: Measuring the positive legacy of trauma. *Journal of Traumatic Stress*, 9(3), 455-471.
- Tedeschi, R. G., & Calhoun, L. G. (2004). Posttraumatic growth: conceptual foundations and empirical evidence. *Psychological Inquiry*, 15(1), 1-18. [https://doi.org/10.1207/s15327965pli1501\\_01](https://doi.org/10.1207/s15327965pli1501_01)

- Tedeschi, R. G., Park, C. L., & Calhoun, L. G. (Eds.). (1998). *Posttraumatic growth: Positive changes in the after math of crisis*. Routledge.
- Türksoy, N. (2003). *Psikolojik travma ve tanım sorunları. Psikolojik travma ve sonuçları*, 1. Baskı, T Aker, ME Önder (Eds), İstanbul: 5US Yayınları, 9-21.
- Weiss, T. (2004). Correlates of posttraumatic growth in married breast cancer survivors. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 23(5), 733-746. <https://doi.org/10.1521/jscp.23.5.733.50750>
- Xiang, Y. T. (2020). Timely mental health care for the 2019 novel coronavirus outbreak is urgently needed. *Lancet Psychiatry*, 7, 228–229. [https://doi.org/10.1016/S2215-0366\(20\)30046-8](https://doi.org/10.1016/S2215-0366(20)30046-8)
- Yüksel, Ş. (2000). Felakete uyum ve ruh sağlığı. *Klinik Psikiyatri*, 3, 5-11.

Geliş Tarihi:

15.02.2021

Kabul Tarihi:

26.04.2022



Yayımlanma Tarihi:

15.06.2022

Kaynakça Gösterimi: Temeloğlu Şen, E., & Sertel Berk, H.Ö. (2022). Hasta memnuniyeti kısa değerlendirme formu'nun (HMKDF) Türkçe uyarlama çalışması. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 21(43), 35-54. doi: 10.46928/iticusbe.880433

## HASTA MEMNUNİYETİ KISA DEĞERLENDİRME FORMU'NUN (HMKDF) TÜRKÇE UYARLAMA ÇALIŞMASI<sup>1</sup>

*Araştırma*

Esin Temeloğlu Şen  

Sorumlu Yazar (Correspondence)

İstanbul Üniversitesi

[esin\\_tm1gl@windowslive.com](mailto:esin_tm1gl@windowslive.com)

H. Özlem Sertel Berk 

İstanbul Üniversitesi

[osberk@istanbul.edu.tr](mailto:osberk@istanbul.edu.tr)

Esin Temeloğlu Şen, İstanbul Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Psikoloji bölümünde doktoralı Araştırma Görevlisi olarak görev yapmaktadır. Klinik psikoloji ve sağlık psikolojisi alanlarında dersler vermektedir. Kronik hastalık yaşantısı, ağrı yönetimi ve multidisipliner müdahaleler konusunda akademik çalışmalar yürütmektedir.

H. Özlem Sertel Berk, İstanbul Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Psikoloji bölümünde Klinik Psikoloji profesörüdür. Anormal davranışlar, istatistik, sağlık psikolojisi alanlarında dersler vermektedir. Ağrı davranışı, gevşeme egzersizi müdahaleleri, yeme bozuklukları ve stres odaklı akademik çalışmalar gerçekleştirmektedir.

---

<sup>1</sup> Bu makalenin verilerinin bir kısmı The 15. European Congress of Psychology, Amsterdam, Hollanda, 11 - 14 July 2017 tarihli kongrede "Adaptation of Short Assessment of Patient Satisfaction (SAPS) Scale and Medical Adherence Report Scale (MARS) in Turkish Patients with Chronic Illness: Preliminary Results" başlığıyla sunulmuştur.

# HASTA MEMNUNİYETİ KISA DEĞERLENDİRME FORMU'NUN (HMKDF) TÜRKÇE UYARLAMA ÇALIŞMASI

Esin Temeloğlu  
[esin\\_tmlgl@windowslive.com](mailto:esin_tmlgl@windowslive.com)  
H. Özlem Sertel Berk  
[osberk@istanbul.edu.tr](mailto:osberk@istanbul.edu.tr)

## Özet

**Amaç:** Araştırmada hasta memnuniyetinin ilişkisel boyutunu teorik bir çerçevede, kısa ve pratik bir şekilde değerlendirmeyi amaçlayan Hasta Memnuniyeti Kısa Değerlendirme Formu'nun (HMKDF) Türkçe uyarlama çalışmasının gerçekleştirilmesi hedeflenmiştir. Hasta memnuniyeti çoğunlukla tanıya, sağlık merkezine veya çalışmanın amacına özel anket araçlarıyla değerlendirilir. Bu ölçüm stili, hasta memnuniyeti literatüründeki çalışmaların derinleşebilmesine önemli bir engeldir. Bu kapsamda, mevcut çalışmada hasta memnuniyetini ilişkisel perspektiften değerlendiren ve psikometrik açıdan iyi düzeyde bir ölçek olan HMKDF'nin Türkçe literatüre kazandırılması amaçlanmıştır.

**Yöntem:** Çalışmaya farklı kronik fiziksel hastalıklara sahip 234 kişi katılmıştır. Katılımcıların büyük çoğunluğu kadın (%76), evli (%68) ve lise mezunudur (%33). Katılımcılara Sosyodemografik ve Klinik Bilgiler Formu, İlaç Uyumunu Bildirim Ölçeği, Kısa Semptom Envanteri-Depresyon ve Hasta Memnuniyeti Kısa Değerlendirme Formu uygulanmıştır.

**Bulgular:** HMKDF'nin orijinal formdaki gibi tek faktörlü bir yapı gösterdiği (KMO=0.89; Ki Kare= 729.45; Barlett p=0.000) ve bu yapının uyum değerleri açısından da desteklendiği bulunmuştur ( $\chi^2/df = 1.40$ , RMSEA= .042, GFI = .98, AGFI = .95, CFI = .99, NFI = .98, sRMR = 0.029). Ölçeğin çalışmadaki güvenilirliği oldukça iyi (Cronbach  $\alpha = .87$ ) bulunmuştur. Ayrırtedici geçerlilik kapsamında, HMKDF'nin ilaç uyumu ve depresyon düzeyi ile de anlamlı ilişki gösterdiği ve özel hastanelerde tedavi alan katılımcıların diğer sağlık kurumlarına kıyasla daha yüksek tedavi memnuniyeti bildirdikleri tespit edilmiştir.

**Özgünlük:** Bu çalışma ile hasta memnuniyetini ilişkisel perspektifte değerlendiren HMKDF, hasta memnuniyetini araştıran Türk araştırmacıların kullanımına sunulmuştur. Çalışmanın bulgularına göre HMKDF, kronik fiziksel hastalığı olan bireyler ile yürütülen çalışmalarda kullanılabilir ve geçerli bir ölçüm aracıdır. Ancak, ölçeğin farklı klinik gruplar ve araştırma desenlerinde test edilmesinin gerekli olduğu düşünülmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Hasta Memnuniyeti, Hasta Memnuniyeti Kısa Değerlendirme Formu, Ölçek Uyarlaması, Kronik Fiziksel Hastalığı Olan Kişiler

**JEL Sınıflandırması:** I10, I11



# THE TURKISH ADAPTATION STUDY OF THE SHORT ASSESSMENT OF PATIENT SATISFACTION FORM (SAPS)

## Abstract

**Purpose:** This study aimed to carry out the Turkish adaptation of the Short Assessment of Patient Satisfaction (SAPS) with the goal of assessing the relational dimension of patient satisfaction in a theoretical framework, shortly and practically. Patient satisfaction is often evaluated in the specific questionnaires regarding patients' diagnosis, healthcare services, and the purpose of the study. However, this measurement style gets some obstacles to deepening studies in the patient satisfaction literature. In this context, the study seeks to gain the SAPS, a psychometrically good scale that evaluates patient satisfaction from a relational perspective to the Turkish literature.

**Method:** 234 patients with different chronic physical diseases participated in the study. The majority of the participants were women (76%), married (68%), and had high school graduates (33%). Sociodemographic and Clinical Information Form, Medication Adherence Report Scale, Brief Symptom Inventory-Depression, and Short Assessment of Patient Satisfaction form were administered.

**Findings:** SAPS showed a single-factor structure (KMO = 0.89; Chi-Square = 729.45; Bartlett  $p = 0.000$ ) that was further supported in terms of fit indexes ( $\chi^2 / df = 1.40$ , RMSEA = .042. GFI = .98, AGFI = .95, CFI = .99, NFI = .98, sRMR = 0.029). The reliability of the SAPS was to be quite good (Cronbach  $\alpha = .87$ ) in the current study. For discriminant validity, SAPS also showed a significant relationship between medication adherence and depression level; participants treated in private hospitals reported higher treatment satisfaction than in other health institutions.

**Originality:** SAPS assessing patient satisfaction with a relational perspective has been brought into the Turkish literature within the current study. According to the results, it has been seen that SAPS is a reliable and valid measurement tool, and can be used in studies conducted with patients with chronic physical diseases. However, testing the scale in different clinical groups and other research designs will be required.

**Keywords:** Patient Satisfaction, Short Assessment of Patient Satisfaction, Scale Adaptation, Patients with Chronic Physical Disease

**JEL Classification:** I10, I11

## GİRİŞ

Hastaların aldıkları tedaviden duydukları memnuniyet düzeyi, tedavilerine uyum sağlamaları ve iyilik hallerinin devamlılığı adına oldukça kritik bir değişkendir. Memnuniyet düzeyi çok boyutlu kavram olarak, pek çok alan (tıp, hemşirelik, sosyal hizmet, ruh sağlığı, sağlık yönetimi vb.) tarafından kendi perspektiflerinde tanımlanmaktadır. Her disipline kendi odağında tanımlanan hasta memnuniyeti zaman ve amaç bağlamına göre de farklı tasvir edilebilmektedir. Tüm bu çok seslilik kavrama önemli ölçüde zenginlik kattığı düşünülmektedir. Öte yandan, mevcut hasta memnuniyeti tanımlarının birleştiği temel nokta, kavramın *hastanın sağlık hizmetini aldığı merkezdeki deneyimlerine* odaklanıyor olmasıdır (Press, 2006). Ruh sağlığı perspektifinden ele alınan hasta memnuniyeti tanımı hastanın deneyimi yanında, bu deneyime yönelik değerlendirmelere de odaklanır. Bu kapsamda hasta memnuniyetinin güvenilir bir şekilde değerlendirilebilmesi, verilen sağlık hizmetinin hasta tarafından nasıl algılandığının görülebilmesi ve belirlenen eksiklerinin nasıl giderilebileceğine yönelik yol haritası sunması açısından da kıymetlidir (Hawthorne, 2006; Press, 2006).

Hasta memnuniyetinin farklılaşan tanımları ışığında geliştirilen birçok ölçüm aracı literatürde yer alır. Türkçe literatürde yer alan hasta memnuniyeti ölçüm araçları sıklıkla sağlık kurumlarının fiziki hizmetini kalitesini değerlendirmeyi amaçlaması (Derin ve Demirel, 2013), kavramın ilişkisel boyutunun gözden kaçmasına sebep olabilmektedir. Ancak, memnuniyeti belirleyen bileşenlerden birisi de *hastanın sağlık ekibiyle kurduğu ilişkidir*. Memnuniyetin ilişkisel açıdan tanımlandığı kavramsal zemine dayanan ölçüm araçları literatürde az da olsa göze çarpar (Moore, Hamilton, Krusel, Moore ve Pierre-Louis, 2016). Bu ölçüm araçlarından birisi olan Hasta Memnuniyeti Kısa Değerlendirme Formu (HMKDF; Hawthorne vd., 2014) kavramı ilişkisel zeminde değerlendirmesi, farklı hastalık gruplarına da uygulanabilen jenerik şekilde tasarlanması ve kuramsal zemine dayanması sebebiyle literatürde önemli bir yer tutar. Mevcut çalışmada bu ölçeğin Türkçe literatüre kazandırılması ve araştırmacıların kullanımına sunulması amaçlanır. Bu sayede, hasta memnuniyeti kavramının çok katmanlı yapısını temsil eden yeni araştırmaların Türkçe literatürde de yaygınlık kazanması hedeflenir.

## KAVRAMSAL VE KURAMSAL ÇERÇEVE

Hasta memnuniyetini hemşirelik, halk sağlığı, sağlık psikolojisi, işletme, ekonomi, sağlık yönetimi gibi pek çok disiplin kendi perspektifinde tarifler. İşletme, ekonomi, sağlık yönetimi gibi alanlar hastanelerin müşterileri olan hastaların, memnuniyet düzeyini arttırmak adına *örgütsel bileşenleri* değerlendirmeyi amaçlamaktadır. Bu sayede, müşteri memnuniyetinin ve hastanenin tercih edilebilirliğinin artırılması amaçlanır (Yılmaz, 2001). Müşteri temelli yaklaşımlarda, hastaların sağlığına kavuşturulması hedefinin yanında hasta ve hasta yakınının beklentilerinin iyi analiz edilerek bunların karşılanmasına odaklanılır. Bir başak deyişle, hasta memnuniyeti kavramının değerlendirilmesi hastanelerin piyasadaki rekabet güçlerini arttıracak hamlelerin gerçekleştirebilmesine imkan sağlar (Kabaroglu vd., 2013). Öte yandan hemşirelik, halk sağlığı,

sağlık psikolojisi gibi sağlıklılığın devamlılığına odaklanan disiplinler hasta memnuniyeti kavramını iyilik haline olan doğrudan etkisi sebebiyle (Temeloğlu-Şen, 2019) oldukça önemsemektedir (Moore vd., 2016).

Hasta memnuniyeti çalışmalarının örgütsel ve ilişkisel olmak üzere iki kutuplu perspektiften devam ediyor olması literatür açısından ciddi bir zenginlik sağlamaktadır. Kavram müşteri odaklı bir perspektiften ele alındığında, hasta memnuniyetini arttırmanın hizmetin kaliteli halde sunulmasından geçtiğine işaret edilir. Buna göre, hastane ekibinin tüm sağlık hizmetlerini iyi bir kalitede veriyor olması hasta memnuniyetinin arttırılabilmesi için şart görünmektedir (Kabaroglu vd., 2013). Ancak kalitenin tam olarak nasıl şartlar içerisinde değerlendirildiği de burada önemli bir yer tutmaktadır. Bu bağlamda pek çok sağlık kurumunun hizmet kalitelerine bir ölçüt sağlamak, hizmetlerini denetlemek ve kalitelerini ortaya koymak adına bazı denetleyici kurumlardan destek aldıkları görülmektedir. Ülkemizdeki en yaygın kalite denetleyici kurum Uluslararası Standardizasyon Örgütü'dür (International Organization of Standardization-ISO) (Yılmaz, 2001). Bu kuruluşun temel hedefi, konusunda uzman çalışanların belirlediği ölçütler çerçevesinde hastanelerin kalite bağlamında puanlanması ve varsa gerekli düzenlemelerin gerçekleştirilmesi için öneriler vermektir. Bu değerlendirme süreçlerinde hastanelerin var olan koşullarının örgütsel bağlamda değerlendirildiği dikkat çekmektedir. Asıl müşteri olan hastaların kuruma dair düşüncelerine ise değerlendirme süreçleri içerisinde yeterince odaklanılmadığı görülmektedir (van Campen, Sixma, Friele, Kerssens ve Peters, 1995). Öte yandan, sağlık kurumlarında verilen bakımın yalnızca örgütsel değil kişilerarası ilişkisel bağlamda da kaliteli olması gerekmektedir. Nitekim hasta memnuniyeti aynı zamanda dinamik ve ilişkisel bir kavramdır (Donebedian, 1980; Hudak vd., 2003). Bu nedenle hastanın sağlık hizmetlerine dair düşünceleri ve değerlendirmelerinde ilişkisel öğelere de odaklanılmasının hem örgütsel hem de sağlıklılığın devamlılığı açısından önemli olacağı düşünülmektedir.

Hasta memnuniyeti bireysel açıdan hastanın sağlık kurumundaki deneyimleri, sağlık kurumuna dair değerlendirmeleri ve sağlığa dair beklentilerine odaklanır. Öte yandan, kişinin sağlık hizmetine dair beklentileri de sadece kendi deneyimlerinden oluşmamaktadır. Beklentilerin ve değerlendirmelerin oluşmasında, kendi deneyimlerinin yanında kültürel özellikler, sosyal çevrenin beklentileri, kendisi için önemli insanların hastane deneyimleri, kurumun verdiği bilgiler gibi pek çok kanaldan beslenmektedir. Bu nedenle bireysel hasta memnuniyetine yönelik çalışmalar sosyal bağlamdan ayrı düşünülmemelidir (Kılıç ve Topuz, 2015; Press, 2006). Eğer hastanın hastaneden aldığı hizmete yönelik duygusal ve bilişsel *beklentileri*, hali hazırda aldığı hizmete dair *değerlendirmeleri* arasındaki fark yüksekse hastanın memnuniyetinin düşük olduğu söylenebilmektedir. Burada beklentilerin andaki deneyimlerle çelişiyor olmasının yarattığı rahatsızlık hissi de önemli bir rol oynar (Crow ve ark, 2002). Bu açıdan hasta memnuniyetini arttırmayı hedefleyen çalışmalarda örgütsel tedbirler sayesinde sağlık kurumlarının pek çok açıdan daha kaliteli bir hal alması sağlanıyor olsa da, bunun hasta memnuniyetini artırabilmesi için hastanın beklentilerinin de düzenlenmesi önerilmektedir (Fitzpatrick, 2007).

Hasta memnuniyetinin yukarıdaki özelliklerinin yanı sıra, kavramın ilişkisel yapısına ve bu sayede karar alma sürecinde oynadığı kritik role bu noktada değinilmelidir. Hasta memnuniyeti ilişkisel perspektiften değerlendirildiğinde hastaların randevu almasından karşılanmasına, sağlık hizmetlerinin gerçekleştirilmesinden takibin sağlanmasına kadarki tüm süreçlerde hasta-sağlık çalışanı iletişimini etkileyen faktörlere odaklanır (Moore vd., 2016). Bunlar içinde en çok vurgulanan hastanın sağlık çalışanları ile iletişim ve ilişki kurma şeklidir. Hastanın sağlıklılık hedefine ulaşabilmedeki ihtiyaçlarının değerlendirilmesinde de hasta ve doktorun işbirliği önemli olduğundan hasta ve sağlık ekibinin iletişiminin doyumlu olması gerekir (Kılıç ve Topuz, 2015). Bu nedenle, hastanın tedavi ekibiyle olan ilişkisi ve anlaşıldığını hissetmesi hasta memnuniyetinde önemli rol oynayacaktır (Fitzpatrick, 2007).

Hasta memnuniyetini ilişkisel perspektifte ilk tanımlayan kuramcılardan birisi olan Donabedian'a (1980; 1988) göre, hastanın sağlığına dair bilgi düzeyi ile sağlık sonuçlarının ilişkisinde, sisteme yönelik değerlendirmeleri önemli bir aracılık rolü içerdiğine işaret etmektedir. Donabedian (1980) bu tanımında, hastaların sağlık sorunlarını doğru bir şekilde bilmesinin ve sağlık hizmetlerine yönelik olumlu değerlendirmelerinin iyi oluşları üzerinde etkili olduğunu belirtmektedir. Daha sonraki araştırmalarında hastanın sisteme dair değerlendirmelerini spesifik olarak *hasta memnuniyeti* kavramıyla açıklamayı tercih ettiği ve memnuniyet düzeyinin iyi oluşa odaklanan çalışmalar için önemli bir çalışma alanı olduğunu vurgulamıştır (Donabedian, 1988). Sonuç olarak hasta memnuniyetinin bakım ile ilgili tüm süreçleri kapsayan genişçe bir kavram olduğu söylenebilir. Bu nedenle bakım sürecini etkileyen tıbbi uygulamalar, tedavi, alınan bakım, uygulanan müdahale, tedavi ekibiyle kurulan ilişki gibi bileşenlerin etkileşiminin hasta memnuniyetini oluşturduğu belirtilmektedir (Verbeek, 2004). Bununla birlikte, yapılan çalışmalarda tüm bu hasta memnuniyeti bileşenlerinin sağlık davranışları, iyi oluş, sağ kalım gibi sonuçları etkileyeceğine de dikkat çekilmektedir (Esselman, White, Chimes ve Kennedy, 2013; Jerant vd., 2019; Lempp, Galloway ve Hughes, 2015). Bir başka deyişle, tedavi sürecinde hasta memnuniyeti yalnızca bir sonuç değil aynı zamanda bir yordayıcı olarak da kabul edilmektedir. Dahası, ilaç uyumu (Verbeek, 2004) gibi tıbbi bileşenler ve depresyon düzeyi (Bassett vd., 2012) gibi psikososyal iyilik hali de hasta memnuniyeti ile ilişkili olması beklenir (Lempp, Galloway ve Hughes, 2015).

İlaç uyumu, sağlık ekibi tarafından hastaya reçete edilen ilacın önerildiği şekli ve dozuyla kullanılmasına verilen isimdir (Sabate, 2003). İlaç uyumuyla ilgili yapılan çalışmalarda hasta memnuniyeti yüksek olan hastaların uzmanların tavsiyelerine uymada ve reçete edilen tedaviyi uygulamada daha yüksek motivasyon gösterdiklerine dikkat çekilmektedir (Baummer-Carr ve Nicolau, 2017). Hastaların ilaçlarına uyum göstermeleri üzerinde sağlık ekibi ile kurdukları ilişki kritik bir rol oynamaktadır (Sabate, 2003). Bu nedenle ilişkisel perspektifte ele alınan hasta memnuniyetinin tedavinin önemli belirteçlerinden ilaç uyumu üzerindeki rolüne dikkat çekilmektedir.

Hasta memnuniyeti ile ilişkili bir diğer değişken ise depresyon düzeyidir. Depresyon kişinin yaşamdan aldığı doyumunu etkileyecek düzeyde üzüntü, mutsuzluk ve çaresizlik durumu ile karakterizedir (Rossom vd., 2016). Pek çok çalışma tedavi ekibi ile kurulan ilişkinin depresif belirtileri azaltmadaki rolünü ortaya koymaktadır (Bassett vd., 2012; Temeloğlu-Şen, 2019). Depresyon düzeyinin hasta memnuniyeti ile de yüksek ilişki gösterdiği gözlenmektedir (Bassett vd., 2012). Bu bağlamda hasta memnuniyetinin yalnızca öncülleri değil, sonuçları kapsamında depresyon düzeyi ve ilaç uyumu ile ilişkisi bağlamında da incelenmesi önerilmektedir (Verbeek, 2004). Bu açıdan, mevcut çalışmada da ilaç uyumu ve depresyon düzeyinin HMKDF'nin ayırteci geçerliliğinin testinde kullanılmasının uygun olacağı düşünülmüştür.

Son olarak tedavi görülen hastanenin türünün de hasta memnuniyeti açısından belirleyiciliğinin (Kılıç ve Topuz, 2015; Zaim ve Tarım, 2010) incelenmesi, HMKDF'nin ayırteci geçerliliğinin testinde kullanılacaktır. Hastane türü, hastaların bakım aldıkları sağlık kurumunun sahip olduğu kaynaklara göre sınıflandırılabilir. Zaim ve Tarım (2010) kamu hastanelerinde hasta memnuniyetini araştırdığı çalışmasında, hastaların memnuniyetlerini hem fiziksel imkanlar hem de ilişkisel faktörler açısından incelemiştir. Kamu hastanelerinde hizmet alan katılımcıların belirttikleri hasta memnuniyetinin ilişkisel perspektifte oldukça düşük olduğu görülmüştür. Ancak farklı hastane türlerinden alınan hizmetin memnuniyete olan etkisinin bir arada değerlendirilmesinin Zaim ve Tarım'ın (2010) da önerileri doğrultusunda literatüre katkı sağlaması söz konusudur.

Hasta memnuniyetinin bakım süreci ile ilgili pek çok değişkeni içinde barındıran hem örgütsel, hem de ilişkisel çok boyutlu doğasını ölçmek amacıyla geliştirilmiş birden çok ölçüm aracı mevcuttur (örn., Derin ve Demirel, 2013). Bu durum literatüre bir zenginlik katsa da bu tanımlar ve ölçüm araçları beraber ele alınmadığında kavrama dair derinlikli bir literatür oluşumunu geciktirebilmektedir. Söz gelimi, literatürde yer alan ölçüm araçlarının çoğunlukla anket formatında olması ve geçerlik/güvenirlik açısından farklılaşmasının yanı sıra Donebedian'ın (1980, 1988) öne sürdüğü bileşenleri bütüncül olarak ele almadığı görülmekte, bu durum bu konudaki araştırmaların sonuçlarının karşılaştırılmasını zorlaştırmaktadır (Baummer-Carr ve Nicolau, 2017). Dolayısıyla pek çok araştırmacı hasta memnuniyetini ilişkisel perspektifte de değerlendiren, psikometrik açıdan iyi düzeyde, birçok hastalığa ve duruma uygulanabilir jenerik bir ölçüm aracına duyulan ihtiyaca dikkat çekmişlerdir (Hawthorne, 2006). Bu eksikleri gidermek amacıyla yeni bir ölçüm aracı geliştirmeyi hedefleyen Hawthorne (2006) öncelikle hastaların memnuniyet düzeylerini etkileyen faktörleri inceleyen çalışmaları kavramsal açıdan derlediği bir araştırma gerçekleştirmiştir. Bu derlemede yedi alanın hasta memnuniyeti üzerinde tutarlı olarak etkisinin bulunduğu dikkat çekmiştir. Bu alanlar; tedavinin gerçekleştiği ortamın ve alınan *bakımın seviyesi*, sağlık hizmetlerine *erişimin kolaylığı*, sağlık hakkında bilgilendirmenin sağlanması ve hastalıkla ilişkili korkular ve kontrol kaybı hissi gibi durumlarda sağlık personelinin hastaya duyduğu *empati*, tedavi yöntemlerinin ve ilaçların seçimi gibi süreçlerde tedaviye ilişkin *seçimlere aktif katılım*, sağlanan tedavinin sonuçlarından *memnuniyet*, tedavinin hastanın beklentilerini karşılama durumu ve hastanın günlük yaşamına ne ölçüde yardımcı

olduğu da dahil olmak üzere *tedavinin etkinliği* ve algılanan *genel memnuniyetin* incelenmesi olarak belirlenmiştir (Hawthorne, 2006). Ayrıca, Hawthorne (2006) gerçekleştirdiği derleme çalışmasında oluşturduğu hasta memnuniyeti kavramının Donabedian'ın (1988) sağlığa yönelik bireysel ve sosyal değerlendirmeleri kavramıyla benzerliğine dikkat çekmiştir. Dahası, geliştirdiği ölçeğin de kavramsal olarak Donabedian'ın (1988) çalışmalarına dayandığını belirtmiştir (Hawthorne vd., 2014).

Hawthorne ve arkadaşları (2014) bu derlemenin de sonuçlarına ve Donabedian'ın (1988) bulgularına dayanarak Hasta Memnuniyeti Kısa Değerlendirme Formu'nu (Short Assessment of Patient Satisfaction; HMKDF) geliştirmiştir. HMKDF'nin geliştirilme süreci, her ne kadar güçlü bir kavramsal zemine dayansa da, hasta memnuniyetini ölçen pek çok ölçeğin maddelerinden oluşturulan madde havuzu ve hastalarla yapılan görüşmelerin tematik analiz ile değerlendirilmesi aşamalarını içermektedir. Çok sayıda uygulamanın ardından, madde havuzu içerisinde en yüksek ölçüm gücüne sahip olan ve tematik analiz sonuçlarıyla tutarlılık gösteren yedi madde seçilmiştir. Bu yedi maddenin Hawthorne'un (2006) hasta memnuniyeti konusunda yapılan çalışmaları derlediği ve kavramın bileşenleri olarak tanımladığı faktörler ile benzerlik gösterdiği ortaya konmuştur (Hawthorne vd., 2014). HMDKF, tek bir klinik grup üzerinde geliştirilmiş bir ölçek olmasına rağmen ölçeğin geliştiricileri tarafından jenerik olarak tasarlanmıştır. Ölçeğin tüm hasta gruplarına uygulanabilecek şekilde genel ifadeleri içermesine dikkat edilmiştir (Hawthorne vd., 2014).

Türkiye'de hasta memnuniyetiyle ilgili ölçüm araçları incelendiğinde, bunların çoklukla kuramsal arka plandan ziyade uygulama odaklı olduğu (Kılıç ve Topuz, 2015; Zaim ve Tarım, 2010) ya da sağlıkta kaliteli uygulamaları değerlendirmeye odaklandıkları (Derin ve Demirel, 2013) görülmektedir. Türkçe literatürde hasta memnuniyetini ilişkisel perspektifte ele alan ölçüm aracı bilindiği kadarıyla bulunmamaktadır. Bu nedenle mevcut çalışmanın amacı Hawthorne ve arkadaşları (2014) tarafından geliştirilen HMKDF'nin psikometrik özelliklerinin sınıp Türkçe literatüre kazandırılmasıdır. Ölçeğin geçerlilik analizi kapsamında ise hasta memnuniyetinin depresyon ve ilaç uyumu ile ilişki düzeyi incelenmiştir ve memnuniyet düzeyinin hastane türüne göre nasıl değiştiği incelenmiştir.

## **YÖNTEM**

### ***Araştırmanın Deseni***

Örneklem oluşturulurken uygun (convenience) metodu uygulanmıştır. Öncelikle, çalışmanın amacı katılımcılara anlatılmış ve yalnızca kabul edenler çalışmaya dahil edilmiştir. Araştırmanın amacı doğrultusunda nicel desenle veri toplama ve analiz işlemleri gerçekleştirilmiştir.

### ***Evren-Örneklem***

Çalışmaya en az üç aydır en az bir kronik fiziksel hastalık tanısı ile tedavi gören 18-65 yaş aralığındaki ( $Ort. = 44,48, SS = 13,21$ ) 234 kişi katılmıştır. Çalışmaya, birden fazla kronik hastalığı olan kişiler de dâhil edilmiş olup sorulan sorulara birincil olarak gördükleri kronik hastalığın tedavi sürecini göz

önüne alarak yanıt vermeleri istenmiştir. Katılımcıların aldıkları tanılar değerlendirilirken, ICD 10 sınıflandırma sisteminden (WHO, 2010) faydalanılmıştır (Bkz. Tablo 1).

**Tablo 1.** Katılımcıların Cinsiyete Göre Kronik Fiziksel Hastalık Dağılımları

| Kronik hastalıklar   | Kadın (N) | Erkek (N) | Toplam/Yüzde |
|--|-----------|-----------|--------------|
| Endokrin, beslenme ve metabolik hastalıklar  | 45/%19    | 14/%6     | 59/%25       |
| Sindirim sistemi hastalıkları  | 0         | 2/%1      | 2/%1         |
| Kas ve iskelet sistemi hastalıkları  | 52/%22    | 14/%6     | 66/%28       |
| Dolaşım sistemi bozuklukları hastalıkları  | 39/%17    | 19/%8     | 58/%25       |
| Kan ve kan oluşturan organların hastalıkları<br>hematolojik ve immün sistemle bağışıklıkla ilgili<br>hastalıklar | 12/%5     | 1/%1      | 13/%6        |
| Cilt ve derialtı doku hastalıkları   | 3/%1      | 1/%1      | 4/%2         |
| Tümörler   | 4/%2      | 0         | 4/%2         |
| Kulak ve mestoid hastalıkları  | 3/%1      | 0         | 3/%1         |
| Sinir sistemi hastalıkları   | 7/%9      | 3/%1      | 10/%4        |
| Bazı enfeksiyonlar ve paraziter hastalıklar  | 3/%1      | 2/%1      | 5/%2         |
| Solunum sistemi hastalıkları   | 10/%4     | 0         | 10/%4        |
| Toplam   | 178/%76   | 56/%24    | 234/%100     |

Bu kriterler dahilinde araştırmaya katılmaya gönüllü olan katılımcıların yaş ortalaması 44.48'dir (ss=13.21). Çoğunluğu beş yıldan fazladır aldıkları tanı ile tedavi görmekte olup, %76'sı kadın, %68'i evli ve %33'ü lise mezunudur (Bkz. Tablo 2).

**Tablo 2.** Katılımcıların Klinik ve Sosyodemografik Özelliklerinin Betimsel Özellikleri

| Klinik ve Sosyodemografik Özellikler | N   | %     |
|--------------------------------------|-----|-------|
| Hastalık sayısı                      |     |       |
| Tek hastalık                         | 173 | 73.93 |
| Birden fazla hastalık                | 61  | 26.07 |
| Medeni durum                         |     |       |
| Evli                                 | 160 | 68.4  |
| Bekâr                                | 46  | 19.7  |
| Boşanmış                             | 6   | 2.6   |
| Dul                                  | 22  | 9.4   |
| Eğitim Durumu                        |     |       |
| Okuma yazma bilmiyor                 | 16  | 6.8   |
| İlkokul mezunu,                      | 59  | 25.2  |
| İlköğretim mezunu                    | 25  | 10.7  |
| Lise mezunu                          | 76  | 32.5  |
| Yüksekokul mezunu                    | 13  | 5.6   |
| Üniversite mezunu                    | 32  | 13.7  |
| Lisansüstü mezunu                    | 13  | 5.6   |
| Gelir seviyesi                       |     |       |
| Alt                                  | 14  | 6     |
| Alt orta                             | 27  | 11.5  |
| Orta                                 | 178 | 76.1  |
| Üst orta                             | 15  | 6.4   |
| Çalışma durumu                       |     |       |
| Çalışıyor                            | 79  | 33.8  |
| Çalışmıyor                           | 147 | 62.8  |
| Hastalık sebebiyle işini bırakma     | 8   | 3.4   |

|   |     |       |
|---|-----|-------|
| Psikiyatrik eş tanı                                 |     |       |
| Var   | 53  | 22.6  |
| Yok   | 178 | 76.1  |
| Hastane türü  |     |       |
| Özel Hastane  | 48  | 20.5  |
| Devlet Hastanesi                                    | 115 | 49.14 |
| Üniversite Hastanesi                                | 64  | 27.35 |
| Diğer (poliklinik, muayenehane, askeri hastane vb.) | 7   | 2.99  |
| Hastalık Süresi                                     |     |       |
| 3-6 ay  | 11  | 4.7   |
| 6-12 ay   | 18  | 7.7   |
| 1-3 yıl   | 36  | 15.4  |
| 3-5 yıl   | 37  | 15.8  |
| 5 yıl ve fazlası                                    | 132 | 56.4  |
| Toplam  | 234 | 100   |

### **Veri Toplama Araçları**

#### ***Hasta Memnuniyetini Değerlendirme Kısa Formu (HMDKF)***

Hasta Memnuniyetini Değerlendirme Kısa Formu (HMDKF), Hawthorne ve arkadaşları (2006) tarafından idrar kaçırma problemi olan hastaların tedavi memnuniyetini değerlendirmek amacıyla geliştirilen ancak madde içerikleri açısından klinikte pek çok hasta grubuna uygulanabilecek jenerik özellikte bir öz bildirim ölçeğidir. Avustralya hükümeti Yaşlanma ve Sağlık Birimi'nce desteklenen klinik araştırmalar sonucunda oluşturulmuştur. Ölçek, hasta memnuniyetini değerlendirmek için, daha öncesinde geliştirilmiş ölçeklerin maddelerinden ve klinisyenlerin önerdiği sorulardan oluşturulmuştur. Ortaya çıkan madde havuzundan psikometrik açıdan temsil ediciliği en yüksek yedi maddenin seçilmesiyle HMDKF'ye son hali verilmiştir (Hawthorne vd., 2006).

Ölçeğin 1., 2., 4. ve 7. maddeleri 0= Çok memnun, 1= Memnun, 2=Ne memnun ne memnuniyetsiz, 3=Memnuniyetsiz, 4=Çok memnuniyetsiz, 3. ve 6. maddeleri 0=Kesinlikle katılıyorum, 1=-Katılıyorum, 2=Emin değilim, 3=Katılmıyorum, 4=Kesinlikle katılmıyorum ve 5. maddesi ise 0=Her zaman, 1=Çoğu zaman, 2=Yarı yarıya, 3=Bazen, 4=Hiçbir zaman şeklinde değerlendirilmektedir. . Altıncı soru ters kodlanmaktadır. Ölçekten toplam puan alınmakta olup HMDKF puanı, 0-10 arasındaysa çok memnun, 11-18 puan arasındaysa memnun, 19-26 arasıysa memnuniyetsiz ve 27-28 puanı ise çok memnuniyetsiz olarak değerlendirilmektedir. Ölçekten alınan puanlar artması memnuniyetsizlik düzeyinin de arttığı anlamına gelmektedir (Hawthorne vd., 2014). HMDKF'nin orijinal çalışmasında iç tutarlılığının iyi düzeyde ( $\alpha = .85$ ) olduğu ve ayırt edici geçerlilik analizi kapsamında belirlenen klinik değişkenler üzerinde beklenen etkiyi gösteren ölçeğin tek faktörlü yapıda olduğu bulunmuştur (Hawthorne vd., 2006). Bu çalışma kapsamında ölçeğin Türkçe formunun uyarlama çalışması gerçekleştirilmiştir.

#### ***İlaç Uyumunu Bildirim Ölçeği (İUBÖ)***

Toplam beş maddeden oluşan ve 5'li Likert skalasında değerlendirilen ölçek, kronik hastalığı olan bireyler için önemli bir sağlık davranışı olan ilaç uyumunu değerlendirmek amacıyla Horne ve



Hankins (2001) tarafından geliştirilmiştir. Değerlendirme toplam puan üzerinden yapılmaktadır. Toplam puandaki artış ilaç uyumuna işaret etmektedir (Temeloğlu-Şen, Sertel-Berk ve Sindel, 2019). İUBÖ'nün Türkçe uyarlaması Temeloğlu-Şen, Sertel-Berk ve Sindel (2019) tarafından gerçekleştirilmiştir. Ölçeğin açımlayıcı (KMO=0.79; Barlett p=0.000) ve doğrulayıcı (GFI = 0,98, AGFI = 0,93, CFI = 0,97, NFI = 0,96, sRMR = 0,040, RMSEA=0,089) faktör analizi sonuçlarına göre tek faktörlü yapının Türkçede de geçerli olduğu belirtilmiştir. Ayrıca bu yapının güvenilirliğinin ( $\alpha = .78$ ) kabul edilebilir düzeyde olduğu görülmüştür (Temeloğlu-Şen, Sertel-Berk ve Sindel, 2019). Mevcut çalışmadaki güvenilirlik katsayısı .77 olup HMDKF'nin yapı geçerliğini değerlendirmek amacıyla kullanılmıştır.

### ***Kısa Semptom Envanteri-Depresyon (KSE-D)***

Kısa Semptom Envanteri (KSE), kişilerin yaşadıkları psikolojik zorlanma alanlarının ve düzeylerinin değerlendirilmesi amacıyla Derogatis (1977) tarafından oluşturulmuştur. Mevcut çalışmada ölçeğin 12 maddeden oluşan Depresyon alt ölçeği kullanılmıştır. Bu alt ölçek şimdi, geçmiş ve gelecekle ilgili umutsuz duyguları değerlendirilen 12 sorudan oluşmaktadır (Şahin ve Durak, 1994). Türkçe uyarlama çalışması Şahin ve Durak (1994) tarafından gerçekleştirilen ölçeğin iç tutarlılık katsayısı .95 olarak bulunmuştur. Mevcut çalışmadaki Cronbach'ın alfa katsayısı .95 olan KSE-D, HMDKF'nin yapı geçerliğini test etmek amacıyla çalışmaya dahil edilmiştir.

### ***Sosyodemografik ve Klinik Bilgiler Formu***

Bu formda öncelikle cinsiyet, yaş, eğitim durumu, medeni durum, aktif çalışma hayatı gibi sosyodemografik bilgiler alınmıştır. Bunun ardından, katılımcıların tedavi gördüğü asıl tanı, psikiyatrik tanısı, hastalık süresi, hastane türü gibi klinik özellikleri sorgulanmıştır. Klinik değişkenlerden hastane türü katılımcıların hizmet aldıkları merkezin özel, devlet ve üniversite hastanelerinden hangisi olduğunu incelemektedir. Ayrıca hastane türünün hasta memnuniyetine etkisi de ayırteci geçerliliğin test edilmesi kapsamında değerlendirilmiştir.

### ***İşlem***

HMDK'nin Türkçeye uyarlanması için ilk önce ölçeğin orijinal formunu geliştiren çalışma grubundaki araştırmacılardan gerekli izinler alınmıştır. Ardından, ölçeğin ana dilimize çevirisi iki İngilizce dili uzmanı tarafından gerçekleştirilmiştir. Elde edilen iki çeviri alanında uzman beş klinik psikolog tarafından her bir maddesi incelenerek ortak bir metin haline almıştır. Oluşturulan Türkçe metin iki Türk dili uzmanı tarafından gözden geçirilmiş ve anlaşılabilirlik seviyeleri değerlendirilmiştir. Buna göre uzmanlar her bir ifadeyi ayrı ayrı puanlamıştır. Bu puanlar çerçevesinde metin tekrar üç kişilik klinik psikolog ekibi tarafından gözden geçirilmiştir. Gerekli ifadelerin anlaşılabilirliğini arttırmak üzere gelen öneriler doğrultusunda ölçek tekrar düzenlenmiş ve ortak bir metin haline getirilmiştir. Metnin pilot uygulaması çeşitli kronik hastalıkları olan 20-65 yaş aralığındaki 10 kişi üzerinde gerçekleştirilmiştir. Pilot çalışmadan gelen öneriler doğrultusunda yeniden düzenlenen ölçek, iki İngilizce dil uzmanı tarafından orijinal diline çevrilmiştir. Bu çeviri metinleri iki klinik psikolog

tarafından tek bir form haline getirilerek ölçeğin geliştiricilerine geri yollanmıştır. Geliştiriciler tarafından bu haliyle uygulanabilirliğine dair onay alınan formun adaptasyon çalışması gerçekleştirilmiştir.

Veri toplamadan önce İstanbul Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Etik Kurulundan ve İstanbul Tıp Fakültesi Fiziksel Tıp ve Rehabilitasyon (FTR) Anabilim Dalı Kurulundan onaylar alınmıştır. Veri toplama süreci bir yandan İstanbul Üniversitesi FTR Anabilim Dalı'na çeşitli kronik hastalık şikayeti ile başvuran hastalarla bir yandan da İstanbul Üniversitesi Psikoloji Bölümü öğrencilerinin kronik hastalığı olan yakınlarıyla yürütülmüştür. Her iki uygulamada da araştırmanın içeriği ve ölçeğin uygulanmasıyla ilgili eğitim görmüş 30 öğrenciden destek alınmıştır. Mevcut araştırma kapsamlı bir çalışmanın bir bölümünü oluşturduğundan makalesi yayınlanmış olan İlaç Uyumunu Bildirim Ölçeği'nin Türkçe Uyarlamasının Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması (<https://doi.org/10.26650/IUITFD.413637>) künyeli araştırmadaki örneklem özellikleriyle benzerlik gösterir.

### ***Verilerin Analizi***

Verilerin istatistiki incelemesinde SPSS Windows 21.0 paket programı kullanılmıştır. İstatistiksel anlamlılık olan p değeri  $p < .05$  olarak kabul edilmiştir. Yapı geçerliliği amacıyla önce madde analizi yapılmış ve madde toplam puan korelasyonları hesaplanmıştır. Ardından temel bileşenler analizi ve Varimax döndürmesi ile açımlayıcı faktör analizi (KMO değeri) uygulanmıştır. Doğrulayıcı faktör analizi için yapısal eşitlik modellemesi (uyum değerleri) kapsamında Lisrel 8.51 versiyonu kullanılmıştır. Ölçeğin yapı geçerliliği kapsamında diğer ölçeklerle olan ilişkileri Pearson Korelasyon Analizi ile test edilmiştir. Ölçeğin ayırteci geçerliliği kapsamında Kruskal-Wallis testi kullanılmıştır. Güvenirliği için Cronbach Alpha iç tutarlılık katsayısı hesaplanmıştır.

### **BULGULAR**

HMKDF'nin Türkçe uyarlama çalışması kapsamında ölçeğin geçerlilik ve güvenirlik çalışması gerçekleştirilmiştir. Ölçeğin yapı geçerliliğinin sınanması için öncelikle madde analizi yapılmıştır. Yapılan madde analizine göre maddelerin toplam korelasyon değerlerinden en düşüğünün 6. madde ( $r=.50$ ) olduğu, diğerlerinin ise .55 ila .77 arasında değiştiği bulunmuş (Tablo 3.) ve bu aşamada ölçekten hiçbir madde elenmemiştir.

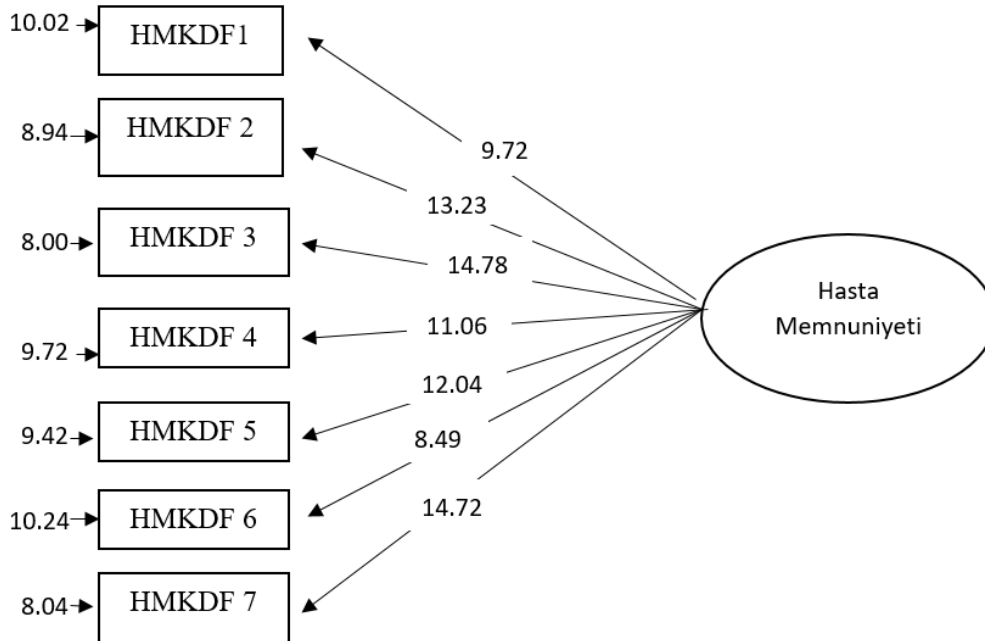
Ölçeğin faktör yapısı öncelikle açımlayıcı faktör analizi ile değerlendirilmiştir. Temel bileşenler analizi sonucunda HMKDF'nin Türkçe formu, orjinalinde olduğu gibi yedi maddeden oluşan ve varyansın %57.31'ini açıklayan tek faktörlü bir yapı göstermiştir (KMO=0.89; Ki Kare= 729.45; Barlett  $p=0.000$ ). . Ölçeğin Türkçe versiyonunun faktör ve madde analizi bulguları Tablo 3'te sunulmuştur. (Tablo 3).

**Tablo 3.** Hasta Memnuniyeti Kısa Değerlendirme Formu'nun Madde İçerikleri, Faktör Analizi Ve Madde Analizi Sonuçları

| Madde Numarası | İçerik   | Faktör Yüğü | Ortak Varyans | Madde Toplam Puan Korelasyonu |
|----------------|--|-------------|---------------|-------------------------------|
| 1.             | Tedavinizin/bakımınızın sonuçlarından ne kadar memnunsunuz?  | .67         | .45           | .55                           |
| 2.             | Tedavinizin/bakımınızın sonuçlarıyla ilgili doktorunuzun/diğer sağlık uzmanının yaptığı açıklamalardan ne kadar memnunsunuz? | .80         | .64           | .70                           |
| 3.             | Doktor/diğer sağlık uzmanı sizi muayene ederken tüm kontrolleri yapma konusunda çok özenliydi.                               | .84         | .71           | .76                           |
| 4.             | Aldığımız sağlık hizmetini etkileyen kararlarla ilgili seçimlerinizden ne kadar memnunsunuz?                                 | .73         | .53           | .61                           |
| 5.             | Doktor /diğer sağlık uzmanı tarafından size saygı duyulduğunu ne sıklıkta hissettiniz?                                       | .76         | .58           | .66                           |
| 6.             | Doktorla/diğer sağlık uzmanı ile geçirdiğiniz zaman fazla kısaydı.   | .61         | .37           | .50                           |
| 7.             | Hastanede/klinikte gördüğünüz ilgiden memnun musunuz?  | .85         | .72           | .77                           |

Açıklanan varyans, %57.31

Ölçeğin tek faktörlü yapısının doprulanması amacıyla yürütölen DFA'nın iyi düzeyde uyum istatistikleri ürettiği görölmüştür ( $\chi^2/df = 1.40$ , RMSEA= .042, GFI = .98, AGFI = .95, CFI = .99, NFI = .98, sRMR = 0.029) (Şekil 1). HMDKF'nin son halinin Cronbach Alpha katsayısının ise  $\alpha = .87$  olduğu gözlenmiştir.



\*HMKDF: Hasta Memnuniyeti Kısa Değerlendirme Formu

**Şekil 1.** Hasta Memnuniyeti Kısa Değerlendirme Formu'nun Doğrulayıcı Faktör Analizinden Elde Edilen Tahmin Değerleri

Ölçeğin yapı geçerliği kapsamında depresyon ve ilaç uyumu ile ilişkilerinin ise düşük güçte olmakla birlikte beklenen yönde ve anlamlı olduğu gözlenmiştir (Tablo 4).

**Tablo 4.** Hasta Memnuniyetinin İlaç Uyumu ve Depresyon Düzeyi Puanları ile İlişkisini Gösteren Pearson Korelasyon Analizi Sonuçları

|       | İUBÖ    | HMKDF  |
|-------|---------|--------|
| KSE-D | -.197** | .198** |
| HMKDF | -.201** |        |

*p*<.01\*\*; İUBÖ: İlaç Uyumunu Bildirim Ölçeği, KSE-D: Kısa Semptom envanteri Depresyon Alt Testi, HMKDF: Hasta Memnuniyeti Kısa Değerlendirme Formu

Ayırt edici geçerlilik sınaması amacıyla ise, hasta memnuniyetinin hastane türüne göre değişip değişmediği Kruskal-Wallis testi ile değerlendirilmiştir. Analiz sonuçları HMKDF puanlarının hastane türüne göre değiştiğini ( $\chi^2=14,72$ , *p*<.05) ve en yüksek memnuniyetin özel hastanelerde olduğu görülmüştür (Tablo 5).

**Tablo 5.** Hastane Türüne Göre Hasta Memnuniyeti Kısa Değerlendirme Formu Puanlarının Değişimi

| Hastane Türü  | N   | Ort   | Ss   | Min | Max |
|---|-----|-------|------|-----|-----|
| Özel Hastane  | 48  | 15,17 | 5,61 | 7   | 31  |
| Devlet Hastanesi                                    | 115 | 17,88 | 5,01 | 7   | 28  |
| Üniversite Hastanesi                                | 64  | 15,92 | 5,03 | 7   | 28  |
| Diğer (poliklinik, muayenehane, askeri hastane vb.) | 7   | 19,14 | 5,70 | 13  | 30  |

## SONUÇ, TARTIŞMA VE ÖNERİLER

Hasta memnuniyetinin ilişkisel perspektiften ele alınmasına dair vurgunun son yıllarda artış gösterdiği dikkat çekmektedir (Hawthorne, 2006; Press, 2006). Bu kapsamda mevcut çalışmada hasta memnuniyeti kavramını ilişkisel boyutuyla ele alan bir ölçeğin Türkçeye uyarlanması hedeflenmiş ve öncelikle ölçeğin geçerliliğine dair analizler gerçekleştirilerek faktör yükleri tespit edilmiştir. Ardından ölçeğin güvenirlik analizi yapılmıştır.

HMKDF'nin uyarlama çalışması kapsamında öncelikle maddelerin açımlayıcı ve doğrulayıcı faktör analizleri gerçekleştirilmiştir. Açımlayıcı faktör analizinde ölçeğin orijinal formda olduğu gibi tek faktörlü bir yapı gösterdiği bulunmuştur. Ayrıca ölçeğin tüm maddelerinin faktör yüklerinin yüksek düzeyde olduğu ve tek faktörlü yapının varyansın %57.31'ini açıkladığı görülmüştür. Doğrulayıcı faktör analizinde ise uyum istatistiklerinin iyi düzeyde olduğu tespit edilmiştir. Ölçeğin orijinal formunda geçerlilik Mokken ölçek analizi ile değerlendirilmiştir (Hawthorne vd., 2014). Orijinal formdan elde edilen değerler ölçeğin güçlü ve tek faktörlü yapıda olduğunu göstermiştir. Bu nedenle uyarlama çalışmasında elde edilen açımlayıcı ve doğrulayıcı geçerlilik değerlerinin temel çalışma (Hawthorne vd., 2014) ile benzerlik gösterdiği gözlenmiştir.

HMKDF'nin yapı geçerliği kapsamında ölçeğin Verbeek'in (2004) de önerdiği üzere hasta ile tedavi ekibi arasında iyi bir ilişki kurulduğu takdirde artması beklenen ilaç uyumu ile azalması beklenen

depresyon düzeyi ile ilişkisi değerlendirilmiştir. Gerçekleştirilen analizde HMKDF'nin ilaç uyumu ve depresyon düzeyi ile düşük güçte de olsa sırasıyla negatif ve pozitif yönde anlamlı ilişki gösterdiği görülmüştür. Literatürdeki çalışmalarda da kronik hastaların ilaç uyumları, depresyon ve hasta memnuniyetinin ilişkisini ortaya koyan çalışmalar mevcuttur (Bassett vd., 2012; Rossom vd., 2016; Verbeek, 2004). Bununla birlikte Türkiye'de bir grup Ankilozan Spondilit ve Romatoid Artrit hasta grubu ile gerçekleştirilmiş olan bir çalışmada hasta memnu niyet düzeyinin söz konusu değişkenlerle olan ilişkilerinin daha güçlü olduğu gözlenmiştir (Temeloğlu-Şen, 2019). Ancak mevcut çalışmada bu ilişkiler tanı açısından heterojen bir örnekleme incelenmiştir. Bu bulgu hasta memnuniyetinin ilaç uyumu ve depresyon ile ilişkilerinin farklı tanı gruplarına göre değişebileceğini akla getirmektedir. Klinik değerlendirmelerde bu hususun da dikkate alınması önerilebilir.

HMKDF'nin ayırt edici geçerliliğinin test edilmesi amacıyla hastaların tedavilerine devam ettikleri hastanelerdeki memnuniyet düzeyleri de karşılaştırılmıştır. Buna göre özel hastanede tedavi alan kişilerin diğer sağlık kurumlarına göre daha yüksek memnuniyet düzeyine sahip oldukları belirlenmiştir. Bu bulgu Zaim ve Tarım'ın (2010) araştırmalarının memnuniyetin özel sağlık hizmeti veren kurumlarda daha yüksek olduğunu gösteren sonuçları dikkate alındığında ölçeğin geçerliğine dair bir öte kanıt olarak değerlendirilebilir. Nitekim hasta memnuniyeti, sağlık ekibinin yetkinliği, ekip ile kurulan ilişkinin kalitesi, merkezin fiziksel imkanlar bakımından yeterliliği gibi pek çok bileşenden etkilenebilmektedir (Zaim ve Tarım, 2010). Türk sağlık sisteminde özel hastanelerin pek çoğu, sağlık ekipmanları açısından devlet hastanelerinden önemli düzeyde bir farklılık göstermese de bu kurumlarda hastalara ayrılan zaman, empatik tutum, hastaların karar verme süreçlerine dâhil edilmesi gibi ilişki bileşenlerde daha fazla hasta odaklı bir tutum sergilendiği görülmektedir (Baummer-Carr ve Nicolau, 2017; Kılıç ve Topuz, 2015; Zaim ve Tarım, 2010). Bu nedenle kamu hastanelerindeki memnuniyet düşüşünün fiziksel imkânlarla değil ilişki faktörlerden kaynaklandığı düşünülmektedir.

En son aşamada geçerliliği pek çok açıdan ortaya konan HMKDF'nin güvenilirliği değerlendirilmiştir. Ölçeğin güvenilirlik kapsamında iç tutarlılık Cronbach Alpha katsayısı  $\alpha = .87$  olarak bulunmuştur. Bu değer orijinal çalışma ile benzerlik gösterdiği ( $\alpha = .86$ ), ölçeğin Arapça formunda (Almehman vd., 2019) hesaplanan değerden ise ( $\alpha = .77$ ) yüksek olduğu dikkat çekmiştir. Buna göre, HMKDF'nin güvenilirliğinin orijinal çalışmayla benzer, diğer çalışmalardan ise yüksek olduğu söylenebilir.

Mevcut çalışmada HMKDF'nin hasta memnuniyetini değerlendirmede psikometrik açıdan kabul edilebilir özellikler gösterdiği söylenebilir. Ancak her çalışmada olduğu gibi mevcut çalışmanın da bazı kısıtlılıkları söz konusudur. Öncelikle, farklı kronik fiziksel hastalık kategorilerindeki vaka sayıları örnekleme eşit temsil edilmediğinden hasta memnuniyeti tanı grubu açısından değerlendirilememiştir. Yanı sıra, araştırmanın katılımcılarının bir kısmına araştırmacılar tarafından bizzat hastane ortamında ulaşılrken katılımcıların diğer bölümü ise bu konuda eğitim almış öğrenciler aracılığı ile ulaşılan öğrenci yakınları olmuştur. Bu yöntemsel farklılığın memnuniyet

düzeyleri üzerindeki olası etkisini de incelemek mümkün olmamıştır. Bununla birlikte, tek bir hastaneden ulaşmaktansa öğrenciler aracılığı ile farklı tanı gruplarına erişilmiş olması örneklemin temsil ediciliği açısından bir avantaj olarak da görülebilir. Nitekim bu sayede farklı hastane türlerinin de hasta memnuniyeti düzeyi ile ilişkisi de ele alınabilmiştir. Yine de örneklemin büyüklüğünün temsiliyet açısından dikkatle yorumlanması önerilmektedir. Öte yandan makalenin yazarları arasında yer alan araştırmacıların bir kısmı aynı zamanda veri toplanan klinikte sağlık hizmetlerini bizzat yürütüyor olduklarından bu durum katılımcıların memnuniyet düzeylerine dair sosyal istenir cevaplar verme eğilimine sebep olmuş olabilir. Ancak bu çalışmada sosyal istenirlik düzeyi değerlendirilmemiş olup ileriki çalışmalarda bu değişkenin karıştırıcı etkisinin ele alınması uygun olacaktır. Son olarak, hasta memnuniyeti kavramını ilişkisel perspektiften değerlendirmeyi hedefleyen HMKDF'nin, memnuniyet üzerinde önemli etkileri olan örgütsel bileşenleri değerlendirmedeği akılda tutulmalıdır. Gelecek çalışmalarda ölçeğe sağlık kuruluşunun fiziksel yeterliliğine dair eklenecek sorularla hasta memnuniyetini bütüncül olarak ölçmek mümkün olabilir.

Tüm bu kısıtlılıklara rağmen mevcut çalışmada HMKDF'nin kronik fiziksel hastalığı olan kişiler için geçerliliği ve güvenilirliği olan, psikometrik açıdan uygun bir ölçüm aracı olduğu söylenebilir. Ancak ölçeğin farklı kronik fiziksel hastalık tanı gruplarında nasıl özellikler göstereceği de ayrıca değerlendirilebilir. Bunun yanında, psikometrik açıdan güçlü kanıtlar sunan HMKDF'nin, hasta memnuniyetinin sağlık sonuçlarına olan etkisinin değerlendirileceği geniş kapsamlı çalışmalarda da kullanılabilirliği düşünülmektedir. Son olarak, hasta memnuniyetini ilişkisel olarak ele alan HMKDF kullanılarak yürütülecek araştırmalarda, ilişkinin diğer tarafı olan sağlık ekibinden alınacak bilgilerin de kavramın anlaşılmasına zenginlik katacağı düşünülmektedir.

## KAYNAKÇA

- Abswoude, A. A., Vermunt, J., Hemker, B., & Ark, L. A. (2004). Mokken Scale Analysis Using Hierarchical Clustering Procedures. *Applied Psychological Measurement, 28*, 332 - 354.
- Almehman, B. A., Mikwar, Z., Balkhy, A., Jabali, H., Hariri, B. S., & Baatiah, N. Y. (2019). Measuring patient satisfaction and factors affecting it in the general surgery setting in Jeddah. *Cureus, 11*(12), e6497. <https://doi.org/10.7759/cureus.6497>
- Bassett, J., Adelman, A., Gabbay, R., & Añel-Tiangco, R. M. (2012). Relationship between depression and treatment satisfaction among patients with type 2 diabetes. *Journal of Diabetes & Metabolism, 3*(7), 1000210.
- Baummer-Carr, A., & Nicolau, D. P. (2017). The challenges of patient satisfaction: influencing factors and the patient-provider relationship in the United States. *Expert Review of Anti-Infective Therapy, 15*(10), 955-962.
- Crow, H., Gage, H., Hampson, S., Hart, J., Kimber, A., Storey, L., & Thomas, H. (2002). Measurement of satisfaction with health care: Implications for practice from a systematic review of the literature. *Health Technology Assessment, 6*, 1-244.
- Derogatis, L. R. (1977). SCL-90-R administration, scoring and procedures manual. *Clinical Psychometric Research*.
- Derin, N. ve Demirel, E. T. (2013). Sağlık hizmetlerinde kalitenin göstergesi olan hasta memnuniyetine yönelik ölçek geliştirme çalışması. *The Journal of Academic Social Science Studies, 6*(2), 1111-1130.
- Donabedian, A. (1980). *Explorations in Quality Assessment and Monitoring, Volume I: The Definition of Quality and Approaches to Its Assessment*. Ann Arbor, MI: Health Administration Press.
- Donabedian, A. (1988). The quality of care: how can it be assessed?. *Jama, 260*(12), 1743-1748.
- Esselman, P. C., White, B. F., Chimes, G. P., & Kennedy, D. J. (2013). Patient Satisfaction Surveys: Tools to Enhance Patient Care or Flawed Outcome Measures? *PM&R, 5*(12), 1069-1076. <http://doi.org/10.1016/j.pmrj.2013.10.012>
- Fitzpatrick, R. (2007). Patient satisfaction. In S. Ayers, A. Baum, C. McManus, S. Newman, K. Wallston, J. Weinman, et al. (Eds.), *Cambridge Handbook of Psychology, Health and Medicine* (pp. 477-482). Cambridge: Cambridge University Press. doi:10.1017/CBO9780511543579.104
- Hawthorne, G. (2006). Measuring social isolation in older adults: development and initial validation of the friendship scale. *Social Indicators Research, 77*(3), 521-548.

- Hawthorne, K. L., Wainright, J. S., & Savinell, R. F. (2014). Studies of iron-ligand complexes for an all-iron flow battery application. *Journal of the Electrochemical Society*, 161(10), A1662.
- Hudak, P. L., McKeever, P., & Wright, J. G. (2003). The metaphor of patients as customers: Implications for measuring satisfaction. *Journal of Clinical Epidemiology*, 56(2), 103-108.
- Jerant, A., Fiscella, K., Fenton, J. J., Magnan, E. M., Agnoli, A., & Franks, P. (2019). Patient satisfaction with clinicians and short-term mortality in a US national sample: The roles of morbidity and gender. *Journal of General Internal Medicine*, 34(8), 1459-1466.
- Kabaroğlu, K., Eroğlu, S. E., Onur, Ö. E., Denizbaşı, A., & Akoğlu, H. (2013). Acil serviste hasta memnuniyetini etkileyen faktörlerin araştırılması. *Marmara Medical Journal*, 26(2), 82-89.
- Kılıç, T., & Topuz, R. (2015). Hastalarla iletişimin, hasta memnuniyetine etkisi: Özel, devlet ve üniversite hastanesi karşılaştırılması. *Sağlıkta Performans ve Kalite Dergisi*, 9(1), 78-97.
- Lempp, H., Galloway, J., & Hughes, L. D. (2015). How to manage patients' expectations in rheumatoid arthritis treatment. *International Journal of Clinical Rheumatology*, 10, 301-303.
- Moore, A. D., Hamilton, J. B., Krusel, J. L., Moore, L. G., & Pierre-Louis, B. J. (2016). Patients provide recommendations for improving patient satisfaction. *Military Medicine*, 181(4), 356-363. <https://doi.org/10.7205/MILMED-D-15-00258>
- Press, I. (2006). *Patient Satisfaction: Understanding and Managing the Experience of Care*. Chicago: Health Administration Press.
- Rossum, R. C., Shortreed, S., Coleman, K. J., Beck, A., Waitzfelder, B. E., Stewart, C., ..., & Simon, G. E. (2016). Antidepressant adherence across diverse populations and healthcare settings. *Depression and Anxiety*, 33(8), 765-774.
- Sabate, E. (2003). *World Health Organization. Adherence to long-term therapies: Evidence for action*. Retrieved March 29, 2007 from [http://www.emro.who.int/ncd/Publications/adherence\\_report.pdf](http://www.emro.who.int/ncd/Publications/adherence_report.pdf).
- Sitzia, J., & Wood, N. (1997). Patient satisfaction: A review of issues and concepts. *Social Science & Medicine*, 45(12), 1829-1843.
- Şahin, N. H., & Durak, A. (1994). Kısa semptom envanteri: Türk gençleri için uyarlanması. *Türk Psikoloji Dergisi*, 9(31), 44-56.
- Temeloğlu Şen, E. (2019). *Romatoid Artrit ve Ankilozan Spondilit Tanısı Almış Bireylerde Hastalık Algısı, İlaça Uyum Davranışı ve Sağlık Sonuçları Arasındaki İlişkiler: Öz Düzenleyici Model Açısından Bir İnceleme*. Yayımlanmamış Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.



- Temeloğlu Şen, E., Sertel Berk, H. ., & Sindel, D. (2019). The validity and reliability study of the Turkish adaptation of Medical Adherence Report Scale. *İstanbul Tıp Fakóltesi Dergisi*, 82(1), 52–61. <https://doi.org/10.26650/iuitfd.413637>
- van Campen, C., Sixma, H., Friele, R.D., Kerssens, J. J., & Peters, L. (1995). Quality of care and patient satisfaction: A review of measuring instruments. *Medical Care Research and Review*, 52(1), 109-133.
- Verbeek, J. (2004). Patient satisfaction: is it a measure for the outcome of care or the process of care? *Journal of Clinical Epidemiology*, 57(2), 217.
- World Health Organization. (1992). The ICD-10 classification of mental and behavioural disorders: Clinical descriptions and diagnostic guidelines. *Weekly Epidemiological Record Relevé Épidémiologique Hebdomadaire*, 67(30), 227-227.
- Yılmaz, M. (2001). Patient satisfaction: A criteria of health care quality. *Journal of Cumhuriyet University School of Nursing*, 5(2), 69-74.
- Zaim, H., & tarım, m. (2011). hasta memnuniyeti: kamu hastaneleri Üzerine Bir Alan Araştırması. *Sosyal Siyaset Konferansları Dergisi*, 59, 1-24.

## Ek1. Ölçek Maddeleri

**Yönergeler:** Her bir soruyu okuduktan sonra, sizi en iyi tanımlayan cevabı işaretleyiniz.

Cevap çeşitliliği sorudan soruya değişiklik gösterebilir, bu yüzden her bir soruyu dikkatlice okumak için zaman ayırın. Biliyoruz ki cevaplar bazen tam olarak sizi tanımlamayabilir, bu yüzden lütfen sizi tanımlamaya en yakın cevabı seçiniz. Bitirdiğinizde, tüm soruları cevapladığınızdan lütfen emin olun.

### 1. Tedavinizin/bakımınızın sonuçlarından ne kadar memnunsunuz?

- Çok memnunum
- Memnunum
- Ne memnunum ne memnun değilim
- Memnun değilim
- Hiç memnun değilim

### 2. Tedavinizin/bakımınızın sonuçlarıyla ilgili doktorunuzun/diğer sağlık uzmanının yaptığı açıklamalardan ne kadar memnunsunuz?

- Çok memnunum
- Memnunum
- Ne memnunum ne memnun değilim
- Memnun değilim
- Hiç memnun değilim

### 3. Doktor/diğer sağlık uzmanı sizi muayene ederken tüm kontrolleri yapma konusunda çok özenliydi.

- Kesinlikle katılıyorum
- Katılıyorum
- Emin değilim
- Katılmıyorum
- Kesinlikle katılmıyorum

### 4. Aldığınız sağlık hizmetini etkileyen kararlarla ilgili seçimlerinizden ne kadar memnunsunuz?

- Çok memnunum
- Memnunum
- Ne memnunum ne memnun değilim
- Memnun değilim
- Hiç memnun değilim

### 5. Doktor /diğer sağlık uzmanı tarafından size saygı duyulduğunu ne sıklıkta hissettiniz?

- Her zaman
- Çoğu zaman
- Kısmen
- Bazen
- Hiçbir zaman

### 6. Doktorla/diğer sağlık uzmanı ile geçirdiğiniz zaman fazla kısaydı.

- Kesinlikle katılıyorum
- Katılıyorum
- Emin değilim
- Katılmıyorum
- Kesinlikle katılmıyorum

### 7. Hastanede/klinikte gördüğünüz ilgiden memnun musunuz?

- Çok memnun
- Memnun
- Ne memnun ne memnun değil
- Memnun değil
- Hiç memnun değil

Geliş Tarihi:

20.04.2021

Kabul Tarihi:

06.03.2022


Yayımlanma Tarihi:

15.06.2022

Kaynakça Gösterimi: Uysal Cantürk, P., & Tangül, B. C. (2022). Üniversite öğrencilerinin romantik ilişkilere yönelik akılcı olmayan inançlarının bilişsel esneklik düzeyleri açısından incelenmesi. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 21(43), 55-67. doi: 10.46928/iticusbe.922918

## ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİN ROMANTİK İLİŞKİLERE YÖNELİK AKILCI OLMAYAN İNANÇLARININ BİLİŞSEL ESNEKLİK DÜZEYLERİ AÇISINDAN İNCELENMESİ


*Araştırma*

Pınar Uysal Cantürk 

Sorumlu Yazar (Correspondence)

İstanbul Yeni Yüzyıl Üniversitesi

[puysal@hotmail.com](mailto:puysal@hotmail.com)

Büşra Ceren Tangül 

İstanbul Yeni Yüzyıl Üniversitesi

[busraceren.tangul@yeniuyuzuil.edu.tr](mailto:busraceren.tangul@yeniuyuzuil.edu.tr)

Pınar Uysal Cantürk, İstanbul Yeni Yüzyıl Üniversitesi Psikoloji Bölümü Dr. Öğr. Üyesidir. Uygulamalı psikoloji, nöropsikoloji, bilişsel rehabilitasyon, geriatrik psikoloji, bilişsel esneklik alanlarında ders vermekte ve bu alanlarda araştırmalar yayınlamaktadır.

Büşra Ceren Tangül, İstanbul Yeni Yüzyıl Üniversitesi Psikoloji Bölümü araştırma görevlisidir. İstanbul Ticaret Üniversitesi Uygulamalı Psikoloji ve İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi Aile Danışmanlığı ve Eğitimi bölümlerinde yüksek lisans öğrencisidir.

# ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİN ROMANTİK İLİŞKİLERE YÖNELİK AKILCI OLMAYAN İNANÇLARININ BİLİŞSEL ESNEKLİK DÜZEYLERİ AÇISINDAN İNCELENMESİ

Pınar Uysal Cantürk  
[puysal@hotmail.com](mailto:puysal@hotmail.com)  
Büşra Ceren Tangül  
[busraceren.tangul@yeniyuzyl.edu.tr](mailto:busraceren.tangul@yeniyuzyl.edu.tr)

## Özet

**Amaç:** Bu çalışma üniversite öğrencilerinin romantik ilişkilere yönelik akılcı olmayan inanç düzeyleri ile bilişsel esneklik düzeyleri arasındaki ilişkiyi incelemek amacıyla gerçekleştirilmiştir.

**Yöntem:** Çalışmaya 203 üniversite öğrencisi katılmıştır. Öğrencilerin 126'sı kadın (%62,1), 77 'si (%37,9) erkektir. Araştırmada veri toplama aracı olarak hazırlanan anket formuyla katılımcılara demografik bilgi formu, Romantik İlişkilerde Akılcı Olmayan İnançlar Ölçeği ve Bilişsel Esneklik Envanteri uygulanmıştır.

**Bulgular:** Bilişsel esneklik düzeyi ve akılcı olmayan inançların toplam puan ortalamaları arasındaki ilişkiye bakılmış, akılcı olmayan inançlardan “sosyal zaman kullanımı”, “cinsiyet farklılıkları” ve “farklı düşünmek”in bilişsel esneklik azaldıkça arttığı sonucuna varılmıştır. Sınıf düzeyi arttıkça öğrencilerin bilişsel esneklik düzeyleri artmakta ve akılcı olmayan inançlara sahip olmaları azalmaktadır. Ayrıca ilişki yaşama durumuna göre öğrencilerin akılcı olmayan ilişki inançlarına sahip olmaları da farklılaşmaktadır.

**Özgünlük:** Üniversite öğrencilerinin romantik ilişkilere yönelik akılcı olmayan inançlarını saptamak, ileride kuracakları aile kurumunun işlevselliğine ilişkin bilgi sunabilecektir. Genç yetişkinlerin bilişsel esnekliğini arttırmaya yönelik yapılacak müdahaleler akılcı olmayan inançların ortaya çıkmasını engelleyecek, sağlıklı ve işlevsel ilişkilerin kurulmasına katkıda bulunabilecektir.

**Anahtar Kelimeler:** Üniversite Öğrencileri, Romantik İlişki, Akılcı Olmayan İlişki İnançları, Bilişsel Esneklik

**JEL Sınıflandırması:** I00

# INVESTIGATION OF UNIVERSITY STUDENT'S RELIABLE BELIEFS FOR ROMANTIC RELATIONS IN TERMS OF COGNITIVE FLEXIBILITY

## Abstract

**Purpose:** This study was carried out to examine the relationship between university students' irrational beliefs about romantic relationships and their cognitive flexibility levels.

**Method:** 203 university students participated in the study. 126 of the students were female (62.1%), 77 (37.9%) of them were male. Demographic information form, Irrational Beliefs in Romantic Relationships Inventory and Cognitive Flexibility Inventory were applied to the participants with the questionnaire form prepared as a data collection tool in the study.

**Findings:** The relationship between the level of cognitive flexibility and the total mean scores of irrational beliefs were examined, and it was concluded that "*social time use*", "*gender differences*" and "*thinking different*" among irrational beliefs increased as cognitive flexibility decreased. As the grade level increases, the cognitive flexibility levels of the students increase and their irrational beliefs decrease. Also, students' having irrational relationship beliefs differ according to the status of having a relationship.

**Originality:** Identifying university students' irrational beliefs about romantic relationships will provide information about the functionality of their future family institution. Interventions to increase the cognitive flexibility of young adults will prevent the emergence of irrational beliefs and may contribute to the establishment of healthy and functional relationships.

**Keywords:** University Students, Romantic Relationship, Irrational Relationship Beliefs, Cognitive Flexibility

**JEL Classification:** I00

## GİRİŞ

Romantik ilişki, üniversite çağındaki genç yetişkinlerin yaşamlarının merkezinde olan duygusal bir yaşantıdır (Gizir, 2013). Bu dönemde öğrencilerin romantik ilişkilere yönelik geliştirdikleri akılcı olmayan inançlar, yaşamlarının ilerleyen yıllarında uyumsuz ilişkiler geliştirebilmelerine neden olabilecektir (Demirtas-Zorbaz, Ulas ve Kepir-Svoly, 2015). Akılcı olmayan inançlar bireylerin duygu, düşünce ve davranışlarına olumsuz yönde etki ettikleri için bu inançları ortaya çıkaran etmenleri belirlemek önemli görülmektedir (Stackert ve Bursik, 2003).

Üniversite öğrencilerinin bilişsel esneklik düzeyleri ile akılcı olmayan romantik ilişki inancına sahip olmaları arasındaki ilişkiyi saptamayı amaçlayan bu çalışmanın sonucunda ortaya konulacak veriler toplumun en küçük yapı taşı olarak kabul edilen aile hakkında da çıkarımlarda bulunmaya olanak sağlayacaktır. Öğrencilerin bilişsel esneklik düzeyleri azaldıkça, romantik ilişkilere yönelik akılcı olmayan inançlara sahip olma düzeylerinin artacağı hipotezi ile gerçekleştirilen bu araştırmanın sonuçları romantik ilişkilere yönelik akılcı olmayan inançların ilişkili olduğu etmenlerin saptanmasına ve bu inançları ortaya çıkaran koşullar hakkında da çıkarım yapılmasına olanak sağlayacaktır.

Bu amaç ve önem doğrultusunda kolay örnekleme yöntemi ile araştırmacılar tarafından üniversite öğrencilerine, çevrimiçi platformda hazırlanan anket formu ulaştırılmıştır. Elde edilen veriler; sınıf düzeyi, cinsiyet, romantik ilişki durumuna göre incelenmiştir. Bilişsel esneklik düzeyi ve romantik ilişkilere yönelik akılcı olmayan inançlara sahip olma arasındaki ilişki hesaplanmış; bilişsel esneklik azaldıkça, romantik ilişkilere yönelik akılcı olmayan inançlara sahip olmanın arttığı sonucuna ulaşılmıştır.

## KAVRAMSAL VE KURAMSAL ÇERÇEVE

### *Romantik İlişki*

Romantik ilişki, ilişkiyi yaşayan tarafların isteyerek kurdukları; tutku, bağlılık ve yakınlık bileşenlerinden oluşan duygusal birlikteliktir (Boyacıoğlu, Akfırat ve Yılmaz, 2016; Reid ve diğer., 2019; Sarı ve Korkut-Owen, 2015). Ergenlik döneminin gelişim görevlerinden biri olması nedeniyle gençlerin yaşamlarının önemli bir bölümünü oluşturmaktadır (Aksu, Özsoy ve Dündar, 2018; Gizir, 2013; Korchmaros, Ybarra ve Mitchell, 2015; Saraç, Hamamcı ve Güçray, 2015). Ergenlik dönemindeki bireyler kimlik gelişimleri için önemli bir zaman dilimindedir ve geliştirdikleri her ilişki kimlik kazanımlarına katkıda bulunmaktadır. Bu dönemde kurulan romantik ilişkilerin gelecek döneme ışık tuttuğu düşünülmektedir bu nedenlerle romantik ilişkilerin genç yetişkinlik-geç ergenlik dönemlerine etkisini incelemek önemlidir. Uyumlu romantik ilişkiler kuran bireylerin yaşamlarından doyum sağladıkları, kendilerini huzurlu ve mutlu hissettikleri; sağlıksız ilişkilerin ise duygu durum bozuklukları, sosyal çatışmalar ve olumsuz benlik algısı gibi karşıt yaşantılara neden olduğu belirtilmektedir (Gizir, 2012, 2013; Küçükarslan ve Gizir, 2013).

### ***Akılci Olmayan İnançlar***

Bireyin kendini ve dünyayı algılama biçimi önemlidir ve bireyin algılamasında düşünme biçimleri önem taşımaktadır (Hamidi ve Hosseini, 2010; Stackert ve Bursik, 2003). Akılcı duygusal davranışçı yaklaşım, düşüncelerimizin duygu ve davranışlarımızı etkilediğini öne sürmektedir (Hamidi ve Hosseini, 2010; Karabacak ve Çiftçi, 2016). Romantik ilişki inançları da bir ilişkiye yönelik bireyin tutum ve beklentileridir, bu inançlar ilişkilerin gelişimi için önemli bir rol üstlenmektedir ve ilişkiden alınan doyumunu da etkilemektedir (Bilir, 2016; Gizir, 2013; Küçükarslan ve Gizir, 2013). Akılcı olmayan ilişki inançları gerçek dışıdır, çarpıtılmış beklentilere dayanmaktadır ve duygusal bozuklukların önemli bir nedenidir (Demirtas-Zorbaz, Ulas ve Kepir-Svoly, 2015). Akılcı olmayan düşünme biçimini etkileyen unsurların belirlenmesi önemlidir çünkü bu düşünme biçimi bireye yenilgiye uğramış gibi hissettirerek kendini koruma davranışını güçlendirir ve sonunda sosyal izolasyona ve uyum bozukluklarına neden olabilmektedir (Demirtas-Zorbaz, Ulas ve Kepir-Svoly, 2015; Stackert ve Bursik, 2003).

### ***Bilişsel Esneklik***

Bilişsel esneklik, bireyin farklı durumlara bilişsel olarak uyum sağlayabilme, problem çözerken farklı yollar geliştirebilme, alternatif yolları fark edebilme becerisidir (Asıcı ve İkiz, 2015; Sarı ve Korkut-Owen, 2015; Van Stockum Jr. ve DeCaro, 2020). Bilişsel esnekliği yüksek bireyler kendi limitlerinin farkındadır ve öğrenmeye açıktır (Çelikkaleli, 2014; Zmigrod ve diğer., 2019). Bu kişiler zorlayıcı durumlarla baş ederken daha sağlıklı yöntemleri kullanırlar, aniden gelişen durumlara kolayca uyum sağlarlar, problem çözerken farklı seçenekleri akılcı bir şekilde değerlendirirler ve zor durumları kolaylaştıracak çözümler üretirler (Çelikkaleli, 2014; Sarı ve Korkut-Owen, 2015; Zmigrod ve diğer., 2019).

Genç yetişkinlerin yaşamlarında merkezi önemde olan romantik ilişkileri etkileyen unsurlar olarak tutum ve inançları incelemek hem gençlerin duygusal yaşantılarına ışık tutmak hem de toplumun en küçük yapıtaşı olan aile kurumuna yönelik iyileştirme faaliyetlerine fırsat sunmak için önemlidir (Bener ve Günay, 2013; Karabacak ve Çiftçi, 2016). Alan yazın incelendiğinde romantik ilişki ile ilgili tutum ve inançların evli bireyler üzerinden ölçüldüğüne sık sık rastlanmaktadır fakat gençlerin yaşantılarının evliliğe yönelik tutumlarını etkileyeceği düşünüldüğünde evli bireylerdense üniversite öğrencilerini incelemek daha geniş bir bakış açısının sunulmasına katkı sağlayacaktır (Bilir, 2016; Küçükarslan ve Gizir, 2013). Bu araştırmada, üniversite öğrencilerinin romantik ilişkilere yönelik akılcı olmayan inançları ile bilişsel esneklik düzeyleri arasında ilişki olup olmadığı incelenmiştir. Ayrıca elde edilen verilerin sınıf düzeyine, cinsiyete ve romantik ilişki durumuna göre farklılaşım farklılaşmadığı incelenmiştir.

## YÖNTEM

İstanbul Yeni Yüzyıl Üniversitesi Fen, Sosyal ve Girişimsel Olmayan Sağlık Bilimleri Araştırmaları Etik Kurul'u tarafından değerlendirilen bu çalışma, 2020/06-455 sayılı toplantı sonucunda uygun bulunmuştur.

### *Araştırmanın Modeli*

Üniversite öğrencilerinin romantik ilişkilere yönelik akılcı olmayan inançları ile bilişsel esneklik düzeyleri arasındaki ilişkinin incelendiği bu çalışma, ilişki tarama modeli kullanılarak gerçekleştirilmiştir. İlişki tarama modeli, iki veya daha fazla değişkenin arasında bir ilişki olup olmadığını eğer bir ilişki varsa bu ilişkinin yönünü ve kuvvetini belirleyen araştırma modelidir (Karasar, 2009).

### *Araştırma Grubu*

Araştırmaya 203 üniversite öğrencisi katılmıştır. Katılımcıların 126'sı kadın (%62,1), 77'si (%37,9) erkektir. Öğrencilerin 25'i (%12,3) hazırlık, 34'ü (%16,7) birinci, 52'si (%25,6) ikinci, 31'i (%15,3) üçüncü ve 61'i (%30) dördüncü sınıf öğrencisidir. Katılımcıların 43'ünün (%21,2) daha önce hiç ilişkisi olmamış, şuan da bir ilişkisi yoktur; 14'ünün (%6,9) daha önce ilişkisi olmamış ancak şuan bir ilişkisi vardır; 69'unun (%34) daha önce de ilişkisi olmuş şuan da bir ilişkisi vardır ve 70'inin (%34,5) daha önce ilişkisi olmuş ancak şuan bir ilişkisi yoktur.

### *Veri Toplama Araçları*

Araştırmada üniversite öğrencilerinin akılcı olmayan inançlarını ölçmek amacıyla Sarı ve Korkut-Owen (2015) tarafından geliştirilen Romantik İlişkilerde Akılcı Olmayan İnançlar Ölçeği kullanılmıştır. Ölçek 30 maddeden oluşmaktadır. 5li likert tipteki ölçek "Hiç Katılmıyorum=1, Katılmıyorum=2, Kararsızım=3, Katılıyorum=4, Tamamen Katılıyorum=5" şeklinde; 1. ve 22. maddeler ters kodlanmıştır. Ölçek "aşırı beklentiler, sosyal zaman kullanımı, fiziksel yakınlık, zihin okuma, cinsiyet farklılıkları ve farklı düşünmek" olmak üzere altı alt boyuttan oluşmaktadır. *Aşırı Beklentiler* alt boyutu sekiz maddeden (21,23,24,25,26,27,28,29) oluşmaktadır. Kişinin partnerine yönelik gerçek dışı beklentilerini ifade etmektedir, iç tutarlık katsayısı .81 bulunmuştur. *Sosyal Zaman Kullanımı* alt boyutu altı maddeden oluşmaktadır (16,17,18,19,20,22) kişinin sosyal zamanını yalnızca partneriyle geçirmesini tercih etmesi gerektiği gibi gerçek dışı beklentilerini anlatmaktadır iç tutarlık katsayısı .78 bulunmuştur. *Fiziksel Yakınlık* alt boyutu üç maddeden (14,15,30) oluşmaktadır kişilerin partnerlerine yönelik her zaman partnerimi gördüğümde heyecan duymalıyım gibi gerçek dışı beklentileri ifade etmektedir güvenirlik katsayısı .53'tür. *Zihin Okuma* alt boyutu altı maddeden (5,6,7,8,9,10) oluşmaktadır partnerlerin birbirlerini konuşmadan anlayabilmesine yönelik gerçek dışı beklentileri ortaya koymaktadır iç tutarlık güvenirlik katsayısı .69 bulunmuştur. *Cinsiyet Farklılıkları* alt boyutu üç maddeden (11,12,13) oluşmaktadır ve cinsiyetler arasındaki farklılıkların ilişkilerde problem oluşturacağına yönelik gerçek dışı



düşünceleri anlatmaktadır iç tutarlık katsayısı .53'tür. *Farklı Düşünmek* alt boyutu dört maddeden (1,2,3,4) oluşmaktadır bireylerin ilişkilerinde aynı görüşlere sahip olmaları gerektiğine yönelik gerçek dışı inançları içermektedir ve bu alt boyutun iç tutarlık güvenirlik katsayısı .69 bulunmuştur. Bu çalışmada elde edilen Cronbach Alfa katsayısı ölçeğin tamamı için .85'tir.

Öğrencilerin bilişsel esneklik düzeylerinin romantik ilişkilere yönelik akılcı olmayan inançlara sahip olmasına göre değişip değişmediğini ölçmek için Gülüm ve Dağ (2012) tarafından Türkçe 'ye uyarlaması yapılan Bilişsel Esneklik Envanteri kullanılmıştır. Ölçek maddeleri “1=Hiç Uygun Değil, 2=Pek Uygun Değil, 3=Kararsızım 4=Uygun, 5=Tamamen Uygun” şeklinde kodlanmıştır 2, 4, 7, 9, 11 ve 17 ters puanlanan maddelerdir. Ölçeğin iki alt boyutu vardır. *Kontrol* alt boyutu yedi maddeden (2,4,7,9,11,14,15) oluşmaktadır ve iç tutarlık katsayısı .89 olarak rapor edilmiştir. *Alternatifler* alt boyutu ise 13 maddeden (1,3,5,6,8,10,12,13,16,17,18,19,20) oluşmaktadır ve iç tutarlık katsayısı .85 olarak hesaplanmıştır. Tüm ölçek için hesaplanan iç tutarlık katsayısı .90 bulunmuştur. Toplam puan arttıkça bireylerin bilişsel esneklik düzeylerinin arttığı belirtilmiştir.

### ***Verilerin Toplanması***

Araştırmacıların çevrelerinde kolay örnekleme yöntemi ile ulaşabildiği üniversite öğrencilerine anket formu elden teslim edilmiş, bilgilendirilmiş onamları alınmış, formu doldurmaları için gerekli süre tanınmıştır. Anketin doldurulma süresi yaklaşık 20 dakika sürmüştür, katılımcılar uygun oldukları zaman anket formunu doldurmuşlardır. Ardından formlar elden, kapalı bir poşet içerisine karışık olarak toplanmıştır. Bazı katılımcılar ise çevrimiçi olarak uygulanabilecek şekilde tasarlanan anket formunu bilgisayar, akıllı telefon ve benzeri internet erişimi sağlayabildikleri teknolojik aletleri kullanarak araştırmaya katılım sağlamışlardır. Çalışma süresince araştırma ve yayın etiğine uyulmuştur.

### ***Verilerin Analizi***

Bilişsel esneklik ve romantik ilişkilere yönelik akılcı olmayan inançlar arasındaki ilişkinin incelenmesi için Pearson Momentler Çarpımı Korelasyon Analizi kullanılmıştır. Romantik ilişkilere yönelik akılcı olmayan inançların ve bilişsel esneklik toplam puanının cinsiyet ve sınıf düzeyi açısından incelenmesi için ise Bağılantısız Örneklemeler için t-Testi kullanılmıştır. Son olarak daha önce ilişki yaşayıp yaşamamanın ve sınıf düzeyinin romantik ilişkilere yönelik akılcı olmayan inançları ve bilişsel esneklik düzeyine göre farklılaşp farklılaşmadığını belirlemek için tek yönlü varyans analizi (ANOVA) kullanılmıştır.

## **BULGULAR**

Bilişsel esneklik toplam puanı ve romantik ilişkilerde akılcı olmayan inançlardan *sosyal zaman kullanımı* toplam puanı arasındaki ilişkinin incelenmesi için yapılan korelasyon analizi sonucuna göre, bilişsel esneklik toplam puanı ile *sosyal zaman kullanımı* toplam puanı arasında negatif yönde, düşük derecede istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır,  $r=-0,15$ ;  $p<0,05$ . Analiz sonucunda elde

edilen determinasyon katsayısı ( $R^2= 0,02$ ) bilişsel esneklik toplam puanının %2'sinin sosyal zaman kullanımı puanları tarafından açıklandığını göstermektedir.

Aynı zamanda, bilişsel esneklik toplam puanı ile *cinsiyet farklılıkları* toplam puanı arasında da negatif yönde, düşük derecede istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır,  $r=-0,14$ ;  $p<0,05$ . Analiz sonucunda elde edilen determinasyon katsayısı ( $R^2= 0,01$ ) bilişsel esneklik toplam puanının %1'sinin cinsiyet farklılıkları puanları tarafından açıklandığını göstermektedir.

Akılcı olmayan romantik ilişki inançlarından *farklı düşünmek* toplam puanı ile bilişsel esneklik düzeyi toplam puanı arasında da negatif yönde, düşük derecede istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır,  $r=-0,27$ ;  $p<0,01$ . Analiz sonucunda elde edilen determinasyon katsayısı ( $R^2= 0,07$ ) bilişsel esneklik toplam puanının %7'sinin farklı düşünmek puanları tarafından açıklandığını göstermektedir.

Bilişsel esneklik toplam puanı ile akılcı olmayan romantik ilişki inançlarından *aşırı beklentiler*, *fiziksel yakınlık* ve *zihin okuma* toplam puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunamamıştır.

**Tablo 1.** Sosyal Zaman Kullanımı Toplam Puan Ortalamasının Cinsiyet Değişkeni Açısından Bağlantısız Örneklem için t-Testi ile Karşılaştırılması

| Kategoriler | N   | $\bar{x}$ | s.s. | t     | s.d. | P    |
|-------------|-----|-----------|------|-------|------|------|
| Kadın       | 125 | 13,12     | 3    | -5,63 | 200  | 0,00 |
| Erkek       | 77  | 16,34     | 5,13 |       |      |      |

Akılcı olmayan inançlardan *sosyal zaman kullanımının* öğrencilerin cinsiyetlerine göre değişip değişmediğini incelemek için yapılan analize göre, kadınların ve erkeklerin sosyal zaman kullanımı toplam puan ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır,  $t(200)=-5,63$ ;  $p<0,01$ . Erkeklerin toplam puan ortalamaları (ort.=16,34) kadınların toplam puan ortalamalarına (ort.=13,12) göre daha fazladır (Bk. Tablo 1).

Akılcı olmayan romantik ilişki inançlarından *aşırı beklentiler*, *fiziksel yakınlık*, *zihin okuma*, *cinsiyet farklılıkları* ve *farklı düşünmek* alt boyutları toplam puan ortalamaları cinsiyete göre farklılaşmamaktadır.

**Tablo 2.** Sosyal Zaman Kullanımı ve Zihin Okuma Ortalamalarının Sınıf Değişkeni Açısından Bağlantısız Örneklemeler için t-Testi ile Karşılaştırılması

| Veriler                                    | Kategoriler           | n   | $\bar{x}$ | s.s. | t    | s.d.   | p    |
|--|-----------------------|-----|-----------|------|------|--------|------|
| <b>Sosyal Zaman Kullanımı Toplam Puanı</b> | Hazırlık, 1,2 (Grup1) | 111 | 15,28     | 4,78 | 3,55 | 200    | 0,00 |
|  | 3 ve 4 (Grup2)        | 92  | 13,21     | 3,12 |      |        |      |
| <b>Zihin Okuma Toplam Puanı</b>            | Hazırlık,1,2 (Grup1)  | 110 | 20,51     | 4,55 | 3,08 | 192,31 | 0,00 |
|  | 3 ve 4 (Grup2)        | 92  | 18,51     | 4,64 |      |        |      |

İnanç oluşturmak ve bir inancın değişmesi kısa süreli bir sürecin sonunda gerçekleşmeyeceği için öğrenciler henüz üniversiteye başlayanlar (hazırlık, 1. ve 2. sınıflar) ve mezuniyete yakın olanlar (üçüncü ve dördüncü sınıflar) olarak iki farklı gruba ayrılmıştır. Grup1 ve Grup2'nin sosyal zaman kullanımı toplam puan ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır,  $t(200)=3,55$ ;  $p<0,01$ . Grup1'in toplam puan ortalaması (ort.=15,25) Grup2'ye göre (ort.=13,21) daha fazladır. Aynı zamanda Grup1 ve Grup2'nin zihin okuma toplam puan ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmuştur,  $t(192,31)=3,08$ ;  $p<0,01$ . Grup1'in toplam puan ortalamaları (ort.=20,51) Grup2'nin toplam puan ortalamalarına göre (ort.=18,51) daha yüksektir (Bk. Tablo 2).

Akılcı olmayan romantik ilişki inançlarından *aşırı beklentiler*, *fiziksel yakınlık*, *cinsiyet farklılıkları* ve *farklı düşünmek* alt boyutlarında Grup1 ve Grup2 toplam puan ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamıştır.

**Tablo 3.** Fiziksel Yakınlık Toplam Puan Ortalamasının Kişilerin İlişki Yaşama Durumları Açısından Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) ile İncelenmesi

| Kategoriler  | n   | $\bar{x}$ | s.s. | F     | P    |
|--|-----|-----------|------|-------|------|
| <b>Daha önce hiç ilişki yaşamadım, şuan da ilişkim yok</b> | 43  | 10,21     | 2,57 |       |      |
| <b>Daha önce hiç ilişki yaşamadım, şuan ilişkim var</b>    | 14  | 7,14      | 3,11 |       |      |
| <b>Daha önce de ilişki yaşadım şuan da ilişkim var</b>     | 69  | 7,12      | 3,10 | 11,84 | 0,00 |
| <b>Daha önce ilişki yaşadım ancak şuan ilişkim yok</b>     | 70  | 7,71      | 2,57 |       |      |
| <b>Toplam</b>  | 196 | 8,01      | 3,03 |       |      |

Fiziksel yakınlık hakkındaki akılcı olmayan tutum ortalamalarının kişilerin ilişki yaşama durumlarına göre incelenmesi için yapılan analize göre, daha önce hiç ilişki yaşamayıp şuan da ilişkisi olmayan, daha önce ilişki yaşamayıp şuan da ilişkisi olan, daha önce de ilişki yaşayan şuan da da ilişkisi olan ve daha önce ilişkisi olan ancak şu an ilişkisi olmayanların fiziksel yakınlık

toplam puan ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır,  $F(3,199)=11,84$ ;  $p<0,01$  (Bk. Tablo 3). Daha önce de şu anda da bir ilişki yaşamayanların fiziksel yakınlık toplam puan ortalamaları diğer gruplardan daha yüksek bulunmuştur.

Bilişsel esneklik toplam puan ortalamalarının kişilerin hazırlık, birinci, ikinci, üçüncü veya dördüncü sınıf olmasına göre değişip değişmediğini incelemek için tek yönlü varyans analizi (ANOVA) yapılmıştır. Bilişsel esneklik toplam puanları ile sınıf kategorileri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmuştur,  $F(4,199)=2,64$ ;  $p<0,05$ . Sınıf düzeyi arttıkça öğrencilerin bilişsel esneklik toplam puan ortalamaları artmaktadır.

## SONUÇ, TARTIŞMA VE ÖNERİLER

İlişki kurmak ve bu ilişkiyi sürdürmek genç yetişkinlik döneminin önemli psiko-sosyal gelişim görevlerinden biridir ve bu dönemde oluşturulan ilişkilerin ilerleyen dönemlerde kurulacak olan ikili ilişkilere temel olduğu bilinmektedir (Küçükarslan ve Gizir, 2013; Korchmaros, Ybarra ve Mitchell, 2015). Aynı zamanda bireylerin ruhsal durumlarına olumlu etki eden ikili ilişkiler sayesinde insanlar yaşamdan daha fazla zevk almaya başlar. Bu ilişkileri aracılığıyla hissettikleri güven ve mutluluk da kişisel gelişimlerine olumlu etki eder ve onları sosyal olarak daha uyumlu hale getirir (Gizir, 2012).

Gençlerin romantik ilişkilerine yönelik tutum ve algılarının onlara ilişkisel bir bakış açısı kazandırmasıyla ileriye dönük yaşayacakları romantik ilişkileri etkileyeceğinden, akılcı olmayan inançların olumsuz yönde bir ilişki gelişimine sebep olduğu düşünülmektedir (Karabacak ve Çiftçi, 2016). Bu nedenle gençlerin romantik ilişkilere yönelik tutumlarını incelemek, akılcı olmayan inançlarını belirlenmek ve bu inançların oluşmasına etki eden faktörleri saptamak önemli bir toplumsal veri sağlayacaktır. Üniversite öğrencilerinin sahip oldukları romantik ilişkilere yönelik akılcı olmayan inançların, bilişsel esneklik düzeyleri ile ilişkisinin incelendiği bu çalışmada araştırmanın hipotezini doğrulayan sonuçlara ulaşılmıştır.

Araştırmanın sonuçlarına göre akılcı olmayan inançlardan *sosyal zaman kullanımı*, *cinsiyet farklılıkları* ve *farklı düşünmek* inançları öğrencilerin bilişsel esneklik düzeyleri arttıkça azalmaktadır. Erkekler akılcı olmayan inançlardan *sosyal zaman kullanımına* daha fazla sahiptir. Bu sonuca göre erkek öğrenciler kadın öğrencilere göre partnerleriyle boş zamanlarını birlikte geçirmekten keyif almakta, partnerlerinin bireysel zaman geçirmeyi tercih etmelerini kendilerini sevmediği şeklinde yorumlamaktadır. Alan yazın incelendiğinde Saraç, Hamamcı ve Güçray (2015) çalışmalarında romantik ilişkilere yönelik inançların cinsiyete göre değişmediği sonucuna ulaşmışlardır. Gizir (2013) ise çalışmasında üniversite öğrencilerinin ilişki inançlarının cinsiyete göre değiştiğini bildirmiştir.

Hazırlık, birinci ve ikinci sınıf öğrencilerinin daha fazla *zihin okuma* inancına sahip olduğu bulunmuştur. Ayrıca sınıf düzeyi arttıkça öğrencilerin bilişsel esneklik düzeyleri de artmaktadır. Bilişsel esneklik düzeyinin artması *sosyal zaman* kullanımı, *cinsiyet farklılıkları* ve *farklı düşünmek* akılcı olmayan ilişki inançlarına sahip olmayı da azalmaktadır. Bu sonuçlar, yaş ve bununla beraber bilişsel esneklik düzeyi azaldıkça akılcı olmayan romantik ilişki inançlarına sahip olma hipotezini de destekler niteliktedir. Gizir (2013) de benzer şekilde çalışmasında birinci ve ikinci sınıf öğrencilerinin romantik ilişki inançlarının dördüncü sınıf öğrencilerinden farklılaştığını bulmuştur.

Hiç ilişkisi olmayan öğrenciler daha önce bir ilişkisi olmuş veya şu an ilişkisi olan öğrencilere kıyasla akılcı olmayan ilişki inançlarından *fiziksel yakınlık* inancına daha fazla sahiptir. Buna göre hiç ilişkisi olmayan öğrenciler, birlikte oldukları kişiyi gördüklerinde heyecanlanmaları, fiziksel olarak uyarılmış olmaları gerektiğine daha çok inanmaktadır. Belirgin derecede diğer gruplara oranla bu inanca sahip olmalarını etkileyen unsurların ileriki çalışmalarda belirlenmesi önemli bir veri elde edilmesini sağlayacaktır.

Türkiye örneklemini içeren alan yazında, üniversite öğrencilerinin romantik ilişkilerine yönelik tutum ve inançlarını inceleyen araştırmalar yeterli değildir ve bu konudaki araştırmalar daha çok evli bireyler üzerine yoğunlaşmaktadır. Fakat genç yetişkinlerin sahip oldukları tutum ve inançlar gelecekteki ilişkileri için belirleyici bir nitelik taşıyacaktır. İleride gençlerin sahip oldukları bu inançlar ile evlenip aile kuracakları düşünüldüğünde, akılcı olmayan ilişki inançlarının aile kurumuna ciddi zararlar verebileceği ön görülmektedir. Bu nedenle bu konunun detaylıca incelenmesi, akılcı olmayan ilişki inançlarını etkileyen faktörlerin belirlenmesi önemlidir. Sosyolojik bir çalışma olarak genç yetişkinlerin sahip oldukları olumsuz inançlar incelenebilir ve bunları azaltacak eğitimler düzenlenebilir. Böylece bireylerin iyi oluş hallerine ve ileride kuracakları aile birliklerine katkı sağlanabilecektir.

Örneklem sayısını arttırmak sonuçların güvenilirliğini arttıracaktır. Ayrıca verilerin normal dağılmasına rağmen kadın ve erkek öğrencilerin sayılarının birbirine yakın olması da cinsiyetler arası farklılığın belirgin bir şekilde ortaya çıkmasını sağlayabilecektir. Araştırma verileri pandemi sürecinde toplanmıştır; bu süreçte ilişkisi olan öğrencilerin sosyal destek ihtiyacı duymaları nedeniyle varılan araştırma sonuçlarının etkilenebileceği de düşünülmektedir. Bunlar çalışmanın önemli sınırlılıklarındandır. İlerleyen çalışmalarda ergenler, genç ve geç yetişkinler ile karşılaştırmalı bir çalışma yapmak, akılcı olmayan inançları etkileyen diğer unsurları belirlemek açısından da önemli olacaktır.

## KAYNAKÇA

- Aksu, H., Özsoy, S. ve DüNDAR, T. (2018). Üniversite öğrencilerinin romantik ilişkileri üzerine hissettikleri sosyal kontrol algısı. *International Journal of Human Sciences*, 15(2), 1317-1326.
- Asıcı, E. ve İkiz, F. E. (2015). Mutluluğa giden bir yol: Bilişsel esneklik. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 1(35), 191-211.
- Bener, Ö. ve Günay, B. (2013). Gençlerin evlilik ve aile yaşamına ilişkin tutumları. *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1 (1), 1-16.
- Bilir, S. E. (2016). *Türkiye'deki üniversite öğrencilerinin romantik ilişkilerinde işlevsel olmayan ilişki inançları ile ilişkisel benlik tutumlarının bağlanma kuramı çerçevesinde araştırılması* (Yüksek Lisans Tezi, Maltepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü).
- Boyacıoğlu, I., Akfırat, S. ve Yılmaz, A. E. (2017). Gender differences in emotional experiences across childhood, romantic relationship, and self-defining memories. *Journal of Cognitive Psychology*, 29(2), 137-150.
- Çelikkaleli, Ö. (2014). The relation between cognitive flexibility and academic, social and emotional self-efficacy beliefs among adolescents. *Eğitim ve Bilim*, 39(176), 347-354.
- Demirtas-Zorbaz, S., Ulas, O. ve Kepir-Savoly, D. D. (2015). University Student's Relationship's Believes: Sample of Turkey. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 185, 495-499.
- Gizir, C. A. (2012). İlişki İnançları Ölçeği'nin uyarlanması: Geçerlik ve güvenilirlik. (2012). *Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 8(2), 35-45.
- Gizir, C. A. (2013). Üniversite öğrencilerinin ilişki inançlarının cinsiyet ve romantik ilişki yaşama durumlarına göre incelenmesi. *Eğitim ve Bilim*, 38(170), 372-383.
- Gülüm, İ.V. ve Dağ İ. (2012). Tekrarlayıcı Düşünme Ölçeği ve Bilişsel Esneklik Envanteri'nin Türkçe'ye uyarlanması, geçerliliği ve güvenilirliği. *Anadolu Psikiyatri Dergisi*, 13, 216-223.
- Hamidi, F. ve Hosseini, Z. M. (2010). The relationship between irrational beliefs and social, emotional and educational adjustment among junior students. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 5, 1631-1636.
- Karabacak, A. ve Çiftçi, M. (2016). Üniversite öğrencilerinin evliliğe ilişkin tutumları ile romantik ilişkilerde akılcı olmayan inançları arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Psikoloji Çalışmaları*, 36(2), 25-43.
- Karasar, N. (2009). *Bilimsel Araştırma Yöntemi*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.

- Korchmaros, J. D., Ybarra, M. L. ve Mitchell, K. J. (2015). Adolescent online romantic relationship initiation: Differences by sexual and gender identification. *Journal of adolescence*, 40, 54-64.
- Küçükarslan, M. ve Gizir, C. A. (2013). Romantik İnaçlar Ölçeği'nin uyarlanması: Geçerlik ve güvenilirlik çalışmaları. *Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 9(2), 461-469.
- Küçükarslan, M. ve Gizir, C. A. (2014). Üniversite öğrencilerinin romantik ilişki inançlarının çeşitli değişkenler açısından incelenmesi. *Türk Psikolojik Dayanışma ve Rehberlik Dergisi*, 5(42), 148-159.
- Reid, A., Halgunseth, L. C., Espinosa-Hernández, G., Csizmadia, A., ve Card, N. (2019). Cultural values and romantic relationship satisfaction in Mexican adolescents: The moderating effects of parental psychological control and gender. *Journal of adolescence*, 77, 118-128.
- Saraç, A., Hamamcı, Z. ve Güçray, S. (2015). Üniversite öğrencilerinin romantik ilişki doyumunun yordanması. *Türk Psikolojik Dayanışma ve Rehberlik Dergisi*, 5(43), 69-81.
- Sarı, T. ve Korkut-Owen, D. (2015). Romantik İlişkilerde Akılcı Olmayan İnanlar Ölçeği'nin geliştirilmesi. *International Journal of Human Sciences*, 12 (1), 255-273.
- Stackert, R. A. ve Bursik, K. (2003). Why am I unsatisfied? Adult attachment style, gendered irrational relationship beliefs, and young adult romantic relationship satisfaction. *Personality and individual differences*, 34(8), 1419-1429.
- Van Stockum Jr, C. A. ve DeCaro, M. S. (2020). When working memory mechanisms compete: Predicting cognitive flexibility versus mental set. *Cognition*, 201, 104313.
- Zmigrod, L., Zmigrod, S., Rentfrow, P. J. ve Robbins, T. W. (2019). The psychological roots of intellectual humility: the role of intelligence and cognitive flexibility. *Personality and Individual Differences*, 141, 200-208.

Geliş Tarihi:  
03.06.2021  
Kabul Tarihi:  
10.03.2022  
Yayımlanma Tarihi:  
15.06.2022

Kaynakça Gösterimi: Hasırcı, I., Örcü, E., & Kurt, P. (2022).  
Covid-19 sürecinde üniversite öğrencilerinin örgütsel  
adalet algılarının uzaktan eğitime karşı tutumları ve  
yenilikçi davranış eğilimleri üzerine etkisi:  
Bir alan araştırması. *İstanbul Ticaret Üniversitesi  
Sosyal Bilimler Dergisi*, 21(43), 68-95.  
doi: 10.46928/iticusbe.947708


## COVID-19 SÜRECİNDE ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİN ÖRGÜTSEL ADALET ALGILARININ UZAKTAN EĞİTİME KARŞI TUTUMLARI VE YENİLİKÇİ DAVRANIŞ EĞİLİMLERİ ÜZERİNE ETKİSİ: BİR ALAN ARAŞTIRMASI

*Araştırma*

İtir Hasırcı 

Sorumlu Yazar (Correspondence)

[itir8686@gmail.com](mailto:itir8686@gmail.com)

Edip Örcü 

Bandırma Onyediy Eylül Üniversitesi

[eorucu@bandirma.edu.tr](mailto:eorucu@bandirma.edu.tr)

Pınar Kurt 

Bandırma Onyediy Eylül Üniversitesi

[pkurt@bandirma.edu.tr](mailto:pkurt@bandirma.edu.tr)

İtir Hasırcı, Bandırma Onyediy Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme doktora öğrencisidir. Örgütsel Davranış alanlarında araştırmalar yayınlamaktadır.

Prof. Dr. Edip Örcü, Bandırma Onyediy Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Yönetim ve Organizasyon Ana Bilim Dalı profesörüdür. Stratejik Yönetim, İşletme Bilimine giriş alanında ders vermekte ve bu alanlarda araştırmalar yayınlamaktadır.

Öğr. Gör. Pınar Kurt, Bandırma Onyediy Eylül Üniversitesi Sağlık Hizmetleri Meslek Yüksekokulu Optisyenlik Bölümü'nde öğretim görevlisi olarak çalışmakta ve aynı üniversitede işletme alanında doktora yapmaktadır.



# COVID-19 SÜRECİNDE ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİN ÖRGÜTSEL ADALET ALGILARININ UZAKTAN EĞİTİME KARŞI TUTUMLARI VE YENİLİKÇİ DAVRANIŞ EĞİLİMLERİ ÜZERİNE ETKİSİ: BİR ALAN ARAŞTIRMASI

İtir Hasırcı  
[itir8686@gmail.com](mailto:itir8686@gmail.com)  
Edip Örucü  
[eorucu@bandirma.edu.tr](mailto:eorucu@bandirma.edu.tr)  
Pınar Kurt  
[pkurt@bandirma.edu.tr](mailto:pkurt@bandirma.edu.tr)

## Özet

**Amaç:** Bu araştırmanın amacı Covid-19 sürecinde üniversite öğrencilerinin örgütsel adalet algılarının yenilikçi davranış ve uzaktan eğitime karşı tutumları üzerine etkisini araştırmaktır.

**Yöntem:** Araştırmanın evrenini, Bandırma Onyediy Eylül Üniversitesi'nde öğrenim gören 15.721 öğrenci oluşturmaktadır olup, örneklemini aynı üniversitede öğrenim görmekte olan 393 öğrenci oluşturmaktadır. Araştırmada veri toplama yöntemi olarak anket uygulaması gerçekleştirilmiştir. Anketlerden elde edilen verilerle frekans analizi, güvenilirlik analizi, normallik testi, korelasyon analizi ve regresyon analizi yapılmıştır.

**Bulgular:** Yapılan regresyon analizinin sonucuna göre örgütsel adalet algısının bir alt boyutu olan dağıtım adaletinin yenilikçi davranış eğilimleri üzerinde anlamlı bir etkisinin olduğu tespit edilirken, örgütsel adalet algısının diğer iki alt boyutu olan prosedür adaletinin ve etkileşim adaletinin yenilikçi davranış eğilimleri üzerinde anlamlı bir etkisi bulunamamıştır. Dağıtım adaleti ve prosedür adaletinin uzaktan eğitime karşı tutumları üzerinde anlamlı etkisinin olduğu tespit edilirken, etkileşimsel adaletin uzaktan eğitime karşı tutumları üzerinde anlamlı etkisinin olmadığı belirlenmiştir. Çalışmanın sonuç bölümünde elde edilen sonuçlar tartışılıp yorumlanmıştır.

**Özgünlük:** Araştırmanın konusu ile ilgili literatürde çok sayıda araştırmaya rastlanılmadığından bu çalışmanın alan yazına katkıda bulunması beklenmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Uzaktan Eğitim, Örgütsel Adalet Algısı, Yenilikçi Davranış Eğilimleri, Covid-19

**JEL Sınıflandırması:** I21, M54, O39

**THE EFFECT OF UNIVERSITY STUDENTS' PERCEPTIONS OF  
ORGANIZATIONAL JUSTICE ON THEIR ATTITUDES TO DISTANCE  
EDUCATION AND INNOVATIVE BEHAVIOUR TENDENCIES  
IN THE COVID-19 PROCESS: A FIELD STUDY**

**Abstract**

**Purpose:** The aim of this research is to investigate the effect of university students' perceptions of organizational justice on innovative behavior and attitudes towards distance education during the Covid-19 process.

**Method:** The population of the research consists of 15,721 students studying at Bandırma Onyedi Eylül University, and the sample consists of 393 students studying at the same university. Questionnaire was used as a data collection method in the research. Frequency analysis, reliability analysis, normality test, correlation analysis and regression analysis were performed with the data obtained from the questionnaires.

**Findings:** According to the results of the regression analysis, it was determined that distributive justice, a sub-dimension of organizational justice perception, had a significant effect on innovative behavior tendencies, while procedural justice and interactional justice, the other two sub-dimensions of organizational justice perception, did not have a significant effect on innovative behavior tendencies. While it was determined that distributive justice and procedural justice had a significant effect on their attitudes towards distance education, it was determined that interactional justice did not have a significant effect on their attitudes towards distance education.

**Originality:** The results obtained in the conclusion part of the study were discussed and interpreted. It is expected that this study will contribute to the literature, since there are not many studies in the literature on the subject of the research.

**Keywords:** Distance Education, Organizational Justice, Innovative Behaviour, Covid-19

**JEL Classification:** I21, M54, O39

## GİRİŞ

Covid-19 sürecinde birçok ülkede hükümetler, salgının yayılmasını engelleyebilmek için belirli kararlar almıştır. Bu kararlardan bir tanesi de eğitim sektörü ile alakalıdır. Bu bağlamda salgın ile mücadelede Güney Kore, Singapur, Tayvan, Hong Kong gibi ülkelerde; okulların, üniversitelerin ve diğer eğitim kurumlarının belirli bir süre kapatılmasına karar verilmiş ve yüz yüze eğitim modeli yerine uzaktan eğitim modeli bu ülkeler tarafından tercih edilmiştir. Türkiye’de de ilk vaka tespit edildikten sonra (11 Mart 2020) Sağlık Bakanlığı’nın önerisi ile okullar ve üniversiteler geçici süreyle kapatılmıştır (Keskin ve Özer Kaya, 2020: 64). Uzaktan eğitim, belli başlı merkezlerden yürütülen, kişilerin kendi kendilerine eğitim almasını amaçlayan, içeriklerin eğitim alanlarına özel olarak hazırlandığı ve çeşitli ortamlar aracılığıyla hizmete sunulduğu bir öğretim metodudur (Ak vd., 2021: 32). Öğrencilerin buldukları yerden eğitim imkânı almalarını sağlayan bu sistem, eğitmeni ve öğrenciyi birbirine bağlamaktadır.

Hakkaniyet kavramını bünyesinde barındıran adalet sözü bireylerin günlük yaşantılarında ihtiyaç duydukları bir olguyu ifade etmektedir. Örgütler ile ilgili araştırmalarda da dikkat çeken bir konu olan örgütsel adalet algısı, hem örgütler hem de işgörenler için önem arz etmekte, örgüte bağlılık, güven, işgören memnuniyeti gibi olgularla ilişkilendirilmektedir (Cropanzano vd., 2007: 37).

İnsanlar doğası gereği yeniliklere her zaman temkinli yaklaşmaktadır. Ancak yenilikçi davranışın işgörenler tarafından sergilenebilmesi için hem örgüt yapısının değerlendirilmesi hem de adalet ortamının sağlanması şarttır. Uzaktan eğitim sisteminin geliştirilmesi için zamana ihtiyaç olması, sisteme erişim için gerek duyulan bilgisayar gibi araçlara ulaşamaması, sistemsel sorunlar, uzun süre bilgisayar, telefon ve tablet gibi cihazların kullanımı ile yaşanan problemler bu sistemin dezavantajlarını oluşturmaktadır. Bu hususlarla birlikte küreselleşen dünyada bireylerin başarılı ve verimli olmaları için yenilikçi olabilmeleri de önemli hale gelmiştir. Bu noktada, Covid-19 sürecinde öğrencilerin hem mesleki bilgi edinebilmeleri hem de eleştirel düşünebilmeleri için uzaktan eğitimin dezavantajları etkili olmuş, öğrencilerin üniversiteleri ile ilgili adalet algıları, yenilikçi davranışları Covid-19 süreci ile ön plana çıkmıştır.

Araştırmamız kapsamında yapılan literatür taramasında COVID-19 sürecinde öğrencilerin uzaktan eğitim ile ilgili görüşleri doğrultusunda araştırmaların yapılmış olduğu görülmüştür (Durak ve diğerleri, 2020; Genç ve Gümrükçüoğlu, 2020) Ancak üniversite öğrencilerinin yenilikçi davranış eğilimleri ve örgütsel adalet algıları ile ilgili çalışmaya rastlanmamıştır. Bu nedenle bu çalışma geleneksel yöntemlerle eğitim görmeye alışmış öğrenciler ve geleneksel yöntemlerle eğitim vermeye alışmış akademisyenler açısından web tabanlı uzaktan eğitim modelinin nasıl karşılandığını açıklayacaktır. Değişimin ve yenilikçiliğin en önemli rekabet avantajlarından olduğu günümüz koşullarında üniversite öğrencilerinin yenilikçi davranışlarının artırılmasına dönük önerilerin yer alması çalışmamızın önemini arttırmaktadır. Covid-19 sürecinde üniversite öğrencilerinin adalet

algılarının uzaktan eğitime karşı tutumları üzerindeki etkisini araştıran ender çalışmalardan biri olması çalışmanın literatüre katkısını oluşturmaktadır.

## **KAVRAMSAL ÇERÇEVE**

### ***Uzaktan Eğitim***

Önceleri mektup aracılığıyla bireylere hitap eden bu eğitim modeli daha sonra televizyon ve internet vasıtasıyla yaygınlaşmaya başlamış, artan eğitim ihtiyacını karşılayan önemli bir etmen haline gelmiştir (Bakioğlu ve Çevik, 2020: 120). Günümüzde gelişmekte olan bilgisayar ve iletişim teknolojilerinin hayatın her aşamasına girmesiyle birlikte bu alanda bilgiye duyulan istek artmaya devam etmektedir. Bilgisayar ve iletişim teknolojileri vasıtasıyla bireyler, buldukları bölgelerde dünyada yaşanan gelişmeler ve yenilikler ile ilgili bilgi alma imkânına sahip olmaktadır. Bilgi üretiminin hızla artması hem öğrencilerin hem de iş görenlerin ev ve işyerlerinden ayrılmadan ilgilendikleri konu ile ilgili bilgi edinmelerini sağlamakta ve bu bilgilerin doğruluğunu test etme imkânı sağlamaktadır. Bu sebeple internet ağını ve bu ağda bulunan bilgileri doğru kullanmak için bireylerin doğru eğitilmeleri önem arz etmektedir.

Covid-19 döneminde yaygın olarak tercih edilen uzaktan eğitim gitgide önem kazanmaya başlamış, hem iş görenlerin hem de öğrencilerin farklı bir alana yönelmelerine, kabiliyetlerini geliştirmelerine de vesile olmuştur. Literatürde uzaktan eğitim ile ilgili birden fazla tanım bulunmaktadır. Kaya (2002) uzaktan eğitimi, hayat boyu öğrenme olanağını sağlayan, teknolojiden yararlanan kişilerin kendi kendilerine bilgi edinmelerinin önünü açan bir disiplin olarak tanımlamaktadır. İşman (2011) uzaktan eğitimi, hem öğrencilerin hem de öğretmenlerin aynı sınıf ortamında olmasına gerek duyulmadan teknoloji vasıtasıyla eğitim-öğretim faaliyetlerini sürdürmeleri şeklinde tanımlamıştır. Moore ve Anderson (2003) uzaktan eğitimi, iletişim teknolojileri vasıtasıyla eğitimci ve öğrenci arasında kurulan köprü şeklinde tanımlamaktadır (Moore ve Anderson, 2003). Koloğlu vd. ise öğretmen ve öğrencinin zaman ve mekandan bağımsız bir şekilde iletişime geçmek amacıyla farklı teknolojileri kullandıkları öğretim modelini uzaktan eğitim şeklinde tanımlamaktadırlar (Koloğlu vd., 2016: 5266).

Öğrenci ve öğretmen arasındaki etkileşimin ortaya çıkmasına vesile olan uzaktan eğitim senkron ve asenkron uygulamalardan yararlanmaktadır. Senkron eğitim, öğretmenlerin ve öğrencilerin ayrı mekânlarda etkileşim halinde buldukları ve çift taraflı iletişimin gerçekleştiği bir modeldir. Asenkron eğitim ise öğrenciye eğitmenin bağımsız olarak kendi kendine öğrenme imkânı sağlamaktadır (Yorgancı, 2015: 1410). Web tabanlı uzaktan eğitimin en önemli avantajlarından biri sanal bir kampüs ortamı yaratması ve asenkron eğitime olanak tanımasıdır (Maly vd., 1998: 661). Öğrenciler sistemde bulunan tüm içeriklere diledikleri vakitte ulaşabilmekte ve kaynaklardan faydalanabilmektedirler. Sunulan bu esneklik, maliyet avantajları ile bir araya geldiğinde ideal bir eğitim modelinin oluşumuna olanak sağlayacaktır (Carswell ve Venkatesh, 2002: 477). Eğitimin zamandan ve mekândan bağımsız oluşu web tabanlı eğitim faaliyetlerinin giderek yaygın hale

gelmesinin önünü açmıştır. Çalıştığı için zaman sıkıntısı çeken veya eğitim verildiği halde fiziki olarak ortamda bulunamayan bireyler açısından web tabanlı uzaktan eğitim önemli bir tercih sebebi olmuştur (Aslantürk, 2002: 5). Yüz yüze eğitim olanağına sahip olmayan bireyler için erişim imkânı sağlanması, eğitim maliyetlerini en aza indirmesi, kolay ve sürdürülebilir nitelikte olması, mevcut eğitim sisteminin eksik kaldığı durumlarda yeni olanaklar sunarak kitle eğitimi sağlaması, dünyanın değişik bölgelerinde yaşayan öğrenci ve öğretmenlerin bir araya gelip iletişim kurmalarına olanak tanınması, dünya üzerindeki farklı üniversitelerin eğitim olanaklarından yararlanma imkânı sağması uzaktan eğitimin faydaları olarak bilinmektedir (Ak vd., 2021: 37);

Covid 19 pandemisi nedeniyle tercih edilen bu eğitim sistemi hem öğrencileri hem de akademisyenleri etkilemiş ve iki tarafı da şartlara uyum sağlamak mecburiyetinde bırakmıştır. Bu yeni sistemle ilk defa karşılaşan taraflar da belirli zorluklarla karşılaşmıştır (Kurnaz ve Serçemeli, 2020: 278). Bu nedenle bu araştırma, geleneksel yöntemlerle eğitim görmeye alışkın olan öğrenciler ve akademisyenler açısından web tabanlı modelin nasıl karşılandığını açıklayacaktır.

### ***Örgütsel Adalet Algısı***

İşgörenlerin çalıştıkları örgüte dair algıladıkları bir kavram olarak tanımlanan örgütsel adalet, bu algıların örgütü nasıl etkilediğini de ele almaktadır (Yıldız vd., 2015: 56). Örgütsel adaletin en önemli göstergeleri, ceza, örgüt, terfi ve ücret gibi unsurların örgüt içerisinde nasıl dağıtıldığı ve iş görenlere nasıl iletildiği şeklindedir (Karacaoğlu ve Yörük, 2012: 50). Bu hususların yanısıra örgütsel adalet, etik ve adaletli uygulamaların örgütlerde hâkimiyet kurmasını ve teşvikini ele almaktadır. İşgörenlerin üstleriyle, iş arkadaşlarıyla, örgütle ilişkilerini ele alan örgütsel adalet algısı kavramı ile işgörenler, kendilerine adil davranıldığından emin olmak isterler (Greenberg, 1996). İşgörenlerin motivasyonları ve performansları azalması, bu durumları takiben işten uzaklaşma, saldırgan tutumlar gibi örgüt hedeflerini gerçekleştirilmede zorluklar yaşanması örgütsel adaletsizliğin sonuçları olarak açıklanmaktadır (Cohen-Charash vd., 2001: 312). İşgörenin yaşadığı zorluklar, stresin ve gerginliğin en üst seviyelere ulaşmasına da neden olacaktır (İplik, 2009: 111). Eğitim kurumlarında da eğitimcilerin performans, verimlilik ve örgüte olan bağlılıklarını arttırmak için, örgütsel adalet algısı kavramına gereken ehemmiyeti vermek şarttır.

Örgütsel adalet algısı ile ilgili literatürde farklı tanımlar bulunmaktadır. İçerli (2010), örgütsel adalet algısını yöneticilerin örgüt ve işgörenlerle ilgili kararlarının işgörenler tarafından olumlu bir şekilde algılanması olarak tanımlamaktadır (İçerli, 2010: 82). Altınkurt ve Yılmaz (2010) ise örgütsel adalet algısını işgörenlerin çalıştıkları örgütteki dağıtıma, işleyişe, etkileşimlere ilişkin algıları şeklinde tanımlamaktadır (Altınkurt ve Yılmaz, 2010: 470). Karriker'e (2009) göre örgütsel adalet, işgörenlerin çalıştıkları örgütteki süreçlerin, görevlerin, ödüllerin, kendilerine sergilenen davranışların adaletli olup olmadığına dair bir tutum geliştirmeleridir (Karriker, 2009: 122).

Örgütsel adalet algısı kavramının karmaşık yapısı, örgütte kararların nasıl alındığı, işgörenlerin üstleri tarafından hangi muamelelere maruz kaldığı ve ne kadar ücret aldıkları gibi soruları

düşündürmektedir. Bu soruların yanıtı 4 boyut ile Greenberg (1987) tarafından tanımlanmıştır (Özkalp ve Kirel, 2013: 50; Greenberg, 1987: 44). Örgütsel adaletin boyutları tarihsel süreçte de ele alındığında, eşitlik ve motivasyon arasındaki ilişkiyi açık bir şekilde gösteren, işgörenlerin çabaları sonucu elde ettikleri kazancın oranının, diğer işgörenlerin elde ettikleriyle orantılı olmasını beledikleri Adams'ın Eşitlik Teorisi'ne atıfta bulunduğu bilinmektedir. Örgütsel adalet üç boyuttan meydana gelmektedir. Bu boyutlar;

**-Dağıtım Adaleti:** İşgörenlerin örgütün sahip olduğu ücret, terfi, iş koşulları, ceza gibi usulleri ne kadar adil dağıttıkları ile ilgilenmektedir (Çolakoğlu ve diğerleri, 2021: 104). Eşitlik kuramı içerisinde bulunan bu kavram, işgörenlerin kendi gayretleri neticesinde elde ettiklerini diğerleri ile kıyaslamalarına imkân tanımaktadır. Bu kıyas ile arada bir denge gördüklerinde eşitliğin sağlandığına da emin olabilirler. Eğer eşitsizlik olduğunu düşünürlerse bu olumsuz durum performanslarını da etkileyebilir (Eren, 2011: 21).

**-Prosedür Adaleti:** Ücret, terfi, çalışma koşulları gibi durumların tespit edilmesinde kullanılan prosedürlerin ve politikaların ne derece adil olduğu ile ilgilenmektedir (Özler, 2012: 44). Leventhal (1980: 38) prosedürlerin 6 şart ile adil olabileceğini öngörmektedir. Bunlar şartlar (Sökmen vd., 2013: 51);

- 1- Dağıtım kanallarının tutarlı olması şartı ile
- 2- Dağıtım ve uygulama esnasında işgörelere karşı ön yargı ile yaklaşmamak şartı ile
- 3- Bilgilerin doğru olması şartı ile
- 4- Bazı kararların işgörelerin itirazları sonucunda düzeltilmesi ile
- 5- İşgörelerin kararlarına etki edebilecek temsilcilerin seçimi ile
- 6- Örgütte alınacak kararların işgörelerin etik değerlerine uyum sağlaması şartı ile.

Yasal ve politik bağlamda dağıtım adaleti, spesifik kazanımlar ile ilişkili iken, prosedür adaleti sistem ya da kurumların karakteristikleri ile ilgilidir (Akram ve diğerleri, 2020: 120). Bu hususa göre prosedür adaletinin, karar verme süreci ile yakından ilgili olduğu düşüncesi üzerine yoğunlaşmak yerinde olacaktır.

**-Etkileşimsel Adalet:** Yöneticilerin prosedürleri işgörelere kabul ettirmesi ve uygulaması esnasında sergilediği davranışların ne kadar adil olduğu ile alakalıdır (Van Scotter, 2000). Etkileşim adaleti kişilerarası ve bilgi adaleti olmak üzere iki grupta ele alınmaktadır (Battal, 2020: 2367). Kişilerarası adalet, yöneticilerin işgörelere gösterdikleri saygı ve aldıkları kararları işgörelerin nasıl algıladıkları ile alakalı iken, bilgi adaleti, ücret, terfi gibi unsurlarla ilgili hususların nasıl algılandığı ile alakalıdır (Çolakoğlu ve diğerleri, 2021: 105).

Örgütlerde gerçekleşebilecek bir adaletsizlik hali örgütün değerleri arasındaki uyumsuzluktan meydana gelmekte ve örgütten ayrılmaya kadar sürmektedir (Akram ve diğerleri, 2020: 120). Adil

olmayan bir örgütte çalıştığını düşünen işgören, motivasyonunu, iş tatminini ve örgüte bağlılığını kaybedecek iş yerinde çalışmaktan gurur duymamaya başlayacaktır.

### ***Yenilikçi Davranış Eğilimleri***

Yenilik, yeni ve özgün olanı açıklayan bir kavram olarak literatürde yerini almaktadır. Plessis (2007) yeniliği, örgütlerin daha iyi çıktılar elde etmek ve pazarda rekabet fırsatları sağlamak için yeni fikirler üretmesi olarak tanımlamaktadır (Plessis, 2007: 24). Sweeney ise yeniliği, örgütlerdeki bir uygulamada, süreçte, örgütün yapısında ve elde edilen çıktılarda olumlu sonuçlar veren değişikliklerin tamamı olarak açıklamaktadır (Sweeney, 2016: 171). Janssen (2000) yenilikçi davranış kavramını örgüt için faydalı olacak fikirlerin işgörenler tarafından oluşturulması ve uygulamaya konulması şeklinde açıklamaktadır (Janssen, 2000: 292). Bu sebeple örgütlerdeki insan kaynakları uzmanları, yöneticiler işgörenleri yenilikçi davranışa yönlendirmeyi hedeflemektedirler. Yenilik için sadece özgün fikirleri kapsayan bir kavram olduğu düşüncesi kâfi değildir. Bu özgün fikirler geliştirilip, yayılıp, uyarlandığında yenilik kavramı anlamlı hale gelmektedir (Damanpour, 1991: 571).

Örgütlerde yenilikçi davranış, yeni ürünlerin sunulması, yeni pazar fırsatlarının sağlanması, yeni üretim tekniklerinin geliştirilmesi şeklinde gerçekleşebilir (Diedre vd., 1997: 45). Bu eylemler örgütlerin rekabet fırsatlarını kuvvetlendiren ve diğer örgütlerden farklı olmasını sağlayan unsurlardan ibarettir. Açıklanan tanımların yanısıra önemli olan husus işgörenleri yenilik yapmaya itmek ve yenilikçi davranışlarının nedenlerini araştırmak olacaktır. Bu nedenler;

-Bu nedenlerin en başında örgütlerdeki değişimlerin işgörelere yansımaları gelmektedir. Küçülmeye giden örgütlerde işgörel işlerini kaybetme korkusuyla baş başa kalmakta ve bu nedenle örgüt içi pozisyonlarını sabitleyip, çalışma arkadaşlarıyla rekabet ortamı yaratabilmek için yenilikçi davranış sergilemektedirler (Geisler, 1993: 58).

-Bir diğer neden ise bağımsızlık elde etmek ve örgüt içi ödüllere ulaşabilmek adına yenilikçi davranış sergilemeleridir (Sweeney, 2016: 169).

-Örgüt içi kronikleşmiş sebepler de işgörelerin yenilikçi davranış eğilimlerine yönelmelerine ve sorunları bu şekilde çözmelerine imkân tanımaktadır (Borins, 2000: 505).

Bir düşünce pratik maliyetle ve güvenilir halde ortaya koyulduğunda yenilikten söz edilebilir (Senge, 2000: 80). Yenilikçi davranış eğilimleri kavramı, değişik fikirlerin yaratılması, gelişimi, uygulanması, tanımlanması gibi süreçleri kapsamaktadır (Thurlings vd., 2015: 455). Yenilikçi davranış eğilimlerini savunan işgörelerin, durumları farklı boyutlardan değerlendirdiği, bu değerlendirme sonrasında en gerçekçi çıkarımları yaptığı, bu çıkarımları iş arkadaşları ile paylaştığı ve kalıcı hale gelmesi için emek sarf ettikleri söylenebilir (Hasırcı, 2020: 55).

Eğitim ile ilgili örgütler de değişen çevre koşullarına göre kendilerini yapılandırıp, iyi sonuçlar elde edebilir, diğer okullarla rekabet sağlayabilir ve öğrencilere de değişen dünyanın şartlarına uyum

sağlamaları konusunda destek olabilirler. Eğitim sisteminde reform sağlamak için akademisyenlerin ve yöneticilerin olası yenilikleri kabullenip, yaymaları ve dolayısıyla yenilikçi davranış sergilemeleri önem arz etmektedir. Okullarda eğitimcilerin yenilikçi davranışlarının önem arz etmesinin üç temel sebebi vardır. Bu sebepler (Demircioğlu vd., 2016: 1130);

-Yenilikçi davranış eğilimleri ile kişiler değişen dünyaya daha hızlı ayak uydurmak mecburiyetindedirler,

-Eğitim öğretim ile ortaya çıkan teknolojik yenilikler yenilikçi davranışı zaruri kılmaktadır,

-Diğer toplumlar ile rekabet edebilmek için eğitimcilerin yenilikçi davranış anlamında öğrencilerine örnek olmaları gerekmektedir.

Akademisyenlerin yenilikçi davranışları, hem teknolojik açıdan ilerlemede hem de değişen çevre şartlarına ayak uydurmada önemli görülmektedir. Üniversitelerin değişim ve gelişim hızları toplumdan geri kaldığında kendi içlerinde gerilim yaşanmaktadır (Schlechty, 2014: 55). Bu nedenle akademisyenlerin yenilikçi davranış sergilemeleri önemlidir. Amabile 'nin (1988) sistem teorisi yaklaşımı yenilikçi davranış sürecini, örgütlerin farklı bölümlerinde görev alan işgörenlerin inovatif bir fikri pratiğe dökülebilmek için bir araya gelerek çalışmalarını şeklinde ifade etmektedir (Amabile, 1988: 136). Bu sistemde yenilikçi davranış oluşurken örgütte bulunan her işgörenin yeni fikirlerini ortaya koyması önemlidir. Üniversiteler bir açık sistem olarak düşünüldüğünde yenilik fikrine etki edebilecek pek çok husustan söz edilebilir. Ancak eğitim ve öğretimden birinci derecede sorumlu olan akademisyenlerin bu anlamdaki katkısı daha çok göz önünde tutulacaktır.

## **LİTERATÜR TARAMASI**

İlgili literatürde yenilikçi davranış, örgütsel adalet algısı, uzaktan eğitim arasında yapılmış bir çalışmaya rastlanmamıştır. Bu nedenle çalışmamızın ileride yapılacak çalışmalar için yol gösterici nitelikte olması öngörülmektedir. Ana değişkenlerden örgütsel adalet ve yenilikçi davranışın literatürde örgüt kültürü, proaktiflik, örgütsel destek, kariyer memnuniyeti gibi değişkenlerle ilişkilendirildiği görülmüştür. Uzaktan eğitim değişkeninin ise mobil öğrenme, öz yeterlilik, yenilikçi davranış, beş büyük kişilik özellikleri gibi değişkenlerle ilişki halinde olduğu tespit edilmiştir. Üç değişkenin yerli ve yabancı literatürde ifade edilen diğer değişkenlerle ilişkilerini inceleyen çalışmalar ele alındığında şu sonuçlara ulaşılabılır;

Çelik (2012), Antalya'da bulunan konaklama işletmelerinde çalışan 260 işgören ile örgütsel adalet algıları, yenilikçi davranış eğilimleri ve kariyer memnuniyetleri arasındaki ilişkiyi belirlemek amacıyla bir çalışma gerçekleştirmiştir. Araştırma kapsamında yapılan analizlerde kariyer memnuniyetinin dağıtım adaleti ve yenilikçi davranış eğilimleri ile arasında tam aracılık etkisinin olduğu görülmüştür (Çelik, 2012: 111).

Jiun ve Jeng (2015), örgütsel adalet algısı, yenilikçi davranış ve örgütsel destek arasındaki ilişkiyi incelemek amacıyla The Landis firmasında çalışmakta olan 263 işgören ile bir çalışma



gerçekleştirmiştir. Yapılan analizler, örgütsel adalet algısı, yenilikçi davranış ve örgütsel destek algısı arasında anlamlı ilişkilerin olduğunu göstermektedir (Jiun ve Jeng, 2015: 120).

Pelenk (2018), Kocaeli’nde bulunan 3 kimya işletmesinin 241 işgöreni ile örgütsel adalet algıları, proaktiflikleri ve yenilikçi davranış eğilimleri arasındaki ilişkiyi belirlemek amacıyla bir çalışma gerçekleştirmiştir. Araştırma kapsamında yapılan analizlerin sonucuna göre tüm değişkenler arasında anlamlı ilişkilerin olduğu görülmüştür (Pelenk, 2018: 152).

Ercan (2019), İstanbul’daki sanayi ve hizmet sektörü firmalarının 525 işgöreni ile bir çalışma gerçekleştirilmiştir. Çalışmada yenilikçi davranış ve örgütsel adalet ilişkisinin tespit edilmesi amaçlanmıştır. Yapılan analizler, yenilikçi davranış ile örgütsel adalet algısı arasında anlamlı ilişkilerin olduğunu göstermektedir (Ercan, 2019: 114).

Nazir vd., (2019), örgütsel adalet, yenilikçi davranış ve örgüt kültürü arasındaki ilişkiyi tespit etmek amacıyla Pakistan’da bulunan bir imalat sektörü firmasının 367 işgöreni ile bir çalışma gerçekleştirmiştir. Gerçekleştirilen analizlerin neticesinde örgütsel adaletin ve örgüt kültürünün işgörendenlerin yenilikçi davranışlarını olumlu yönde etkilediği belirlenmiştir (Nazir vd., 2019: 1301).

Akram vd. (2020), Çin’de bulunan bir telekomünikasyon firmasının 345 işgöreni ile örgütsel adalet, bilgi paylaşımı ve yenilikçi davranış ilişkisini belirlemek için bir çalışma gerçekleştirilmiştir. Araştırma kapsamında yapılan analizlerin neticesine göre işgörendenlerin örgütsel adalet algıları, yenilikçi davranış eğilimleri ve bilgi paylaşımları arasında anlamlı ilişkilerin olduğu görülmüştür (Akram ve diğerleri, 2020: 121).

Örgütsel adalet algısının yenilikçi davranış üzerindeki etkisini ele alan araştırmaların ortak özelliği ifade edilen iki değişken arasında anlamlı bir neden sonuç ilişkisi bulunduğunun ortaya konmasıdır. Örgütsel adalet algısı iyileştirildiği takdirde işgörendenlerin yenilikçi davranışlarının da artacağı ifade edilmiştir.

Çiçeklioğlu ve Akmaz (2020), Covid-19 döneminde Mersin Üniversitesi’nde öğrenim görmekte olan 463 öğrenci ile uzaktan eğitim sistemine bakış açıları ve kişilik özellikleri arasındaki ilişkiyi tespit etmek amacıyla bir çalışma gerçekleştirmiştir. Yapılan regresyon ve korelasyon analizlerine göre kişilik özelliklerinin üniversite öğrencilerinin uzaktan eğitime yönelik tutumlarını olumlu etkilediği görülmüştür (Çiçeklioğlu ve Akmaz, 2020: 2947).

Yıldız ve Seferoğlu (2020), 175 ön lisans öğrencisi ile uzaktan eğitim ve öz yeterlilik algıları arasındaki ilişkiyi belirlemek amacıyla bir çalışma gerçekleştirmiştir. Yapılan analizlere göre ön lisans öğrencilerinin çevrimiçi teknolojilere dair öz yeterliliklerinin yüksek olduğu tespit edilmiştir (Yıldız ve Seferoğlu, 2020: 39).

Ak vd., (2021) tarafından yapılan çalışma web tabanlı uzaktan eğitim ve öz yeterlilik algısı arasındaki ilişkiyi belirlemek amacıyla 139 akademisyene gerçekleştirilmiştir. Yapılan analizler, iki değişken arasında anlamlı ilişkilerin olduğunu belirtmektedir (Ak vd., 2021: 35).

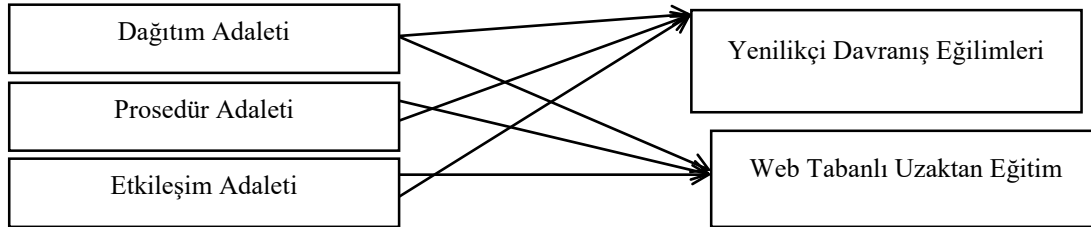
Gökbulut (2021), öğrencilerin uzaktan eğitime bakış açılarıyla mobil öğrenme ilişkisini tespit etmek için 358 üniversite öğrencisi ile bir çalışma gerçekleştirmiştir. Yapılan analizler, öğrencilerin web tabanlı uzaktan eğitime bakış açıları ile mobil öğrenme yetileri arasında anlamlı bir ilişkinin bulunduğunu göstermektedir (Gökbulut, 2021: 171).

Uzaktan eğitim ve yenilikçi davranış arasındaki ilişkiyi ele alan geçmiş araştırmalarda iki değişken arasında anlamlı bir nedensellik ilişkisinin bulunduğu görülmektedir. Bu çalışmalarda yenilikçi davranış eğilimlerinin artırılabilmesi için uzaktan eğitim süreçlerinin tekrar gözden geçirilmesinin önemi üzerinde durulmuştur.

## ARAŞTIRMANIN AMACI VE YÖNTEMİ

### *Araştırmanın Amacı, Kapsamı ve Modeli*

Bu araştırmanın amacı Covid-19 sürecinde üniversite öğrencilerinin örgütsel adalet algılarının yenilikçi davranış ve uzaktan eğitime karşı tutumları üzerindeki etkisini araştırmaktır. Literatür incelendiğinde, örgütsel adalet algısı, web tabanlı uzaktan eğitim ve yenilikçi davranış eğilimleri kavramlarının bir arada olduğu çalışmaların kısıtlı sayıda olduğu tespit edilmiştir. Bu söylemlerden yola çıkılarak örgütsel adalet algısının alt boyutlarının ve web tabanlı uzaktan eğitime karşı tutumun yenilikçi davranış eğilimleri üzerindeki etkisine bakılarak aşağıdaki araştırma modeli oluşturulmuştur.



**Şekil 1.** Araştırmanın Modeli

### *Araştırmanın Evreni ve Örneklemi*

Bu çalışmada, Covid-19 döneminde ihtiyaç duyulan uzaktan eğitim ile üniversite öğrencilerinin yenilikçi davranış eğilimleri ve örgütsel adalet algıları arasındaki ilişki ele alınmıştır. Araştırmayı gerçekleştirmek için Bandırma Onyediy Eylül Üniversitesi etik kurulundan 2021-1 toplantı nolu ve 15.01.2021 tarihli ‘Etik Kurul Onayı’ alınmıştır. Araştırmanın evrenini, Bandırma Onyediy Eylül Üniversitesi’nde öğrenim gören 15.721 öğrenci oluşturmaktadır. Örneklemi ise aynı üniversitede öğrenim görmekte olan 393 öğrenci meydana getirmektedir.

$$n = \frac{n_0}{1 + n_0/N} \quad n_0 = \frac{t^2 \chi s^2}{d^2}$$

N: Evren büyüklüğü

n: Örneklem büyüklüğü

t: Güven düzeyine karşılık gelen tablo z değeri (0,05 için 1.96, 0.01 için 2.58 ve 0.001 için 3.28)

s: Evren için tahmin edilen standart sapma

d: Kabul edilebilir sapma toleransı

Araştırmada güven düzeyi olarak %95 (alfa 0,05 için z tablosu değeri (t)=1,96), standart sapma değeri ise 0,5 (s) olarak alınmıştır (Gürbüz ve Şahin, 2017: 318).

$$n = \frac{384,16}{1 + \frac{384,16}{15\,721}} = 375,15 \quad n_0 = \frac{1.96^2 \times 0.5^2}{0.05^2} = 384,1$$

375 kişilik bir örneklemin evreni temsil edebilecek boyutta olduğu görülmektedir. Araştırma kapsamında örneklem büyüklüğü 393 öğrenci olduğu için örneklemin evreni temsil edebileceği söylenebilir.

### ***Araştırmada Kullanılan Ölçekler***

Anket formu dört bölümden meydana gelmektedir. Birinci bölümde öğrencilerin örgütsel adalet algıları ile ilgili sorular, ikinci bölümde uzaktan eğitime yönelik sorular, üçüncü bölümde ise yenilikçi davranış eğilimleri ile ilgili sorular bulunmaktadır. Anket formunun son bölümde ise katılımcıların demografik özelliklerinin tespitine yönelik sorular bulunmaktadır.

Örgütsel adalet ölçeği olarak Niehoff ve Moorman (1993) tarafından geliştirilen ölçek kullanılmıştır (Niehoff ve Moorman, 1993: 544). Bu ölçek Yıldırım (2017) tarafından “İş Doyumu ve Örgütsel Adalet Algısı” çalışmasında Türkçe’te çevrilmiştir (Yıldırım, 2017: 261). Örgütsel adalet algısının alt boyutları anket formunda şu soru aralıklarında yer almaktadır;

-Soru 1-5 arası Dağıtım adaleti alt boyutu,

-Soru 6-11 arası Prosedür adaleti alt boyutu,

-Soru 12-20 arası Etkileşimsel adalet alt boyutu.

Uzaktan eğitim ölçeği olarak Erdoğan, Bayram ve Deniz (2007) tarafından geliştirilen “Web Tabanlı Öğretim Tutum Ölçeği: Açıklayıcı ve Doğrulayıcı Faktör Analizi” çalışmasından yararlanılmıştır (Erdoğan vd., 2007: 9). Yenilikçi davranış eğilimi için Çimen ve Yücel (2017) tarafından geliştirilen “Yenilikçi Davranış Ölçeği (YDÖ): Türk Kültürüne Uyarlama Çalışması”ndan yararlanılmıştır (Çimen ve Yücel, 2017: 372).

Bu ölçekler 5’li Likert skalasına göre derecelendirilmiştir (1=Kesinlikle katılmıyorum; 2=Katılmıyorum; 3=Fikrim yok; 4=Katılıyorum; 5= Kesinlikle katılıyorum). Verilerin analizinde frekans analizi, normallik testi, güvenilirlik analizi, keşfedici faktör analizi, korelasyon ve regresyon analizleri yapılmıştır.

### ***Araştırmanın Hipotezleri***

Uzaktan eğitim, yüz yüze eğitimin sınırlılıkları nedeniyle sınıf içerisinde etkinliklerin yürütülme imkânının olmadığı koşullarda, iletişimin ve etkileşimin özel olarak hazırlanan ortamlar aracılığıyla sağlanmasıdır. Yenilikçi davranış kavramı ise, farklı fikirlerin yaratılması, gelişimi, uygulanması, tanımlanması gibi süreçleri ele almaktadır (Thurlings vd., 2015: 455). Öğrencilerin uygun koşullarda uzaktan eğitim aşamasını ve bu aşamada yaşanan olası yenilikçi davranışları eşit şekilde elde edebilme durumunu ise adalet kavramıyla açıklamak olasıdır. Sosyal Değişim Kuramı, Blau (1964) tarafından ortaya atılan bu kuram, sosyal değişimlerin önceden belirtilmemiş bazı sorumluluklar doğuracağı; bir kişinin başka bir kişiden iyilik gördüğünde ne zaman ve nasıl olacağı belirsiz olsa dahi gelecekte bu iyiliğin geri döneceği beklentisi içinde olacağı şeklinde ifade edilir. İnsan davranışının ekonomik modeline dayanan sosyal değişim kuramı, insanlar arasındaki etkileşimin, ödülleri en üst düzeye çıkarırken kayıpları da en az düzeye indirme isteği ile harekete geçtiğini savunur. Bu kuramın ortaya koyduğu temel düşüncesi lider ve üyelerin ödüllendirme beklentisinin (dikkate alınma, saygı görme vb) içerisinde sosyal ilişkilere dahil olması ve bunları sürdürmekte olduğudur. Bu kuramı savunan yazarlara göre bireyler, gruplar ve örgütler ile istemiş oldukları sosyal sonuçlara erişebilmek için iş birliği yapabilmektedir. Bir sosyal mübadelenin sürdürülebilmesi için tarafların karşılıklı bağlılıkları büyük önem arz etmektedir. Sosyal mübadele başkalarıyla karşılıklı bağlılık ve dayanışma gerektirmektedir (Bolat, Bolat ve Seymen 2009). Sosyal değişim kuramının temel prensibi karşılıklılık normudur. Sosyal değişim kuramı, bir etkileşim halinde bireyler ve gruplar arasındaki kaynak alışverişini anlama ile ilgili genel bir sosyal bilim kuramıdır (Kulualp ve Sarı, 2019: 659). Sosyal değişim kuramına göre geliştirilmiş olan araştırmanın hipotezleri aşağıdaki gibidir:

***H<sub>1</sub>***: Örgütsel adalet algısının bir alt boyutu olan dağıtım adaletinin yenilikçi davranış eğilimleri üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

***H<sub>2</sub>***: Örgütsel adalet algısının bir alt boyutu olan prosedür adaletinin yenilikçi davranış eğilimleri üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

***H<sub>3</sub>***: Örgütsel adalet algısının bir alt boyutu olan etkileşim adaletinin yenilikçi davranış eğilimleri üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

***H<sub>4</sub>***: Örgütsel adalet algısının bir alt boyutu olan dağıtım adaletinin uzaktan eğitim üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

***H<sub>5</sub>***: Örgütsel adalet algısının bir alt boyutu olan prosedür adaletinin uzaktan eğitim üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

***H<sub>6</sub>***: Örgütsel adalet algısının bir alt boyutu olan etkileşim adaletinin uzaktan eğitim üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

## ARAŞTIRMANIN BULGULARI

### Demografik Bulgular

Araştırma kapsamında, örneklem olarak ele alınan 393 öğrencinin sosyo-demografik özellikleri Tablo 1’de gösterilmiştir.

**Tablo 1.** Demografik Özellikler

| Değişken                      | Frekans              | (%)       |      |
|-------------------------------|----------------------|-----------|------|
| Cinsiyet                      | Kadın                | 267       | 67.9 |
|                               | Erkek                | 126       | 32,1 |
| Yaş                           | 17-20                | 246       | 62.6 |
|                               | 21-24                | 100       | 25.4 |
|                               | 25-28                | 20        | 5.1  |
|                               | 29 ve üzeri          | 27        | 6.9  |
|                               | Eğitim Durumu        | Ön lisans | 173  |
|                               | Lisans               | 186       | 47.3 |
|                               | Yüksek Lisans        | 26        | 6.6  |
|                               | Doktora              | 8         | 2.00 |
| Ailenizde yaşayan kişi sayısı | 1                    | 4         | 1.0  |
|                               | 2                    | 16        | 4.1  |
|                               | 3                    | 69        | 17.6 |
|                               | 4                    | 161       | 41.0 |
|                               | 5 ve üzeri kişi      | 143       | 36.4 |
| Bir işte çalışma durumu       | Evet                 | 75        | 19.1 |
|                               | Hayır                | 318       | 80.9 |
| Ailenizin Aylık Geliri        | 0-2.500 TL           | 97        | 24.7 |
|                               | 2.501 TL- 5.000 TL   | 197       | 50.1 |
|                               | 5.001 TL - 7.000 TL  | 59        | 15.0 |
|                               | 7.001 TL – 10.000 TL | 24        | 6.1  |
|                               | 10.001 TL ve üzeri   | 16        | 4.1  |
| Konut Sahiplik Durumu         | Kira                 | 128       | 32.6 |
|                               | Kendi eviniz         | 256       | 65.1 |
|                               | Lojman               | 3         | 0.8  |
|                               | Diğer                | 6         | 1.5  |
| Yaşadığınız Yerleşim          | İl                   | 172       | 43.8 |
|                               | İlçe                 | 175       | 44.5 |
|                               | Köy                  | 46        | 11.7 |
| Toplam                        | 393                  | 100       |      |

Tablo 1’de görüldüğü üzere katılımcılardan 267 kişinin kız öğrenci olduğu, 246 kişinin (%62,6) 17-20 yaş arasında olduğu belirlenmiştir. Eğitim durumlarına bakıldığında, 173 öğrencinin (%44) ön lisans öğrencisi, 186 öğrencinin (%47,3) lisans öğrencisi olduğu tespit edilmiştir. Ailelerindeki kişi sayılarının çoğunlukla 4 kişi ve üzeri olduğu, aylık gelirlerinin de 2.501 TL- 5.000 TL (197 öğrenci - %50,1) olduğu belirlenmiştir. 75 öğrencinin (19,1) bir işte çalıştığı görülmüş olup, konut sahiplik durumlarının 256 öğrenci ile %65,1 oranında seyrettiği belirlenmiştir. Öğrencilerin yaşadıkları yerleşim yerleri incelendiğinde 172 öğrencinin (%43,8) il merkezinde, 175 öğrencinin (%44,5) de ilçede yaşamakta olduğu tespit edilmiştir.

### ***Güvenilirlik Analizleri***

Güvenilirlik, ölçüm araçlarının farklı zamanlarda, farklı yerlerde, aynı evren içinden seçilen farklı örnekleme uygulandığında, benzer sonuçlar vermesi şeklinde tanımlanmaktadır. Aynı ölçüm aracı ile farklı zamanlarda yapılan ölçüm sonuçları arasındaki tutarlılık olarak da açıklanabilir (Gürbüz ve Şahin, 2017: 318). Güvenilirlik, ölçeklerin ölçmek istedikleri özellikleri ne ölçüde doğru ölçebildiğini, ölçüğün üretkenliğini ve ölçüğün sürekliliğini göstermektedir. Kavramın değerlendirmesinde ise güvenilirliğin gerekli olduğu fakat yeterli olmadığı ifade edilir.

Araştırmada, 20 ifadeden oluşan Örgütsel Adalet ölçeği, 22 sorudan oluşan Uzaktan eğitim ölçeği ve 7 sorudan oluşan yenilikçi davranış ölçeği kullanılmış olmakla birlikte soru listelerinin iç tutarlılığı ve güvenilirliğini ölçmek için Cronbach's Alfa katsayısı değerlerine bakılmış, değerler Tablo 2'de gösterilmiştir.

**Tablo 2.** Güvenilirlik Analizi

| <b>Değişkenler</b>        | <b>Cronbach' s Alfa</b> | <b>Örneklem Sayısı</b> | <b>Ort.</b> |
|---------------------------|-------------------------|------------------------|-------------|
| <b>Örgütsel Adalet</b>    | ,952                    | 393                    | 3,389       |
| <b>Dağıtım Adaleti</b>    | ,845                    | 393                    | 3,537       |
| <b>Prosedür Adaleti</b>   | ,848                    | 393                    | 3,229       |
| <b>Etkileşim Adaleti</b>  | ,946                    | 393                    | 3,414       |
| <b>Uzaktan Eğitim</b>     | ,957                    | 393                    | 3,512       |
| <b>Yenilikçi Davranış</b> | ,858                    | 393                    | 3,571       |

Tablo 2'de örgütsel adalet ölçeğinin güvenilirlik katsayısı 0,952, dağıtım adaleti ölçeğinin güvenilirlik katsayısı 0,845, prosedür adaleti ölçeğinin güvenilirlik katsayısı 0,848, etkileşim adaleti ölçeğinin güvenilirlik katsayısı 0,946, uzaktan eğitim ölçeğinin güvenilirlik katsayısı 0,957 ve yenilikçi davranış ölçeğinin güvenilirlik katsayısı 0,858 olarak tespit edilmiştir.

Alpha katsayısı 0 ile 1 arasında değişen değerler almakta olup, bu değer 1'e yaklaştıkça ölçeğin güvenilirliğinin arttığı görülmektedir. Güvenilirliği ölçmek adına hesaplanan Alpha katsayısı 0,40-0,60 arasında bir değer alıyorsa ölçeğin düşük güvenilir, 0,60-0,80 arasında bir değer alıyorsa ölçeğin oldukça güvenilir ve 0,80-1,00 arasında bir değer alıyorsa ölçeğin yüksek güvenilirlik değerine sahip olduğu söylenebilir (Gürbüz & Şahin, 2017: 319). Yukarıda belirtilen ifadeler doğrultusunda araştırmanın güvenilirlik analizi sonuçlarının yüksek olduğu görülmektedir.

### ***Keşfedici Faktör Analizi***

Faktör analizi ölçülebilen ve görülebilen birden fazla özelliğin arkasında yatan gerçek nedenleri, yani gözlenemeyen ve ölçülemeyen gizli boyutları tespit etmek için kullanılmaktadır (Gürbüz ve Şahin, 2017: 310). Faktör analizinden yapılmadan önce araştırmada dikkate alınan üç değişkenin faktör analizi için uygun olup olmadığını test etmek amacıyla Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) testi uygulanmıştır. Bu testin amacı değişkenlerin oluşturduğu veri yapısının faktör analizi için uygunluğunu test etmektir (Gürbüz ve Şahin, 2017: 315).

**Tablo 3.** KMO Tablosu

|                                 |           |
|---------------------------------|-----------|
| <b>KMO Değeri</b>               | ,947      |
| <b>Yaklaşık Ki Kare Değeri</b>  | 13434,589 |
| <b>Serbestlik Derecesi (df)</b> | 1081      |
| <b>Anlamlılık (Sig.)</b>        | ,000      |

KMO değerinin 0 ile 1 değer arasında olması gerekir ve 0,60 ve üstünde olması örneklemin faktör analizi için yeterli olacağına işaret eder. 0,80 üzerinde değer olduğunda ise mükemmel sayılmaktadır (Gürbüz ve Şahin, 2017: 310). Barlett's küresellik testi korelasyon matrisindeki ilişkilerin faktör analizi yapacak ölçüde yeterli olup olmadığını belirtmektedir. Bu testin neticesi anlamlı olması ( $p < 0,05$ ) değişkenler arası ilişkilerin oluşturduğu matrisin faktör analizi için anlamlı olduğunu ve bir sonraki adımda da faktör analizinin gerçekleştirilebileceğini göstermektedir (Gürbüz ve Şahin, 2017: 314). Tablo 3'teki KMO ve Bartlett's Küresellik Testi sonucunda, araştırmada kullanılan ölçeklerin faktör analizi için uygun olduğu tespit edilmiştir.

**Tablo 4.** Ölçeklere İlişkin Keşfedici Faktör Analizi Bulguları

| <b>MADDE</b> | <b>1</b> | <b>2</b> | <b>3</b> |
|--------------|----------|----------|----------|
| ÖA18         | 0,885    |          |          |
| ÖA13         | 0,874    |          |          |
| ÖA15         | 0,863    |          |          |
| ÖA12         | 0,84     |          |          |
| ÖA19         | 0,833    |          |          |
| ÖA16         | 0,825    |          |          |
| ÖA9          | 0,794    |          |          |
| ÖA17         | 0,778    |          |          |
| ÖA8          | 0,771    |          |          |
| ÖA20         | 0,766    |          |          |
| ÖA14         | 0,756    |          |          |
| ÖA10         | 0,737    |          |          |
| ÖA7          | 0,656    |          |          |
| ÖA6          | 0,643    |          |          |
| ÖA4          | 0,641    |          |          |
| ÖA5          | 0,639    |          |          |
| ÖA3          | 0,557    |          |          |
| ÖA11         | 0,53     |          |          |
| ÖA1          | 0,514    |          |          |
| ÖA2          | 0,441    |          |          |
| UE8          |          | -0,864   |          |
| UE7          |          | -0,847   |          |
| UE10         |          | -0,826   |          |
| UE3          |          | -0,805   |          |
| UE1          |          | -0,804   |          |
| UE14         |          | -0,797   |          |
| UE9          |          | -0,787   |          |
| UE4          |          | -0,778   |          |
| UE11         |          | -0,758   |          |
| UE6          |          | -0,75    |          |
| UE2          |          | -0,71    |          |
| UE20         |          | -0,706   |          |
| UE18         |          | -0,703   |          |
| UE16         |          | -0,671   |          |
| UE13         |          | -0,669   |          |

|                                 |        |               |
|---------------------------------|--------|---------------|
| UE15                            | -0,657 |               |
| UE17                            | -0,642 |               |
| UE21                            | -0,642 |               |
| UE22                            | -0,524 |               |
| UE19                            | -0,457 |               |
| YD7                             |        | 0,804         |
| YD5                             |        | 0,788         |
| YD3                             |        | 0,772         |
| YD4                             |        | 0,769         |
| YD6                             |        | 0,661         |
| YD2                             |        | 0,626         |
| YD1                             |        | 0,594         |
| <b>Toplam Açıklanan Varyans</b> |        | <b>54,986</b> |
| <b>%</b>                        |        |               |

**ÖA:** Örgütsel Adalet **UE:** Uzaktan Eğitim **YD:** Yenilikçi Davranış

**Not:** 0,40'tan küçük olan faktör yükleri tabloda belirtilmemiştir.

Örgütsel adalet, uzaktan eğitim ve yenilikçi davranış ölçeklerine uygulanan faktör analizi sonucunda, ölçeklerin ifadelerinin üç faktör altında toplandığı görülmüştür. Üç faktör toplam varyansın %64'ünü açıklamaktadır. UE5 ve UE12 maddeleri öngörülenden farklı bir faktör oluşturduğu ve açıklanan varyansla katkısının düşük olması nedeniyle çıkarılmıştır. Bu sonuçlar 49 maddeden oluşan 3 faktörlü yapının geçerli olduğunu göstermektedir.

### ***Normallik Testi***

Verilerin normal dağılması regresyon ve korelasyon analizlerinin uygulanabilmesi için normallik testi önem arz etmektedir (Gürbüz ve Şahin, 2017: 230). Bu amaçla ölçeklerin normal dağılıp dağılmadığını belirlemek için normallik testi uygulanmış olup normallik testi sonuçları Tablo 4'te gösterilmiştir.

**Tablo 5.** Basıklık ve Çarpıklık Değerleri

|                           | <b>Basıklık (Kurtosis)</b> | <b>Çarpıklık (Skewness)</b> |
|---------------------------|----------------------------|-----------------------------|
| <b>Örgütsel Adalet</b>    | ,079                       | -,504                       |
| <b>Dağıtım Adaleti</b>    | -,657                      | ,223                        |
| <b>Prosedür Adaleti</b>   | -,431                      | -,128                       |
| <b>Etkileşim Adaleti</b>  | -,430                      | -,224                       |
| <b>Uzaktan Eğitim</b>     | -,575                      | ,490                        |
| <b>Yenilikçi Davranış</b> | 1,103                      | -,678                       |

Tablo 5'te görüldüğü üzere ölçekler için basıklık ve çarpıklık değerleri -1,5 ile +1,5 arasındadır. Bu sonuçlar verilerin normal dağıldığını göstermekte olup, daha sonraki aşamalarda korelasyon ve regresyon analizlerinin uygulanabileceğini ifade etmektedir.

### ***Korelasyon Analizi Bulguları***

Üniversite öğrencilerinin örgütsel adalet algıları, alt boyutları, uzaktan eğitime karşı tutumları ve yenilikçi davranış eğilimleri arasındaki ilişkiler korelasyon analizi ile araştırılmıştır.



**Tablo 6.** Korelasyon Analizi Bulguları

| Değişkenler                   | 1              | 2              | 3              | 4              | 5              | 6         |
|-------------------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|-----------|
| <b>Dağıtım Adaleti (1)</b>    | 1<br>,000      |                |                |                |                |           |
| <b>Prosedür Adaleti (2)</b>   | ,637**<br>,000 | 1<br>,000      |                |                |                |           |
| <b>Etkileşim Adaleti (3)</b>  | ,653**<br>,000 | ,812**<br>,000 | 1<br>,000      |                |                |           |
| <b>Örgütsel Adalet (4)</b>    | ,808**<br>,000 | ,912**<br>,000 | ,951**<br>,000 | 1<br>,000      |                |           |
| <b>Uzaktan Eğitim (5)</b>     | ,340**<br>,000 | ,316**<br>,000 | ,288**<br>,000 | ,341**<br>,000 | 1<br>,000      |           |
| <b>Yenilikçi Davranış (6)</b> | ,346**<br>,000 | ,285**<br>,000 | ,303**<br>,000 | ,340**<br>,000 | ,169**<br>,000 | 1<br>,000 |

**N: 393, p\* < 0.05, p\*\* < 0.01**

Tablo 6’da yapılan korelasyon analizinin sonuçları incelendiğinde;

- Dağıtım adaleti ile uzaktan eğitim arasında pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişki ( $r = 0,340^{**}$ ,  $p < 0.01$ ),
- Dağıtım adaleti ile yenilikçi davranış arasında pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişki ( $r = 0,346^{**}$ ,  $p < 0.01$ ),
- Prosedür adaleti ile uzaktan eğitim arasında pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişki ( $r = 0,316^{**}$ ,  $p < 0.01$ ),
- Prosedür adaleti ile yenilikçi davranış arasında pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişki ( $r = 0,285^{**}$ ,  $p < 0.01$ ),
- Etkileşim adaleti ile uzaktan eğitim arasında pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişki ( $r = 0,288^{**}$ ,  $p < 0.01$ ),
- Etkileşim adaleti ile yenilikçi davranış arasında pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişki ( $r = 0,303^{**}$ ,  $p < 0.01$ ),
- Örgütsel adalet algısı ile uzaktan eğitim arasında pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişki ( $r = 0,341^{**}$ ,  $p < 0.01$ ),
- Örgütsel adalet algısı ile yenilikçi davranış arasında pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişki ( $r = 0,340^{**}$ ,  $p < 0.01$ ),
- Uzaktan eğitim ile yenilikçi davranış arasında pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişki ( $r = 0,169^{**}$ ,  $p < 0.01$ ) olduğu tespit edilmiştir.

## Regresyon Analizi Bulguları

**Tablo 7.** Örgütsel Adalet Algısının Alt Boyutlarının Yenilikçi Davranış Eğilimleri Üzerindeki Etkisi

| Bağımlı Değişken                        | Bağımsız Değişken | B    | Std. Hata | $\beta$ | t     | p    |
|---|-------------------|------|-----------|---------|-------|------|
| Yenilikçi Davranış                      | Dağıtım Adaleti   | ,214 | ,055      | ,251    | 3,908 | ,000 |
|   | Prosedür Adaleti  | ,029 | ,069      | ,035    | ,416  | ,677 |
|   | Etkileşim Adaleti | ,088 | ,067      | ,111    | 1,305 | ,193 |
| <b>F = 19,446</b>                       |                   |      |           |         |       |      |
| <b>R<sup>2</sup> = ,130</b>             |                   |      |           |         |       |      |
| <b>Düzeltilmiş R<sup>2</sup> = ,124</b> |                   |      |           |         |       |      |
| <b>Tahmini Std. Hata = ,71459</b>       |                   |      |           |         |       |      |
| <b>ANOVA (Anlamlılık) = ,000</b>        |                   |      |           |         |       |      |

Tablo 7'deki regresyon analizi sonuçlarına göre;

-Örgütsel adaletin bir alt boyutu olan dağıtım adaletinin yenilikçi davranış üzerinde anlamlı bir etkisinin olduğu görülmüştür ( $\beta = ,251$ ,  $p < 0,05$ ). Elde edilen bu sonuca göre  $H_1$  hipotezi kabul edilmiştir.

-Örgütsel adaletin alt boyutları olan prosedür adaleti ( $\beta = ,035$ ,  $p > 0,05$ ) ve etkileşim adaletinin ( $\beta = ,111$ ,  $p > 0,05$ ) yenilikçi davranış üzerinde anlamlı etkisinin olmadığı tespit edilmiştir. Elde edilen bu sonuca göre  $H_2$  ve  $H_3$  hipotezleri reddedilmiştir.

-Regresyon analizinin sonucu incelendiğinde modelin tamamı için hesaplanmış p değerinin ( $,000$ )  $p < 0,05$  anlamlılık düzeyinde olduğu görülmektedir.

-  $R^2$  değeri ( $,130$ ) bağımlı değişkendeki (yenilikçi davranış) değişimlerin %13'ünün bağımsız değişkenler (dağıtım adaleti, prosedür adaleti, etkileşim adaleti) tarafından açıklandığını ifade etmektedir.

-Düzeltilmiş  $R^2$  değeri ( $,124$ ) bağımlı değişkendeki (yenilikçi davranış) varyansın %12'sinin bağımsız değişkenler (dağıtım adaleti, prosedür adaleti, etkileşim adaleti) tarafından açıklandığını ifade etmektedir.

**Tablo 8.** Örgütsel Adalet Algısının Alt Boyutlarının Uzaktan Eğitime Karşı Tutum Üzerindeki Etkisi

| Bağımlı Değişken                        | Bağımsız Değişken | B    | Std. Hata | $\beta$ | t     | p    |
|---|-------------------|------|-----------|---------|-------|------|
| Web Tabanlı Uzaktan Eğitim              | Dağıtım Adaleti   | ,260 | ,071      | ,234    | 3,649 | ,000 |
|   | Prosedür Adaleti  | ,180 | ,090      | ,167    | 1,998 | ,046 |
|   | Etkileşim Adaleti | ,000 | ,087      | ,000    | -,003 | ,998 |
| <b>F = 19,762</b>                       |                   |      |           |         |       |      |
| <b>R<sup>2</sup> = ,132</b>             |                   |      |           |         |       |      |
| <b>Düzeltilmiş R<sup>2</sup> = ,126</b> |                   |      |           |         |       |      |
| <b>Tahmini Std. Hata = ,93011</b>       |                   |      |           |         |       |      |
| <b>ANOVA (Anlamlılık) = ,000</b>        |                   |      |           |         |       |      |

**Bağımlı Değişken:** Web Tabanlı Uzaktan Eğitim

Tablo 8'deki regresyon analizinin sonucu incelendiğinde,

-Dağıtım adaletinin web tabanlı uzaktan eğitim üzerinde anlamlı bir etkisinin olduğu görülmüştür ( $\beta = ,234, p<0,05$ ). Elde edilen bu sonuca göre  $H_4$  hipotezi kabul edilmiştir.

-Prosedür adaletinin web tabanlı uzaktan eğitim üzerinde anlamlı etkisinin olduğu görülmüştür ( $\beta = ,167, p<0,05$ ). Elde edilen bu sonuca göre  $H_5$  hipotezi kabul edilmiştir.

-Etkileşim adaletinin web tabanlı uzaktan eğitim üzerinde anlamlı etkisinin olmadığı görülmüştür ( $\beta = ,000, p>0,05$ ). Elde edilen bu sonuca göre  $H_6$  hipotezi reddedilmiştir.

## **TARTIŞMA VE SONUÇ**

Değişimin ve yenilikçiliğin önemli rekabet avantajlarından olduğu günümüz koşullarında üniversite öğrencilerinin yenilikçi davranışlarının artırılmasına dönük önerilerin yer alması çalışmamızın önemini oluşturmaktadır. Araştırma kapsamında gerçekleştirilen regresyon analizi sonuçlarına göre; örgütsel adalet algısının bir alt boyutu olan dağıtım adaletinin yenilikçi davranış eğilimleri üzerinde anlamlı etkisinin olduğu görülmüş ve  $H_1$  hipotezi kabul edilmiştir. Örgütsel adalet algısının bir alt boyutu olan prosedür adaletinin yenilikçi davranış eğilimleri üzerinde anlamlı etkisinin olmadığı görülmüş ve  $H_2$  hipotezi reddedilmiştir. Bu sonuç Çelik tarafından yapılan çalışmanın sonucu ile çelişmektedir. Çelik 2012 senesinde gerçekleştirdiği çalışmasında yenilikçi davranış eğilimleri üzerinde prosedür adaletin anlamlı etkisinin olduğu sonucuna ulaşmıştır (Çelik, 2012: 110). Örgütsel adalet algısının bir alt boyutu olan etkileşim adaletinin yenilikçi davranış eğilimleri üzerinde anlamlı etkisinin olmadığı görülmüş ve  $H_3$  hipotezi reddedilmiştir. Etkileşim adaletinin yenilikçi davranış üzerinde anlamlı etkisinin olmadığı bir diğer çalışma Yıldız ve Pelenk (2018) ve Gefen vd. (2008) tarafından yapılan çalışmalardır. Bu çalışmalar ile araştırmamızın sonucu değişkenler arası nedensellik ilişkisini onaylamaktadır (Pelenk, 2018: 153; Gefen vd., 2008: 509). Örgütsel adalet algısının alt boyutlarının web tabanlı uzaktan eğitime etkisini tespit etmek amacıyla yapılan regresyon analizinin sonucuna göre dağıtım adaletinin web tabanlı uzaktan eğitim üzerinde anlamlı etkisinin olduğu görülmüş ve  $H_4$  hipotezi kabul edilmiştir. Elde edilen bu sonuç Ogeh ve Chiemeka (2015) ve Küçükçene ve Aydoğan (2018) tarafından yapılan çalışmanın sonuçları ile benzerlik göstermekte olup, değişkenler arası nedensellik ilişkisini onaylamaktadır (Ogeh ve Chiemeka, 2015: 148; Küçükçene ve Aydoğan, 2018: 651). Örgütsel adalet algısının bir alt boyutu olan prosedür adaletinin web tabanlı uzaktan eğitim üzerinde anlamlı bir etkisinin olduğu belirlenmiş ve  $H_5$  hipotezi kabul edilmiştir. Örgütsel adalet algısının etkileşim adaleti alt boyutunun web tabanlı uzaktan eğitim üzerinde anlamlı etkisinin olmadığı görülmüş ve  $H_6$  hipotezi kabul edilmiştir. Elde edilen bu iki sonuç Malak Mohammed (2020) tarafından yapılan çalışmanın sonuçları ile benzerlik göstermekte olup, nedensellik ilişkisini onaylamaktadır (Mohammed, 2020).

Adalet algısı kavramı hem işgörenlerin hem de öğrencilerin davranışlarını etkileyen önemli bir faktör olarak görülmektedir. Öğrenciler, okul yöneticilerinin ve öğretmenlerinin kendilerine karşı adil olduklarını algıladıkları takdirde, işbirliği yapmaları ve alınan kararlara destek vermeleri kolaylaşacaktır (Cropanzano, 2001: 162). Örgütsel adalet algısı yüksek düzeyde olan öğrencilerin,

aidiyetlerinin, okula ve derslere bağılılıklarının, vatandaşlık davranışlarının yüksek olmasının bir neticesi olarak, inisiyatif almaları ve derslere istekli katılmaları söz konusu olmaktadır (Basım vd., 2009: 86). Alan yazın incelendiğinde; yüksek düzeyde algılanan dağıtım adaletinin işgörenlerin yenilikçi davranış eğilimlerini arttırdığı görülmektedir (Janssen, 2001: 1041). Bir diğer çalışmada işgörenlerin örgüt içi görevlerde, ödüllerde dağıtım adil olduğu vakit yenilikçi davranış sergiledikleri görülmektedir (Meydan, 2010: 213). Örgütsel adaletin alt boyutları ile yenilikçi davranış eğilimleri arasındaki etkileşimi araştıran geçmiş çalışmaların sonuçları ile araştırmamızın sonuçları örtüşmektedir. Bu kapsamda özellikle dağıtım adaletinin öne çıkmış olması akademisyenler ve yöneticiler açısından önem arz eden bir husustur. Dağıtım adaletinin en önemli kriterlerinden biri öğrencilerin derslerden aldıkları notlardır. Sınav notlarının adaletle belirlendiği algısının güçlendirilmesinin gerekliliği bir kez daha ortaya çıkmıştır. Örgütlerde yenilikçi davranışları arttırmak için örgütsel adaletin sağlanması ve pandemi döneminde eğitim öğretimi çerçeveleyen uzaktan eğitimin geliştirilmesi gerekmektedir. Üniversitelerde adil bir uzaktan eğitim sisteminin geliştirilmesi için;

-Yönetimin kararlar verilirken kullanılan ve toplanılan bilgilerin doğruluğundan emin olması gerekmektedir.

-Bu kararlardan etkilenebilecek grupların düşüncelerinin dikkate alındığından emin olmaları gerekmektedir.

-Yanlış veya çarpıtılmış bilgilerden kaçınmaları gerekmektedir. Olumsuz bir durum gerçekleştiği takdirde bu bilgileri düzeltebilecek mekanizmaya sahip olmaları gerekmektedir.

-Uzaktan eğitim hizmetinin öğrencilere vaktinde verilmesi,

-Ders dışı çevrimiçi sosyal faaliyet imkânlarının tanınması,

-Uzaktan eğitim için gerekli olan iletişim ağının çevrimiçi eğitime yeterli olması,

-Çalışan öğrencilerin uygun olduklarında eğitim imkânlarından faydalanabilmeleri için imkân tanınması,

-Akademisyenlere teknolojiyi etkin kullanabilmeleri için eğitim desteği sağlanması,

-Ders içeriklerinin öğrenci merkezli olarak hazırlanması,

-Eğitimde fırsat eşitliğine imkân tanınması,

-Öğrencilerin yaşayabileceği üniversite merkezli teknik aksaklıkların en hızlı şekilde giderilmesi,

-Her öğrencinin çevrimiçi derse katılmak için yeterli teknik aksama sahip olamayacağına bilincinde olunması,

-Öğrencilerin uzaktan eğitim ile öğrenmekte güçlük yaşadığı dersler için uygun ve verimli teknikler, uygulanabilmesi ve ders sistemlerinin geliştirilebilmesi

- Eğitmenlerin uzaktan eğitim ile not değerlendirme sistemini adaletli Şekilde gerŐekleŐtirmeleri
- Őđrencilerle karşılıklı etkileşim ortamı yaratılırken adaletsizlik algısına neden olacak davranışlardan sakınılması,
- Uzaktan eğitim sũreŐlerinin tatbikinde adalet algısına uygun dũzenlemelerin gerŐekleŐtirilmesi önerilebilir.

Bu araştırma yalnızca Bandırma Onyediy Eylũl Őniversitesi'nde őđrenim gũrmekte olan 393 őđrenci ile gerŐekleŐtirilmiŐtir. Araştırmamızın sonuÇları Bandırma Onyediy Eylũl Őniversitesi őđrencileri ile sınırlıdır, genellenemez. Örnekleme kapsamındaki őđrencilerin uzaktan eğitim sisteminden daha adil ve inovatif iÇerikli etkinliklerle faydalanabilmelerini sağlamak araştırmanın önemini oluşturmaktadır. Daha geniş bir örnekleme ile farklı Őniversitelerde őđrenim gũrmekte olan őđrencilerin de fikirleri alınarak yapılacak bir ŐalıŐma karşılaştırma aÇısından olanak sağlayacaktır.

## KAYNAKÇA

- Ak, Ş., Gökdaş, İ., Öksüz, C. ve Torun, F. (2021). Uzaktan eğitimde eğitimcilerin eğitimi: Uzaktan eğitime yönelik öz yeterlik ve yarar algısına etkisi. *Açıköğretim Uygulamaları ve Araştırmaları Dergisi*, 7(1), 24-44.
- Akram, T., Lei, S., Haider, M. ve Hussain, S. (2020). The impact of organizational justice on employee innovative work behaviour: Mediating role of knowledge sharing. *Journal of Innovation and Knowledge*, 5(2020), 117-129.
- Altınkurt, Y. ve Yılmaz, K. (2010). Değerlere göre yönetim ve örgütsel adalet ilişkisinin ortaöğretim okulu öğretmenlerinin algılarına göre incelenmesi. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*, 4(4), 463-485.
- Amabile, T. M. (1988). A model of creativity and innovation in organizations. *Research in Organizational Behaviour*, 10, 123-167.
- Aslantürk, O. (2002). *Bir web tabanlı uzaktan eğitim sisteminin tasarlanması ve gerçekleştirilmesi.* (Yayımlanmamış yüksek mühendislik tezi). Hacettepe Üniversitesi, Ankara.
- Bakioğlu, B. ve Çevik, M. (2020). COVID-19 pandemisi sürecinde fen bilimleri öğretmenlerinin uzaktan eğitime ilişkin görüşleri. *Turkish Studies*, 15(4), 109-129.
- Basım, H. N., Meydan, C. H. ve Şeşen H. (2009). Bireyin örgütsel adalet algısının iç girişimcilik davranışı ile ilişkisi: Kamuda bir araştırma. *İktisat İşletme ve Finans*, 24(274), 79-99.
- Battal, F. (2020). Örgütsel adalet ve örgütsel bağlılık ilişkisinde örgütsel özdeşleşmenin rolü: Üniversite çalışanları üzerine bir örnek. *OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 10(15), 2363-2393.
- Bolat, O. İ., Bolat, T. ve Seymen, O. A. (2009). Güçlendirici Lider Davranışları ve Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Arasındaki İlişkinin Sosyal Mübadele Kuramından Hareketle İncelenmesi. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* 12(21), 215-239.
- Borins, S. (2000). Loose Cannons and rule breakers or enterprising leaders? Some evidence about innovative public managers. *Public Administration Review*, 60(6), 498-508.
- Carswell, A.D. ve Venkatesh, V. (2002). Learner outcomes in an asynchronous distance education environment. *International Journal of Human-Computer Studies*, 56(5), 475-494.
- Cohen-Charash, Y. ve Paul E. S. (2001). The role of justice in organizations: A meta-analysis. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 86, 278-321.
- Çelik, M. (2012). Konaklama İşletmelerinde Algılanan Örgütsel Adaletin Yenilikçi Davranışa Etkisinde Kariyer Memnuniyetinin Aracılık Etkisi. *İş-Güç Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi*, 14(2), 99-122.

- Çelik, V. (2012). *Okul kültürü ve yönetimi*. Ankara: Pegem Akademi Yayınevi.
- Çiçeklioğlu, H. ve Akmaz, A. (2020). Üniversite öğrencilerinin kişilik özelliklerinin uzaktan eğitim sistemine bakış açıları üzerine etkisi: Covid-19 sürecine bir bakış. *Journal of Social and Humanities Sciences Research*, 7(60), 2939-2953.
- Çimen, İ. ve Yücel, C. (2017). Innovative behavior scale (IWB): Adaptation to Turkish culture. *Cumhuriyet International Journal of Education*, 6(3), 365-381.
- Çolakoğlu, N., Dikili, E. ve Aslan, M. (2021). Örgütsel adaleti örgütsel bağlılığı etkisi. *Journal of Life Economics*, 8(1), 101-109.
- Çöp, S. (2008). *Türkiye’de ve Polonya’da turizm sektörü çalışanlarının örgütsel adalet ve örgütsel bağlılık algılarına ilişkin bir uygulama*. (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Gazi Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Eğitimi Anabilim Dalı.
- Cropanzano, R., Zinta, S., Byrne, D. ve Bobocel, R. (2001). Moral virtues, fairness heuristics, social entities and other denizens of organizational justice. *Journal of Vocational Behavior*, 58, 161–168,
- Cropanzano, R., Bowen, D. E. ve Gilliland, S. W. (2007). The management of organizational justice. *The Academy of Management Perspectives*, 21(4), 34-48.
- Damanpour, F. (1991). Organizational innovation: A meta-analysis of effects of determinants and moderators. *Academy of Management Journal*, 34, 555-590.
- Demircioğlu, T., Konokman, G., Y. ve Akay, C. (2016). Eğitim fakültesi öğretim elemanlarının yenilikçilik düzeylerinin Avrupa Birliği hayat boyu öğrenme projelerine yönelik tutumlarına etkisi. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 15(59), 1120-1137.
- Diedre, E.E., Joe, J.M. ve Sadri, G. (1997). An empirical comparison of entrepreneurs and employees: Implications for innovation. *Creativity Research Journal*, 10(1), 45–49.
- Durak, G., Çankaya, S. ve İzmirli, S. (2020). Covid-19 pandemi döneminde Türkiye’deki üniversitelerin uzaktan eğitim sistemlerinin incelenmesi. *Necatibey Eğitim Fakültesi Elektronik Fen ve Matematik Eğitimi Dergisi*, 14(1), 787-809.
- Ercan, S. (2019). *Lider-üye etkileşimi, yenilikçi iş davranışı, işe adanmışlık, örgütsel özdeşleşme ilişkisinde örgütsel adaletin aracı rolü*. (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Maltepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Erdoğan, Y., Bayram, S. ve Deniz, L., (2007). Web tabanlı öğretim tutum ölçeği: açıklayıcı ve doğrulayıcı faktör analizi çalışması. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 4(2), 1-14.
- Eren, E. (2011). *Yönetim ve organizasyon çağdaş ve küresel yaklaşımlar*. İstanbul: Beta Basım Yayın Dağıtım.

- Gefen, D., Ragowsky, A. ve Ridings, C. (2008). Leadership and justice: Increasing non participating users' assessment of an IT through passive participation. *Journal of Information and Management*, 45, 507-512.
- Geisler, E. (1993). Middle managers as internal corporate entrepreneurs: An unfolding agenda. *Interfaces*, 23(6), 52-63.
- Genç, M.F. ve Gümrükçüoğlu, S. (2020). Koronavirüs (Covid-19) sürecinde ilâhiyat fakültesi öğrencilerinin uzaktan eğitime bakışları. *Turkish Studies*, 15(4), 403-422.
- Gökbulut, B. (2021). Uzaktan eğitim öğrencilerinin bakış açısıyla uzaktan eğitim ve mobil öğrenme. *Eğitim Teknolojisi Kuram ve Uygulama*, 11(1), 160-180.
- Greenberg, J. (1987). Reactions to procedural injustice in payment distributions: Do the means justify the ends? *Journal of Applied Psychology*, 72(1), 1-55.
- Greenberg, J. (1996). *The quest for justice on the job: Essays and experiments*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Gürbüz, S. & Şahin, F. (2017). Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri Felsefe-Yöntem-Analiz. Ankara: Seçkin Yayınları.
- Hasırcı, I. (2020). *Örgüt kültürünün inovatif davranış eğilimleri ile ilişkisinde öz yeterlilik algısının aracılık rolü ve bir uygulama*. (Yüksek lisans tezi). Bandırma Onyedü Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bandırma.
- İçerli, L. (2010). Örgütsel adalet: Kuramsal bir yaklaşım. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 5(1), 67-92.
- İplik, F.N. (2009). Algılanan örgütsel adaletin örgütsel vatandaşlık davranışları üzerindeki etkisinin belirlenmesine yönelik süpermarket çalışanları üzerinde bir araştırma: Adana ili örneği. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 25, 107-118.
- İşman, A. (2011). *Uzaktan eğitim* (4. Baskı). Ankara: Pegem Akademi.
- Jiun-Lan, H. S. U. ve Jeng-Hwan, W. (2015). Exploring the effects of organizational justice on employees innovative behavior in hospitality industry from the aspect of organizational support. *Revista De Cercetare Si Interventie Sociala*, 49, 113-126.
- Janssen, O. (2000). Job demands, perceptions of effort-reward fairness and innovative work behaviour. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 73, 287-302.
- Janssen, O. (2001). Fairness perceptions as a moderator in the curvilinear relationships between job demands and job performance and job satisfaction. *Academy Of Management Journal*, 44, 1039-1050.



- Karacaoğlu, K. ve Yörük, D. (2012). Çalışanların nepotizm ve örgütsel adalet algılamaları: Orta Anadolu bölgesinde bir aile işletmesi uygulaması. *İş, Güç, Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi*, 14(3), 43-64.
- Karriker J. H. ve Margaret L. W. (2009). Organizational justice and organizational citizenship behavior: A mediated multifoci model. *Journal of Management*, 35, 112-135.
- Kaya, Z. (2002). *Uzaktan eğitim* (1. Baskı). Ankara: Pegem A Yayıncılık.
- Keskin, M. ve Özer Kaya, D. (2020). COVID-19 sürecinde öğrencilerin web tabanlı uzaktan eğitime yönelik geri bildirimlerinin değerlendirilmesi. *İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 5(2), 59-67.
- Koloğlu, T. F., Kantar, M. ve Doğan , M. (2016). Öğretim elemanlarının uzaktan eğitimde hazır bulunuşluklarının önemi. *Açıköğretim Uygulamaları ve Araştırmaları Dergisi*, 2(1), 5262-5270.
- Kulualp, H. ve Sarı, Ö. (2019). Destekleme davranışı ve sosyal değişim teorisi kapsamında kırsal turizmin etkilerinin değerlendirilmesi. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8(1), 643-666.
- Küçükçene, M. ve Aydoğan, İ. (2018). Eğitim yönetiminde Adaletin önemi ve gerekliliği üzerine bir inceleme. *Kırıkkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(2), 641-664.
- Kurnaz, E. ve Serçemeli, M. (2020). Covid 19 pandemi döneminde akademisyenlerin uzaktan eğitim ve uzaktan muhasebe eğitime yönelik bakış açıları üzerine bir araştırma. *Uluslararası Sosyal Bilimler Akademi Dergisi*, 2(3), 263-288.
- Leventhal, G. S. (1980). What should be done with equity theory? New approaches to the study of fairness in social relationships. *Social exchange: Advances in theory and research*. New York: Plenum Press
- Maly, K., Overstreet, C.M., González, A., Denbar, M., Cutaran, R., Karunaratne, N. ve Srinivas, C.J. (1998). Use of web technology for interactive remote instruction. *Computer Networks & ISDN Systems*, 30, 660-662.
- Meydan, C. H. (2010). Adalet algısı – iç girişimci davranışlar ilişkisinde kontrol odağının şekillendirici rolü. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 36, 195-222.
- Mohammed, A. R. (2020). *The reality of the practices of organizational justice in the academic environment and its impact on the behaviour of bullying: fields study on faculty members in King Abdulaziz University in Jeddah*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). King Abdulaziz University, Faculty of Economics and Management, Jeddah.
- Moore, M. G. ve Anderson, W. (2003). *Handbook of distance education*. London: Lawrence Erlbaum Associates, Publishers.

- Nazir, S., Shafi, A., Atıf, M., Qun, W. ve Abdullah, S. (2019). How organization justice and perceived organizational support facilitate employees. *Innovative Behavior at Work” Employee Relations*, 41(6), 1288-1311.
- Niehoff, B. P ve Moorman, R. H. (1993). Justice as a mediator of the relationship between methods of monitoring and organizational citizenship behaviour. *Academy of Management Journal*, 36(3), 527-556.
- Ogeh, W. M. ve Chiemeka N. (2015). Creativity and innovation in open and distance education: A paradigm for human development in the 21st century for nation-building in Nigeria. *Journal of Education and Practice*, 6(4), 143-147.
- Özkalp, E. ve Kirel, Ç. (2013). *Örgütsel davranış*. Bursa: Ekin Basım.
- Özler, D.E. (2012). *Örgütsel davranışta güncel konular*. Bursa: Ekin Yayınevi.
- Pelenk, S. E. (2018). Örgütsel adalet, proaktiflik ve yenilikçi davranış arasındaki ilişkiler: Kimya sektörü çalışanları ile bir araştırma. *Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 18, 149-155.
- Plessis, M. (2007). The role of knowledge management in innovation. *Journal of Knowledge Management*, 11(4), 20-29.
- Schlechty, P. C. (2014). *Okulu yeniden kurmak*. Ankara: Nobel Yayınları.
- Senge, P. (2000). *Beşinci Disiplin*. İstanbul: YKY.
- Sökmen, A., Bilsel M. A. & Erbil, C. (2013). Örgütsel adaletin çalışan motivasyonu ve performansı üzerindeki etkisi: Bankacılık sektöründe bir araştırma. *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 15(1), 41-60.
- Sweeney, J. E. (2016). Innovation in the school context: An exploratory study. (Yayınlanmamış doktora tezi). Faculties of the University of Pennsylvania, Pennsylvania.
- Thurlings, M., Evers, A. T. ve Vermeulen, M. (2015). Toward a model of explaining teachers’ innovative behavior: a literature review. *Review of Educational Research*, 85(3), 430-471.
- Van, Scotter, J. R. (2000). Relationships of task performance and contextual performance with turnover, job satisfaction and affective commitment. *Human Resource Management Review*, 10(1), 79-95.
- Yıldırım, F. (2007). İş doyumunu ile örgütsel adalet ilişkisi. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 62(1), 253-278.
- Yıldız, H., Yıldız, B. ve Ateş, H. (2015). Sanal kaytarma davranışlarının sergilenmesinde örgütsel adalet algısının rolü var mıdır? *Bilgi Ekonomisi ve Yönetimi Dergisi*, 10(2), 55-66.

Yıldız, E. ve Seferoğlu, S. S. (2020). Uzaktan eğitim ğrencilerinin evrimii teknolojilere yönelik öz yeterlik algularının incelenmesi. *Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 18(1), 33-46.

Yorgancı, S. (2015). Web tabanlı uzaktan eğitim yönteminin öğrencilerin matematik başarlarına etkileri. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 23(3), 1401-1420.

Geliş Tarihi:

18.08.2021

Kabul Tarihi:

10.05.2022

Yayımlanma Tarihi:

15.06.2022

Kaynakça Gösterimi: Orhan, E., & Yıldırım, F. (2022).  
Özel gün indirimlerinin satış tutundurma ve tüketici  
satın alma karar sürecine etkisi üzerine bir araştırma.  
*İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*,  
21(43), 96-110. doi: 10.46928/iticusbe.983847

## ÖZEL GÜN İNDİRİMLERİNİN SATIŞ TUTUNDURMA VE TÜKETİCİ SATIN ALMA KARAR SÜRECİNE ETKİSİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

*Araştırma*

Ebru Orhan 

Sorumlu Yazar (Correspondence)

[ebruorhan@hotmail.com](mailto:ebruorhan@hotmail.com)

Figen Yıldırım 

İstanbul Ticaret Üniversitesi

[figen@ticaret.edu.tr](mailto:figen@ticaret.edu.tr)

Ebru Orhan, yüksek lisansını İstanbul Ticaret Üniversitesi'nde Uluslararası Ticaret bölümünde tamamlamıştır. İstanbul Ticaret Üniversitesi'nde Uluslararası Ticaret bölümünde doktora eğitimine devam etmektedir. Uluslararası ticaret, uluslararası pazarlama, tüketici davranışları alanlarında araştırma yapmaktadır.

Figen Yıldırım, pazarlama bilim dalında profesörlük unvanını almıştır. Perakende yönetimi, markalaşma ve uluslararası ticaret alanlarında yayınları bulunmaktadır.

# ÖZEL GÜN İNDİRİMLERİNİN SATIŞ TUTUNDURMA VE TÜKETİCİ SATIN ALMA KARAR SÜRECİNE ETKİSİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Ebru Orhan  
[ebruorhan@hotmail.com](mailto:ebruorhan@hotmail.com)  
Figen Yıldırım  
[figen@ticaret.edu.tr](mailto:figen@ticaret.edu.tr)

## Özet

**Amaç:** Bu çalışmanın amacı, tüketicilerin özel günlerde satın alma davranışlarının ve niyetlerinin değişip değişmediğini tespit etmek ve işletmelerin satış tutundurma faaliyetlerinin özel günlerde tüketicilerin satın alma davranışına olan etkisini ortaya koymaktır.

**Yöntem:** Türkiye’de yaşayan 18 yaş üstü 393 katılımcıyla 24.07.2020-08.08.2020 tarihleri arasında kolayda örnekleme yöntemi ile dijital ortamda çevrimiçi anket uygulanmıştır. Çalışmanın analizi kapsamında Spearman korelasyon testleri yapılmıştır.

**Bulgular:** Elde edilen bulgulara göre işletmelerin özel günlerde yaptıkları indirimler, sundukları promosyonlar ve ödeme kolaylıkları tüketicilerin satın alma davranışını ve satın alma niyetini olumlu olarak etkilemektedir. İşletmelerin özel günlerde sattıkları ürün veya hizmetlerde yaptıkları kampanya, indirim gibi promosyon faaliyetlerinin tüketicileri satın almaya ikna ettiği söylenebilir.

**Özgünlük:** Araştırmanın diğer çalışmalardan farklı olarak orijinalliği, işletmelerin özel günlerde tüketicilere yönelik yaptıkları satış tutundurma faaliyetlerinin etkisini incelemek üzere yapılmış olmasıdır. Dolayısıyla bu çalışmada diğerlerinden farklı olarak işletmelerin satış tutundurma faaliyetleri karşısında tüketicilerin tutumları incelenmekte ve ileride yapılacak olan çalışmalara katkı sağlamayı amaçlamaktadır. Gelecekteki çalışmalarda işletmeler için özel günleri fırsata çevirmek ve markaları için hedef kitleleriyle ortak hisler paylaşarak anlamlı ilişkiler kurmaları bakımından özel günlerle marka imajlarını ve marka bağlılığı oluşturma etkisi incelenebilir.

**Anahtar Kelimeler:** Özel Günler, Tüketici Davranışı, Satın Alma Niyeti, Satış Tutundurma

**JEL Sınıflandırması:** M16, M31, M39

# **A RESEARCH ABOUT THE EFFECTS OF SPECIAL DAY DISCOUNTS ON SALES PROMOTION AND CONSUMER PURCHASING DECISION PROCESS**

## **Abstract**

**Purpose:** The aim of this study is to determine whether the purchasing behaviours and intentions of consumers change on special days and to reveal the effect of sales promotion activities of the companies on the purchasing behaviour of consumers on special days.

**Method:** An online questionnaire was applied in digital platform to 393 participants over the age of 18 living in Turkey between the dates of 24.07.2020-08.08.2020 with convenience sampling method. Spearman correlation tests were conducted within the scope of the analysis of this research.

**Findings:** According to the results of the research, the discounts, promotions and payment facilities offered by the companies on special days affect the purchasing behaviour and purchase intention of consumers positively. It is possible to say that the promotional activities such as campaigns and discounts made by the companies on the products or services that they sell on special occasions convince the consumers to buy.

**Originality:** The originality of the research, unlike the other studies is that, it was conducted to examine the effect of sales promotion activities of companies on special days for consumers. Therefore, in this study, unlike the others, the attitudes of consumers towards the sales promotion activities of the companies are examined and it aims to contribute to the future studies. In future studies, the effect of creating brand images and brand loyalty on special days can be examined in terms of turning special days into opportunities for companies and establishing meaningful relationships by sharing common feelings with their target audiences for their brands.

**Keywords:** Special Days, Consumer Behaviour, Purchasing Intention, Sales Promotion

**JEL Classification:** M16, M31, M39

## GİRİŞ

Her ülkede değişik kutlama ve etkinliklerin yapıldığı, dünyada ve Türkiye’de gittikçe yaygınlaşan ve ayrıca kişilerin birbirlerine hediye aldığı özel günlerin önemi gün geçtikçe daha da artmaktadır. Çeşitli adlarla nitelendirilen özel günlerin toplum tarafından yüklenen duygusal anlamları bulunmaktadır. Sosyal hayatta kutlanması gerektiği düşünülen özel günlerin kişileri hazcı güdüler nedeniyle daha fazla tüketime yönelttiği görülmektedir.

Pazarlama yöneticileri, yılın belirli özel günlerinde tüketicilerin duygusal dürtüleri ile satın alım faaliyetlerine özel ilgi duyarak, buna bağlı ödeme kolaylığı, promosyon dağıtımı veya ürün ve hizmetlerinde farklı indirim stratejileri uygulamaktadırlar. Tüketicilerin bu çeşit kampanyalara olan ilgisini temel alan pazarlama yöneticileri bu özel günlere yılın belirli zamanlarında uygulanan indirim günlerini eklemişlerdir. Bu indirim günlerinin yapılmasının amacı işletmelerin satış tutundurma faaliyetlerine katkı sağlamaya yönelik kârlılıklarını arttırmak, pazarı canlandırmak, stoklarını eritmek, müşterilerini markalarına alıştırmak ve nakit ihtiyaçlarını karşılamaktır.

Özel günlerin toplumlar tarafından farklı kutlandığı ve her toplumun farklı bir kültüre sahip olduğu gerçeğinden yola çıkarak, özel günlerde yapılan indirimlerin tüketicilerin satın alma davranışlarını ve buna paralel olarak işletmelerin bu günlerdeki satış tutundurma faaliyetlerine etkisini ortaya koymak araştırmanın önemini oluşturmaktadır. Bu önemden hareketle araştırmanın amacı tüketicilerin özel günlerde satın alma davranışlarının ve niyetlerinin değişip değişmediğini tespit etmek ve işletmelerin satış tutundurma faaliyetlerinin özel günlerde tüketicilerin satın alma davranışına olan etkisini ortaya koymaktır. Araştırmada, işletmelerin özel günlere özgü satış tutundurma faaliyetlerinin tüketiciler üzerinde etkili olup olmadığı ve Türkiye’deki tüketicilerde özel günlerin nasıl karşılandığı, özel günlerdeki tüketimlerinin satın alma davranışlarını arttırıp arttırmadığı sorularına cevap aranmıştır.

## KAVRAMSAL ÇERÇEVE

### *Özel Günler*

Özel günler ve haftalar olarak adlandırılan anneler günü, babalar günü, sevgililer günü, öğretmenler günü ve vb. ile dini bayramlar Türk insanı için büyük anlam taşıyan günler haline gelerek, tüketicilerin zihinlerinde satın alma davranışı üzerinde duygusal yönünün ağırlık kazanmasına neden olmaktadır. Bunun sonucu olarak tüketiciler daha çok tüketime yönelmektedirler. Çünkü anne, baba, aile, sevgili vb. unsurlar bütün toplumlarda önem arz etmekle birlikte Türkiye’nin sosyokültürel yapısında daha fazla ön plana çıkan olgulardır. Türkiye’de anne, baba, sevgili gibi ifadelerin bireylerin gönlündeki yüceliği, toplumda bulunduğu yeri ve bu unsurlar söz konusu olduğunda her şeyin yapılabileceği bir toplumsal mekanizma mevcuttur. Bundan dolayı, bu tür unsurlar ön plana çıkarılarak tüketicilerin satın alma tutumlarına göre oluşturulması daha da kolaylaşmaktadır (Bayuk, 2009). Özel gün olarak nitelendirilecek bugünlerde firmaların satış özendirme faaliyetlerinden fiyat indirimlerinin tüketicilerin satın alma eğilimleri üzerinde olumlu etkileri bulunmaktadır (Karaca & Özbakır Umut, 2018).

Her yıl belli günlerdeki özel günler yaklaştıkça, tüketiciler bilişsel ve duygusal olarak heyecanlanırlar. Tüketiciler farklı kültür yapılarının etkileriyle ve gelişen teknolojilerin yardımıyla özel günlere atfedilen ve özel günlere dayandırılan anlamlara duygusal yaklaşmaktadır. Tüketim yapmayı daha çok özendirilen bu duygulara yönelik anlamların olumlu olmayan yönleri tüketicilerce görülmemekte ve hediyeleşme hareketi gün geçtikçe artış göstermektedir. Tüketiciler, kendilerinin kandırılmayacaklarını ve bilinçli bir şekilde davrandıklarını savunsalar da hazcı güdülenmeler sebebiyle, kendilerini daha çok tüketime sevk eden durumun ne olduğu hakkında bilgi sahibi olmamaktadırlar. İşletmeler, duygusal tepkileri ve bu güdüleri bir metot olarak kullanarak özel olarak kişilerde, genel olarak da toplumda bir tüketim alışkanlığı yaratıp yeni duygu ve duygulara yönelen tutundurma metotları kullanarak, tüketicilerin hazcı güdülenmelerden oluşan satın alma taleplerini tüketime dönüştürme konusunda başarılıdırlar (Akgül & Varinli, 2017).

### ***Satış Tutundurma ve Tüketici Davranışları***

Satış tutundurma faaliyetleri, aracı kurumlardan üretici işletmelere ve kurumsal araçlara/tüketicilere yönelik veya aracı kurumlardan müşterilere ve tüketicilere yönelik olarak gerçekleştirilir. Bu durum da her iki taraf için ayrı amaçlar oluşturmakta ve faydalar sağlamaktadır (Oyman, 2004). Satış tutundurma faaliyetlerinin temel belirleyicisi kısa vadeli satış etkisi olmakla birlikte, satış özendirme faaliyetlerinin, özellikle tüketicilere hitap eden faaliyetlerin tüketicide satın alma davranışı oluşturma ve uzun vadede ise marka oluşturma gibi amaçları gözetilen iletişim ve stratejik temelli uygulamalar olduğunun da unutulmaması gerekir (Öztürk, 1995).

Satış tutundurma faaliyetlerinin başka yanı olan tüketiciler de değişik yararlar, amaçlar ve beklentiler ile bu faaliyetlerden faydalanırlar. Satış tutundurma faydası, tüketiciler yönünden satış özendirme tecrübesiyle ilişkili olarak onların algıladıkları değer olarak açıklanabilir. Bu tecrübe ise, hem satış özendirme faaliyeti ile birebir karşılaşmayı (örneğin; ürünle beraber verilen hediyeği görme) hem de kullanımı (örneğin; hediyeği ürünü satın alma) kapsayabilir (Chandon, Wansink, & Laurent, 2000).

Satış tutundurma faaliyetleri, hedonik ve fonksiyonel faydalar sunan faaliyetler olarak görülebilir. Hedonik yararlar, bu tarz faaliyetler ile gerçekleşen zevk, eğlence, keşfetme, heyecan, ödüllendirme gibi hisleri kapsar. Fonksiyonel faydalar ise tüketicilerin verimlilik, ekonomik temelli faydaları arttırmasına imkân sağlayan, bilişsel ve nesnel faydalara denk gelir. Tüketicilerin satış özendirme faaliyetlerinde algıladıkları fonksiyonel faydalar; alışverişini kolaylaştırma, kalitesi olan ürünler satın alabilme, tasarruflar vb. olabilmektedir. Bundan dolayı, kuponlar, ücret iadeleri ve fiyat indirimleri gibi fiyata dayanan faaliyetler ekonomik yarar sağlayarak tüketicileri etkileyebilecektir. Hedonik faydalarda ise, araştırma, ödül verme, eğlence gibi faydalar ön plandadır. Bir diğer ifadeyle, satış özendirme faaliyeti sonucunda ürünü satın almış tüketici, bu faaliyeti, bir heyecan-eğlence unsuru, bir ödül veya farklılık beklentisine karşılık veren uygulama olarak algılayabilmektedir (Oyman, 2004).



Satış özendirme faaliyetlerinde tüketici için önemli olan faydaların genel olarak fonksiyonel yararlar olduğu düşünülmektedir. Ancak fonksiyonel faydalar kadar hedonik faydalar da tüketicinin neyi tercih edeceğini etkiler. Yapılan bir çalışmaya göre, yarışmalar, çekilişler, numuneler gibi ürünün fiyatına yönelik olmayan, hedonik satış tutundurma faaliyetlerini tüketiciler eğlence olarak algıladıklarından, satın alma davranışlarını etkileyen önemli bir kriter olarak görmektedir (Huff & Alden, 1998).

Tüketicilere yönelik satış tutundurma faaliyetleri ya sonradan alıma teşvik edici ya da derhal harekete geçirici niteliğe sahiptir (Shimp, 1993). Tüketicilere yönelik satış tutundurma yöntemleri bakımından temel strateji, satılmakta olan ürün için ek bir katma değer yaratmaktır (Buell, 1986). İşletmeler satış tutundurma ile tüketicilerin ürünü denemeleri ve satın almaları konusundaki çekingenliklerini ortadan kaldırarak, ürünün satışını arttırmada da etkili olmaktadır. Tüketicinin daha fazla miktarda ürüne sahip olması o ürünü daha çok kullanmasına sebep olarak, işletmenin satışlarında artış oluşturacaktır (Uysal, 2019).

## **YÖNTEM**

### ***Araştırmanın Yöntemi, Örnekleme ve Hipotezleri***

Araştırmada nicel yöntem olarak dijital ortamdaki çevrimiçi anket yöntemi (SurveyMonkey) tercih edilmiştir. Araştırmanın örneklemini, Türkiye’de yaşayan 18 yaş üstü tüketiciler oluşturmaktadır. Örnekleme yönteminde ise, tesadüfi olmayan örnekleme yöntemlerinden kolayda örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Bir örnekleme uygulamasında çerçeveyi belirlemek zor ve imkânsız olduğunda, tesadüfi olmayan örnekleme başvurulur. Bundan dolayı bu örnekleme yönteminde birimlerin ölçüğe seçilme şansı diye bir kavram yoktur (Nakip, 2017).

Araştırmaya Türkiye genelinde 393 kişi katılım sağlamıştır. Seçilen örneklem grubun evreni yeterli olarak temsil ettiğini belirlemek için Yazıcıoğlu ve Erdoğan’ın %5 hata payıyla hesaplanan örneklem büyüklüğü tablosundan yararlanılmıştır (Yazıcıoğlu & Erdoğan, 2014). Bu doğrultuda örnek büyüklüğünü belirlemek üzere, uygulamada en yaygın örnekleme formülü olan  $[ n = \Pi (1 - \Pi) / (e / Z)^2 ]$  tercih edilmiştir (Kurtuluş, 2008). Formülde; n: örnek büyüklüğünü,  $\Pi$ : topluluk tahminini, e: kabul edilebilir tolerans düzeyini, Z: istenilen güven aralığını ifade etmektedir. Tüketicilerin ürünün kullanım oranı bilinmediğinden, formülde yer alan  $\Pi$  parametresinin en yüksek olduğu (0,5 x 0,5 = 0,25) değeri kullanılmıştır. Sosyal bilimlerde araştırmacılar tarafından genel kabul görmüş güven aralığının %99 olmasından dolayı, Z değeri 2,58 olarak esas alındığında örnek büyüklüğü 384 olarak elde edilmektedir. Ankete 393 kişi katılım sağladığı için seçilen örneklem grubu evreni yeterli olarak temsil etmektedir.

Araştırmanın amacı tüketicilerin özel günlerde satın alma davranışlarının ve niyetlerinin değişip değişmediğini tespit etmek ve işletmelerin satış tutundurma faaliyetlerinin özel günlerde tüketicilerin satın alma davranışına olan etkisini ortaya koymaktır. Bu amaç doğrultusunda Türkiye’deki tüketicilerde özel günlerin nasıl karşılandığı, özel günlerdeki tüketimlerinin satın alma davranışlarını

arttırıp arttırmadığı ve işletmelerin özel günlere özgü satış tutundurma faaliyetlerinin tüketiciler üzerinde etkili olup olmadığı sorularına cevap aranmıştır.

Konu ile ilgili literatürde dini bayramlar, yılbaşı, anneler günü, babalar günü, sevgililer günü vb. özel günlerdeki tüketim ve o günlerde yapılan indirim uygulamalarının tüketici davranışlarına etkisi araştırılmıştır. Araştırmanın diğer çalışmalardan farklı olarak orijinalliği, işletmelerin özel günlerde tüketicilere yönelik yaptıkları satış tutundurma faaliyetlerinin etkisini incelemek üzere yapılmış olmasıdır. Dolayısıyla bu çalışmada diğerlerinden farklı olarak işletmelerin satış tutundurma faaliyetleri karşısında tüketicilerin tutumları incelenmekte ve ileride yapılacak olan çalışmalara katkı sağlamayı amaçlamaktadır.

Bu kapsamdan hareketle, araştırmada aşağıdaki hipotezler geliştirilmiştir:

H1: Tüketicilerin satın alma davranışları ile özel gün indirimleri arasında olumlu (pozitif yönlü) bir ilişki vardır.

H2: Tüketicilerin satın alma niyeti ile özel gün indirimleri arasında olumlu (pozitif) yönlü bir ilişki vardır.

H3: Tüketicilerin satın alma davranışı ile satın alma niyeti arasında olumlu (pozitif) yönlü bir ilişki vardır.

H4: Mağazaların/marketlerin satış tutundurma faaliyetleri, tüketicilerin satın alma davranışı arasında olumlu (pozitif) yönlü ilişki vardır.

### ***Veri Toplama Aracı***

Verilerin toplanmasında kullanılan toplam 61 sorudan ve dört bölümden oluşan anket formu önceki çalışmalardan yararlanılarak hazırlanmıştır. İlk bölümde tüketicilerin özel günlere karşı genel tutumlarını ölçmeye yönelik 11 soru sorulmuştur. İkinci ve üçüncü bölümde ise toplam 43 soru sorulmuştur. Katılımcıların verilen ifadelerle katılıp katılmadıklarını belirleyen 5'li likert ölçeği kullanılmıştır. (1: Kesinlikle Katılmıyorum, 2: Katılmıyorum, 3: Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum, 4: Katılıyorum, 5: Kesinlikle Katılıyorum). İkinci bölümde tüketicilerin özel günlerdeki satın alma davranışlarını ve satın alma niyetlerini ölçmeye yönelik sorular sorulmuştur. Bu bölümde sorular Meriç'in (2019) çalışmasından yararlanılarak geliştirilmiştir. Üçüncü bölüm ise tüketicilerin özel günlerdeki mağaza içi ve mağaza dışı satın alma davranışını ölçmeye yönelik sorulardan oluşmaktadır. Bu bölümdeki mağaza içi tutundurma ve mağaza dışındaki sorular hazırlanırken Toptaş'ın (2019) çalışmasındaki sorular özel günler temel alınarak geliştirilmiştir. Ayrıca yine bu bölümde özel gün indirimlerine yönelik tüketicilerin ağızdan ağıza iletişim yoluyla satın alma davranışlarını ölçmeye dayanan sorular da yer almaktadır. Anketin son bölümünde ise katılımcıların demografik bilgilerine yönelik sorular bulunmaktadır. Hazırlanan anket formu Türkiye'de 24.07.2020-08.08.2020 tarihleri arasında uygulanarak katılımcılara ulaşılmıştır.

### *Verilerin Analizi*

Veriler SPSS 20.0 paket programı ile analiz edilmiştir. Verilerin normal dağılımı Kolmogorov Smirnov testi ile değerlendirilmiştir. Veriler normal dağılıma uygun olmadığı için nonparametrik test olan değişkenler arasındaki ilişkileri belirleyen Spearman korelasyon analizi ile incelenmiştir. İstatistiksel anlamlılık düzeyi  $p < 0,05$  olarak kabul edilmiştir.

## **BULGULAR**

### *Demografik Bulgular*

Katılımcılara ait demografik bulgular aşağıda Tablo 1.'de belirtilmiştir. Buna göre, ankete katılanlardan kadınların oranı %54,5; 36-45 yaş arası olanların oranı %36,6; lisans mezunu olanların oranı %62,8; bekâr olanların oranı %50,1; çocuğu olanların oranı %50,9; aylık geliri 7001 TL ve üstü olanların oranı %53,4; özel sektörde çalışanların oranı %53,9'dur.

**Tablo 1.** Türkiye'den katılımcıların demografik özellikleri

|                | n=393 | %    |
|----------------|-------|------|
| Cinsiyet       |       |      |
| Kadın          | 214   | 54,5 |
| Erkek          | 179   | 45,5 |
| Yaş            |       |      |
| 18-25          | 30    | 7,6  |
| 26-35          | 78    | 19,8 |
| 36-45          | 144   | 36,6 |
| 46-55          | 94    | 23,9 |
| 56-65          | 31    | 7,9  |
| 66 yaş ve üstü | 16    | 4,1  |
| Eğitim durumu  |       |      |
| İlkokul        | 1     | 0,3  |
| Ortaokul       | 2     | 0,5  |
| Lise           | 43    | 10,9 |
| Lisans         | 247   | 62,8 |
| Lisansüstü     | 100   | 25,5 |
| Medeni durum   |       |      |
| Evli           | 196   | 49,9 |

|                  |     |      |
|------------------|-----|------|
| Bekâr            | 197 | 50,1 |
| <hr/>            |     |      |
| Çocuğunuz var mı |     |      |
| Evet             | 200 | 50,9 |
| Hayır            | 193 | 49,1 |
| <hr/>            |     |      |
| Aylık Gelir, TL, |     |      |
| 1000 TL ve az    | 1   | 0,3  |
| 1001-2000        | 4   | 1,0  |
| 2001-3000        | 12  | 3,1  |
| 3001-4000        | 34  | 8,7  |
| 4001-5000        | 37  | 9,4  |
| 5001-6000        | 44  | 11,2 |
| 6001-7000        | 51  | 13,0 |
| 7001 ve üstü     | 210 | 53,4 |
| <hr/>            |     |      |
| Meslek           |     |      |
| Kamu             | 59  | 15,0 |
| Özel sektör      | 212 | 53,9 |
| Serbest meslek   | 34  | 8,7  |
| Öğrenci          | 17  | 4,3  |
| Emekli           | 38  | 9,7  |
| Çalışmıyor       | 14  | 3,6  |
| Diğer            | 19  | 4,8  |
| <hr/>            |     |      |

### ***Hipotezlere Ait Bulgular***

H1: Tüketicilerin satın alma davranışları ile özel gün indirimleri arasında olumlu (pozitif yönlü) bir ilişki vardır.

**Tablo 2.** Tüketicilerin satın alma davranışı ile özel gün indirimleri arasındaki ilişki

|                      |   |                  |
|----------------------|---|------------------|
|                      |   | Özel gün indirim |
|                      | r | 0,590            |
| Satın alma davranışı | p | <0,001*          |

\*p<0,05; r: Spearman korelasyon analizi

Tüketicilerin satın alma davranışı ile özel gün indirimleri arasında pozitif yönde istatistiksel açıdan anlamlı ilişki bulunmuştur ( $p<0,05$ ). Özel gün indirim puanı arttıkça tüketicilerin satın alma davranışı da artmaktadır. Özel günlerde yapılan indirimlerin tüketicilerin satın alma davranışını arttırdığını söylemek mümkündür.

H2: Tüketicilerin satın alma niyeti ile özel gün indirimleri arasında olumlu (pozitif) yönlü bir ilişki vardır.

**Tablo 3.** Tüketicilerin satın alma niyeti ile özel gün indirimleri arasındaki ilişki

|                   |   | Özel gün indirimleri dikkate alındığında satın alma davranışı |
|-------------------|---|---|
| Satın alma niyeti | r | 0,392   |
|                   | p | <0,001*   |

\* $p<0,05$ ; r: Spearman korelasyon analizi

Tüketicilerin satın alma niyeti ile özel gün indirimleri arasında pozitif yönde istatistiksel açıdan anlamlı ilişki bulunmuştur ( $p<0,05$ ). Özel gün indirim puanı arttıkça tüketicilerin satın alma niyeti de artmaktadır. Özel gün indirimlerinin tüketicilerin satın alma niyetini arttırdığı söylenilebilir.

H3: Tüketicilerin satın alma davranışı ile satın alma niyeti arasında olumlu (pozitif) yönlü bir ilişki vardır.

**Tablo 4.** Tüketicilerin satın alma davranışı ile satın alma niyeti arasındaki ilişki

|                      |   | Satın alma niyeti |
|----------------------|---|-------------------|
| Satın alma davranışı | r | 0,543             |
|                      | p | <0,001*           |

\* $p<0,05$ ; r: Spearman korelasyon analizi

Tüketicilerin satın alma davranışı ile satın alma niyeti arasında pozitif yönde istatistiksel açıdan anlamlı ilişki bulunmuştur ( $p<0,05$ ). Tüketicilerin satın alma niyeti arttıkça satın alma davranışı da artmaktadır.

H4: Mağazaların/marketlerin satış tutundurma faaliyetleri, tüketicilerin satın alma davranışına olumlu etki eder.

**Tablo 5.** Mağazaların/Marketlerin satış tutundurma faaliyetleri ile tüketicilerin satın alma davranışı ilişkisi

|   | Mağaza içi ve dışı satın alma davranışı | Mağaza İçi Tutundurma | Mağaza Dışı Tutundurma |
|---|---|-----------------------|------------------------|
| Özel gün indirimlerini dikkate alındığında satın alma davranışı | r 0,514<br>p <0,001*                    | 0,477<br><0,001*      | 0,426<br><0,001*       |
| Özel Gün İndirimi   | r 0,416<br>p <0,001*                    | 0,371<br><0,001*      | 0,393<br><0,001*       |
| Satın Alma Davranışı  | r 0,503<br>p <0,001*                    | 0,477<br><0,001*      | 0,387<br><0,001*       |
| Satın Alma Niyeti   | r 0,401<br>p <0,001*                    | 0,398<br><0,001*      | 0,269<br><0,001*       |

\*p<0,05; r: Spearman korelasyon analizi

Mağazaların/marketlerin satış tutundurma faaliyetleri ile tüketicilerin satın alma davranışı arasında pozitif yönde istatistiksel açıdan anlamlı ilişkiler bulunmuştur (p<0,05). Mağazaların/marketlerin satış tutundurma faaliyetleri arttıkça tüketicilerin satın alma davranışı artmaktadır. Özel günlerde mağazaların/marketlerin sundukları teklifler, yaptıkları kampanya ve indirimler tüketicileri daha fazla satın alma davranışına yöneltmektedir.

## SONUÇ, TARTIŞMA VE ÖNERİLER

Özel günlerin her yıl tekrarlanan bir yapıda olup, duygusal anlamlar taşıması, işletmelerin uzun vadede kârlılıklarını ve pazardaki rekabetini sürdürmelerinde bir üstünlük olarak görülmektedir. Bu durumun bilinciyle hareket eden işletmeler, özel günler olarak nitelendirilen günlerde satış tutundurma faaliyetleri ve diğer pazarlama araçları ile toplumu tüketime yöneltmektedir.

Belirlenen hipotezlere göre araştırmanın sonucunda tüketicilerin satın alma davranışı ile özel gün indirimleri arasında pozitif yönde istatistiksel açıdan anlamlı ilişki bulunmuştur. Özel gün indirimi oranı arttıkça tüketicilerin satın alma davranışının da arttığı görülmüştür. Bununla birlikte, tüketicilerin satın alma niyeti ile özel gün indirimleri arasında pozitif yönde istatistiksel açıdan anlamlı ilişki bulunmuştur. Özel gün indirimi oranı arttıkça tüketicilerin satın alma niyeti de artmaktadır. Bunun yanı sıra, tüketicilerin satın alma davranışı ile satın alma niyeti arasında pozitif yönde istatistiksel açıdan anlamlı ilişki bulunmuştur. Tüketicilerin satın niyeti arttıkça satın alma davranışı da artmaktadır. Ayrıca, mağazaların/marketlerin satış tutundurma faaliyetleri ile tüketicilerin satın alma davranışı arasında pozitif yönde istatistiksel açıdan anlamlı ilişkiler bulunmuştur. Mağazaların/marketlerin satış tutundurma faaliyetleri arttıkça tüketicilerin satın alma davranışı artmaktadır.

Yapılan araştırmanın sonuçları bu konuda yapılan diğer çalışmalar ile karşılaştırıldığında benzer ve diğer çalışmaları destekler niteliktedir. Karaca ve Özbakır Umut'un (2018) özel gün indirimlerinin tüketicilerin satın alma davranışı üzerindeki etkisini ortaya koyduğu çalışmasında, Bolu ilinde ikamet eden 363 kişi ile yüz yüze anket tekniği ile veri toplanmıştır. Yapılan çalışmanın sonucunda, özel günler indirimleri ile tüketicilerin satın alma davranışları arasında pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişkinin olduğu ve bu günlerde kişilerin %49 oranında satın alma davranışının olduğu açıklanmıştır. Meriç'in (2019) özel günlerde yapılan fiyat indirim kampanyalarının tüketicilerin satın alma niyetleri ve satın alma davranışlarına etkisini ortaya koyan çalışmasında, Ankara ilinde ikamet eden 18 yaş üstü 205 tüketiciye yüz yüze anket uygulanarak veriler toplanmıştır. Elde edilen veriler sonucunda, özel gün indirimlerinin tüketicilerin satın alma niyetleri ve satın alma davranışları arasında istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönlü etkisinin olduğu görülmüştür. Bu çalışmada diğer çalışmalardan farklı olarak işletmelerin satış tutundurma faaliyetleri karşısında tüketicilerin tutumları incelenmiştir. Araştırmanın sonucuna göre, işletmelerin özel günlerde yaptıkları indirimler, sundukları teklifler ve ödeme kolaylıkları tüketicilerin satın alma davranışını ve satın alma niyetini olumlu olarak etkilemektedir. İşletmelerin özel günlerde sattıkları mal veya hizmetlerde yaptıkları kampanya, indirim gibi promosyon faaliyetlerinin tüketicileri satın almaya ikna ettiğini söylemek mümkündür.

Bu araştırma, özel günlerde işletmelerin gerçekleştirdiği satış tutundurma etkinliklerinin tüketicilerin satın alma davranışı ve satın alma niyeti üzerindeki olumlu etkisini ortaya koymuştur. Çalışmanın pandemi dönemine denk gelmesi ve anketin katılımcılara örneklem sayısının fazla olmamasına etki eden dijital ortamda çevrimiçi ulaştırılması araştırmanın kısıtlarını oluşturmaktadır.

Özel günler, bazen sevilenlerin hatırlandığı, bazen inançların tazelandığı, bazen ise savunulan değerlerin vurgulandığı anlamlı tarihler olarak insani duygular taşıyan herkesi ortak bir noktada buluşturmaktadır. Gelecekteki çalışmalarda işletmeler için bugünleri fırsata çevirmek ve markaları için hedef kitleleriyle ortak hisler paylaşarak anlamlı ilişkiler kurmaları bakımından özel günlerle marka imajlarını ve marka bağlılığı oluşturma etkisi incelenebilir.

Bir öneri olarak, işletmelerin özel günlerde tüketicilere sunduğu ürün ve hizmetleri satın almalarını özendirme için uygulayacakları satış tutundurma faaliyetleri ve sağlayacakları marka bağlılığı kârlılık oranlarının artmasına ve bu dönemi fırsata çevirmelerine katkı sağlayacaktır. Perakende işletmeleri markalarında özel gün indirimlerini oluştururken tüketicilere yönelik satış tutundurma içeriklerini kampanyalar düzenleyerek, fiyat indirimleri yaparak, yarışma ve çekilişler düzenleyerek, kuponlar dağıtarak, vb. oluşturabilirler. Bu etkinlikler çerçevesinde perakende işletmelerine tüketicilerin dikkatini çekmeleri ve tüketicilerin alım gücünü arttırmaya çalışmaları tavsiye edilebilir. Teknolojinin ilerlemesine paralel olarak işletmeler dijital pazarlama uygulamaları kapsamında özel günlerde satış tutundurma faaliyetlerini dijital ortama taşıyarak sosyal medya aracılığıyla

gerçekleştirebilirler. Bu kapsamda sonraki çalışmalarda özel günlerde işletmelerle görüşme gerçekleştirip pazarlama faaliyetleri ile ilgili bir araştırma yapılarak literatüre katkı sağlanabilir.



## KAYNAKÇA

- Akgül, D., & Varinli, İ. (2017). Hedonik (hazcı) tüketimin özel günlerdeki alışveriş kültürü üzerindeki etkisi ve ülkelerarası karşılaştırmalı bir araştırma. *International Journal of Social Inquiry*, 10(2), 1-36.
- Bayuk, Y. M. (2009). Özel gün ve haftaların tüketim üzerindeki etkileri. *Kamu-İş*, 11(1), 185-197.
- Buell, V. P. (1986). *Handbook of modern marketing* (2nd ed.). New York: McGraw-Hill Book Company.
- Chandon, P., Wansink, B., & Laurent, G. (2000). A benefit congruency framework of sales promotion effectiveness. *Journal of Marketing*, 64(4), 65-81.
- Huff, L. C., & Alden, D. L. (1998). An investigation of consumer response to sales promotions in developing markets: A three country analysis. *Journal of Advertising Research*, 38(3), 47-57.
- Karaca, Ş., & Özbakır Umut, M. (2018). Özel gün indirimlerinin tüketicilerin satın alma davranışları üzerindeki etkisinin incelenmesi. *Iğdır Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* (16), 413-436.
- Kurtuluş, K. (2008). *Pazarlama araştırmaları* (9. baskı). İstanbul: Literatür Yayıncılık.
- Meriç, E. (2019). *Özel gün indirimlerinin tüketicilerin satın alma niyeti ve satın alma davranışına etkilerinin incelenmesi* (Yayın no.597971) [Yüksek Lisans Tezi, Ufuk Üniversitesi]. YÖK Tez Merkezi. [https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/TezGoster?key=npGs9H39x7G6401x51yqpAYcnL42V1Jdp6N5kPXqKMWEA2o2PrRS16p1pV\\_5vhtl](https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/TezGoster?key=npGs9H39x7G6401x51yqpAYcnL42V1Jdp6N5kPXqKMWEA2o2PrRS16p1pV_5vhtl)
- Nakip, M. (2017). *Pazarlama araştırmaları teknikler (SPSS destekli) uygulamalar* (4. baskı). Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Oyman, M. (2004). Tüketicilerin satış tutundurma etkinliklerine yönelik tutumları ve yarar algılamaları. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 4(1), 55-76.
- Öztürk, S. A. (1995). Satış tutundurma faaliyetlerine uzun dönemli yaklaşım. *Pazarlama Dünyası*, 9(11), 24-29.
- Shimp, T. A. (1993). *Promotion management and marketing communications* (3rd ed.). Orlando: The Dryden Press.
- Toptaş, M. (2019). *Alışverişçi pazarlama uygulamalarının mağaza sadakati ve alışverişçi temelli mağaza marka ederine etkisi: Ramazan dönemi bağlamında ampirik bir çalışma* (Yayın no.581784) [Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi]. YÖK Tez Merkezi. [https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/TezGoster?key=vjszP7PzV0HebcjFEvDfwB\\_9JheMC0kw-EDe\\_Ip8U2-qWf72TU\\_YuRXKOgKGYtUR](https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/TezGoster?key=vjszP7PzV0HebcjFEvDfwB_9JheMC0kw-EDe_Ip8U2-qWf72TU_YuRXKOgKGYtUR)

Uysal, A. (2019). *Satış promosyonları ve tüketici memnuniyetinin satın alma niyeti ve marka bağlılığına etkisi: Üniversite öğrencileri üzerine bir araştırma* (Yayın no.564231) [Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi]. YÖK Tez Merkezi. [https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/TezGoster?key=FgmkGchPKo23qQqBeqzVZk3hceJ8sw7BfbG3hDfUQSL\\_wRnUhjCdB0Oo\\_tma4yt](https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/TezGoster?key=FgmkGchPKo23qQqBeqzVZk3hceJ8sw7BfbG3hDfUQSL_wRnUhjCdB0Oo_tma4yt)

Yazıcıoğlu, Y., & Erdoğan, S. (2014). *SPSS uygulamalı bilimsel araştırma yöntemleri* (4. baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.

Geliş Tarihi:

06.09.2021

Kabul Tarihi:

27.03.2022

Yayımlanma Tarihi:

15.06.2022

Kaynakça Gösterimi: Terzi, S. (2022). İşletmelerin sürekliliğinin değerlendirilmesinde makine öğrenme algoritmalarının kullanımı: Türkiye örneği. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 21(43), 111-132. doi: 10.46928/iticusbe.991788

## İŞLETMELERİN SÜREKLİLİĞİNİN DEĞERLENDİRİLMESİNDE MAKİNE ÖĞRENME ALGORİTMALARININ KULLANIMI: TÜRKİYE ÖRNEĞİ

*Araştırma*

Serkan Terzi 

Sorumlu Yazar (Correspondence)

Çankırı Karatekin Üniversitesi

[serkanterzi@karatekin.edu.tr](mailto:serkanterzi@karatekin.edu.tr)

Serkan Terzi, Çankırı Karatekin Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, Muhasebe ve Finansman Anabilim Dalında doçenttir. Muhasebe ve denetim alanında ders vermekte ve bu alanlarda araştırmalar yayınlamaktadır.

# İŞLETMELERİN SÜREKLİLİĞİNİN DEĞERLENDİRİLMESİNDE MAKİNE ÖĞRENME ALGORİTMALARININ KULLANIMI: TÜRKİYE ÖRNEĞİ

Serkan Terzi  
[serkanterzi@karatekin.edu.tr](mailto:serkanterzi@karatekin.edu.tr)

## Özet

**Amaç:** Bu çalışmanın amacı, işletmelerin sürekliliğinin değerlendirilmesi amacıyla makine öğrenme algoritmalarının kullanımınıdır. Bunun için Borsa İstanbul'da 2010-2019 yılları arasında kesintisiz işlem gören 136 şirketin verileri kullanılmıştır. Çalışmaya verilerine ulaşamayan veya taksonomisi farklı şirketler dahil edilmemiştir.

**Yaklaşım:** Çalışmada yapay sinir ağları, karar ağacı, destek vektör makineleri, rassal orman, k-en yakın komşular sınıflandırma, lojistik regresyon ve gaussian naive bayes algoritmaları kullanılmıştır. Çalışmada kullanılan yapay sinir ağları ile destek vektör makineleri kara kutu olarak çalışmaktadır. Çalışmada kullanılan diğerler algoritmalar kural bazlıdır. Yöntemlerin uygulamasında sınıf dengeli 10 kat çapraz doğrulama yöntemi kullanılmıştır.

**Bulgular:** Yapılan analiz sonucunda karar ağacı ve rassal orman algoritmalarının genel başarı oranları %91,2 ve %91,1, Tip 1 hatası %7,1 ve %7,6, Tip 2 hatası ise %13,2 ve %12,2 olarak tespit edilmiştir. Ayrıca, süreklilik değerlendirmesinde aktif karlılık oranı, birikmiş karlar/toplam aktif oranı, finansal kaldıraç oranı, nakit akış tutarının toplam yükümlülük içindeki oranı ile cari oran önemli değişkenler olarak belirlenmiştir.

**Özgünlük:** Literatürde işletmelerin sürekliliğinin değerlendirilmesine yönelik çok sayıda yöntem kullanılmıştır. Ancak son yıllarda makine öğrenmeleri ön plana çıkmaktadır. Türkiye'de ise işletmelerin sürekliliğinin değerlendirilmesinde makine algoritmalarıyla yapılan çalışma sayısı çok azdır. Bu çalışmada en çok kullanılan algoritmalar birlikte uygulanmıştır. Böylelikle en başarılı algoritmalar tespit edilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Süreklilik, Makine Öğrenme Algoritmaları, Borsa İstanbul, Türkiye

**JEL Sınıflandırması:** M41

# USING MACHINE LEARNING ALGORITHMS TO GOING CONCERN ASSESSMENT: EVIDENCE FROM TURKEY

## Abstract

**Purpose:** The purpose of this study is the use of machine learning algorithms to evaluate the continuity of businesses. For this purpose, the data derived from the 136 companies constantly listed in Borsa Istanbul between the years 2010-2019 are used. Companies whose data could not be accessed or with different taxonomy were not included in the study.

**Approach:** Artificial neural networks, decision tree, support vector machines, random forest, k-nearest neighbor classification, logistic regression and gaussian naive bayes algorithms were used in the study. The artificial neural networks and support vector machines used in the study work as black boxes. Other algorithms used in the study are rule-based. Class balanced 10-fold cross validation method was used in the application of the methods.

**Findings:** As a result of the analysis, the overall success rates of decision tree and random forest algorithms were determined as 91.2% and 91.1%, Type 1 error 7.1% and 7.6%, Type 2 error 13.2% and 12.2%. In addition, return on assets ratio, ratio of retained earnings to total assets, financial leverage ratio, ratio of cash flow amount to total liability and current ratio variables were determined as important variables to evaluate the continuity of businesses.

**Originality:** Numerous methods have been used in the literature to evaluate the continuity of businesses. However, in recent years, machine learning has come to the fore. In Turkey, the number of studies conducted with machine algorithms in the evaluation of the continuity of businesses is very few. In this study, the most used algorithms were applied together. Thus, the most successful algorithms were determined.

**Keywords:** Continuity, Machine Learning Algorithms, Borsa Istanbul, Turkey

**JEL Classification:** M41

## GİRİŞ

İşletmelerin finansal tablolarına ilişkin sayısal bilgiler, finansal durumu ve faaliyet sonuçlarını kapsamaktadır. Denetçi raporu ise bu bilgiye kalitatif boyut eklemektedir. Şöyle ki, denetim faaliyeti finansal tablo hazırlayıcıları ile kullanıcıları arasında bir köprü kurmaktadır (Altman ve McGough, 1974, s.50).

Finansal tabloların hazırlanmasındaki en temel amaç ise, finansal tablo kullanıcılarının alacakları kararlarda yardımcı olmaktır. Bu amaç için denetçi, köprü görevi görmektedir. Ayrıca eğer finansal tablo tarihinden sonraki olayların belirsizliği finansal tablolardan elde edilen bilginin kullanılabilirliğini azaltıyorsa, denetçinin bu belirsizliği finansal tablo kullanıcılarının dikkatine sunma sorumluluğu vardır. Bu sorumluluk, işletmenin faaliyetlerini gelecekte de sürdürme kabiliyetinin olup olmadığına yönelik değerlendirmedir (Altman ve McGough, 1974, s.50). Nitekim Bağımsız Denetim Standartları, denetçinin her denetimde müşteri işletmenin sürekliliğini devam ettirme kabiliyeti hakkında ciddi şüphe olup olmadığını değerlendirmesini gerektirir. Dolayısıyla da denetçinin, müşteri işletmenin sürekliliğini devam ettirme kabiliyetine ilişkin ciddi şüphe olup olmadığını değerlendirmesi gerekmektedir (Martens vd., 2008, s.765).

İşletmelerin gelecek faaliyetlerine yönelik sürekliliğinin değerlendirilmesine yönelik muhakemeler, sadece denetçiler açısından değil, işletmelerin yöneticileri ile finansal tabloları kullanan yatırımcılar, finansal analistler ve çalışanlar başta olmak üzere çok sayıda finansal tablolardan yararlananları da ilgilendirmektedir (Moradi vd., 2012, s.38).

Denetçinin müşteri işletmenin sürekliliğine yönelik değerlendirmeleri bazı önemli sorunları da içermektedir. Şöyle ki, bir işletmenin tasfiyesi, ciddi likidite sorunları veya faaliyetlerini sürdürme konusunda ciddi şüpheler varsa o işletme ile ilgili bir muhakemede bulunulması gerekmektedir (Altman ve McGough, 1974, s.50). Bu değerlendirmeler, niceliksel bazı verileri içerdiği gibi, nicel olmayan değerlendirmeleri de içermektedir. Bu yönüyle denetçilerin işletmelerin sürekliliğine ilişkin değerlendirmeleri, öznel ve geleceğe yönelik olduğundan eleştiri konusu da yapılmaktadır (Koh & Tan, 1999, s.211). Bu nedenle de işletmelerin gelecek faaliyetlerine yönelik değerlendirmeler, denetim mesleği ve düzenleyici kurumlar açısından da her zaman tartışmalı bir konu olmuştur. Bu eleştirilerin odak noktası ise, işletmelerin gelecekte olası başarısızlıkları konusunda yeterli düzeyde erken uyarı sağlamamaları yer almaktadır (Carey vd., 2008, s.61).

Bir işletmenin geleceğe yönelik faaliyetlerinin değerlendirilmesi yürütülen denetimin ana amacı olmasa da, önceden bir süreklilik ile ilgili raporlama yapılmayan işletmelerin iflas etmesi veya batması genellikle halk tarafından denetim ile ilgili raporlama başarısızlığı olarak görülmektedir (Martens vd., 2008, s.766). Özellikle Amerika'da yaşanan Enron skandalından sonra işletmelerin sürekliliğine yönelik değerlendirilmeler denetçi raporlarında öncelikli hale gelmiştir. Hazırlanmış olan bazı denetçi raporlarında işletmelerin faaliyetlerinin süreklilikleriyle ilgili uyarıda

bulunulmaması yani süreklilikle ilgili herhangi bir sıkıntı tespiti yapılmamasına rağmen bu işletmeler, iflas etmiş veya iflas riski ile karşı karşıya gelmiştir (Carey vd., 2008, s.61, McKeown vd., 1991, s.1).

Denetçilerin işletmelerin sürekliliğine yönelik değerlendirmeleri eleştiri konusu yapılmış olsa da finansal tablo kullanıcıları ve sermaye piyasaları açısından önemlidir. Denetçi, yürütmüş olduğu denetim faaliyeti sonucunda önemli şüphenin bulunduğuna karar verirse, hazırlayacağı denetçi raporunda görüş paragrafından sonra açıklayıcı bir paragraf eklemektedir (Martens vd., 2008, s.766).

Sermaye piyasalarının etkin bir şekilde işleyebilmesi için, işletmelerinin faaliyetlerinin sürekli olması ve yatırımcılar ile finansal tablo arasında güven bağının kurulması gerekmektedir. Bu nedenle de denetçilere işletmelerin sürekliliğine yönelik değerlendirme konusunda sorumluluk verilmiştir. Bu sorumluluk, sermaye piyasalarına olan güvene de etki etmektedir. Şöyle ki, 2007 yılında başlayan küresel finansal kriz ile birlikte, şirket başarısızlıklarında da önemli artışlar ortaya çıkmış ve finansal açıdan sıkıntı içinde olan işletmelerle ilgili denetçi raporlarına yeniden ilgi oluşmuştur. Bu ilgi, 2007 ve 2008 yıllarında yaşanan likidite sıkıntısı nedeniyle işletmelerin karşılaştıkları risklerin ortaya konması ve olası sorunlar için denetçilerin görüşleri vasıtasıyla uyarıda bulunmalarını kapsamaktadır (Carson vd., 2013, s.353-354).

İşletmelerin sürekliliklerine yönelik değerlendirme, denetçi açısından da kolaylıkla tespit edilebilecek bir konu değildir. Bu nedenle denetçinin uzmanlığı ve mesleki yargıları ön plana çıkmaktadır (Louwers, 1998, s.144). Bu durum, denetçi tarafından süreklilikle ilgili değerlendirme yapılmasında işletmenin finansal tablolarından elde edilen nicel bazı verilerin yanında nitel bilgilere de ihtiyaç duyulmasına ve mesleki muhakemenin bir bütün olarak yapılmasını gerektirmektedir. Bu amaçla da literatürde süreklilikle ilgili değerlendirmelerin yapılmasında mesleki muhakemeye yardımcı olabilecek bazı modeller ve algoritmalar yer almıştır.

Bu çalışmanın amacı, işletmelerin gelecekteki faaliyetlerinin sürekliliğine yönelik olarak, literatürde sıklıkla yer verilen makine öğrenme algoritmalarının kullanımı ve bu algoritmaların başarı oranlarının tespiti ile birbirlerine göre avantaj ve dezavantajlarının değerlendirilmesidir.

## **LİTERATÜR**

Literatürde işletmelerini sürekliliklerine yönelik risklerinin belirlenmesi ile ilgili çalışmalar 1976 yılına kadar gitmektedir. 1976 yılından itibaren işletmelerin sürekliliklerine yönelik değerlendirmeler için bazı modeller geliştirilmiştir. Süreklilik değerlendirmesi için geliştirilen bu modeller; işletmenin türüne, seçilen değişkenlere ve çalışmalarda kullanılan yöntemlere göre değişiklik göstermiştir (Bellovary vd., 2007, s.9).

Literatürde işletmelerin sürekliliğinin değerlendirilmesine yönelik çok sayıda çalışma olmasının nedeni, değerlendirmenin niceliksel veriler yanında nicel olmayan veya öznel bazı bilgileri de içeriyor olması ve her yöntemin başarı ve üstün yönlerinin farklılaşmasındandır. Bellovary vd. (2007) yaptığı çalışmada süreklilik riskinin belirlenmesine yönelik literatürde kullanılan yöntemler ve faktörlere

ilişkin çalışma yapmıştır. Yapılan çalışmada kullanılan modellerin doğruluk oranları da verilmiştir. Bu çalışmaya göre çoklu diskriminant analizinin başarı oranı %93, lojit analizlerinin başarı oranı %78 ile %100 arasında, probit analizinin başarı oranı %83 ile %86 arasında, yapay sinir ağlarıyla yapılan çalışmanın başarı oranları %32 ile %100 arasında, hibrit ve uzman sistemlerin başarı oranının %77 ile %92 arasında olduğu tespit edilmiştir (Bellovary vd., 2007, s.13-14).

Literatürde finansal başarısızlığın tahminlenmesine yönelik çalışmalar, süreklilikle ilgili çalışmalardan daha eskiye dayanmaktadır. İşletmelerin finansal açıdan başarısız olup olmadıklarının tahminlenmesine yönelik çalışmalar 1960'lı yıllara kadar uzanmaktadır (Moradi vd., 2012, s.38). 1980'li yıllardan itibaren de lojistik regresyon modeli ağırlıklı kullanılmaya başlamıştır (Martens vd., 2008, s.765).

Literatürde yapılan bazı çalışmalarda süreklilik değerlendirmesinde finansal başarısızlık tahminlenmesine yönelik modeller kullanılmıştır. Örneğin Altman ve McGough (1974) yılında finansal açıdan başarısız işletmeler üzerinde çalışmıştır. Benzer şekilde Altman (1968) tarafından işletmelerin finansal başarısızlık tahminlenmesine yönelik "Z Score" modeli geliştirilmiştir. Yapılan çalışmada modelin %84 oranında doğru tahminleme yaptığı tespit edilmiştir.

Altman ve McGough (1974, s.51) yaptıkları çalışmada işletmelerin süreklilikle ilgili sorunlar yaşamalarına neden olan unsurları şu şekilde açıklamışlardır:

- Finansal problemler - yükümlülüklerin karşılanması/ödenmesindeki zorluklar;
  - Likidite eksikliği - işletmelerin kısa vadeli yükümlülüklerinin dönen varlıklarını aşması,
  - Sermaye eksikliği - işletmelerin sermayelerinin bir kısmını veya tamamını kaybetmeleri (negatif özkaynak),
  - Borç temerrüdü - işletmelerin borç ödeme planlarını karşılayamaması veya kredi sözleşmelerinin ihlal edilmesi,
  - Fon sıkıntısı - İşletmelerin çeşitli sermaye kaynaklarından ek fon elde etme imkânı sınırlı olması veya hiç olmaması.
- Faaliyetlerle ilgili sorunlar - faaliyetlerle ilgili başarısızlıklar;
  - Sürekli faaliyetlerden zararlar - uzun dönem boyunca işletme faaliyetlerinin zararlı sonuçlanması,
  - Gelirin yetersizliği - günlük faaliyetler için gelirlerin yetersiz olması veya operasyonlarda kesintiler olması,
  - Yasal sorunlar - yasal nedenlerden dolayı operasyonel faaliyetlerin kısıtlanması,
  - Faaliyetler üzerindeki zayıf kontroller - tekrarlayan, düzeltilmemiş problemlerle ilgili yetersiz kontroller.

Yukarıda sayılan, işletmelerin süreklilik risklerine yönelik faktörlerin benzerleri Bağımsız Denetim Standartları içerisinde de yer almaktadır. Bu faktörlerin denetçiler tarafından dikkate alınarak işletmelerin gelecek faaliyetleriyle ilgili görüş bildirmeleri gerekmektedir.



Denetçinin süreklilikle ilgili karar vermesinde istatistiksel olarak iki tür hata olasılığı söz konusudur. Bunlar Tip 1 ve Tip 2 hatalarıdır. Tip 1 hatası, süreklilik ile ilgili riski olmayan işletmelerin süreklilik riski varmış gibi değerlendirilmesi iken, Tip 2 hatası, süreklilik ile ilgili riski olan işletmelerin süreklilik riski yokmuş gibi değerlendirilmesidir (Carey vd., 2008, s.62).

Denetçi, Tip 1 hatasını azaltmak için denetim prosedürlerinin kapsam ve zamanlamasını artırabilir. Bu durum denetim faaliyetinin maliyetini artıracaktır. Bunun yanında denetçi görüşü yanlış olarak değiştirildiğinde işletmenin hissedarları, hisseleri satmaya karar verebilir ve bu durum da işletme için maliyetli olabilir. Bu durum da, işletmenin denetçisini değiştirmesine yol açabilir. Buna karşın, Tip 2 hatası ise eksik veya yeterli düzeyde planlanmamış bir denetim faaliyetinin bir sonucunda ortaya çıkabilir. Bu durum ise işletmelerin finansal tablolarında olası hile riskini artırabilir. Bunun yanında Tip 2 hatası, gelecekte olumlu görüş verilmiş işletmelerin olası iflas etmeleri riskinden dolayı, yasal yükümlülüğü de beraberinde getirecektir. Bu durumda denetçiler dava riskleri ile karşı karşıya kalabilir (Lenard vd., 2001, s.2-3). McKeown vd. (1991, s.6) yaptığı çalışmada Tip 1 hatasını %5, Tip 2 hatasını da %54 olarak tespit etmişlerdir. Literatürde yapılan çalışmalarda Tip 1 ve 2 hataları ile ilgili farklı bulgular yer almaktadır. Nitekim Bell & Tabor (1991) yaptıkları çalışmada Tip 1 hatasını %22 ile %55 arasında, Tip 2 hatasını %0 ile %11 arasında bulmuştur. Hataların ortalaması ile %4 ile %12 arasında tespit edilmiştir. Lenard vd. (2001) yaptıkları çalışmada oluşturdukları beş model için Tip 1 hatasını %0 ile %21 arasında, Tip 2 hatasını %4 ile %49 arasında bulmuştur. Oluşturdukları 5 modelin ortalama hata düzeyleri %6 ile %10 arasında tespit edilmiştir.

Literatürde yapılmış olan çalışmalar, işletmelerin sürekliliklerinin değerlendirilmesinin zorlu bazı süreçler içerdiğini göstermektedir. Örneğin Koh & Tan (1999), 86 Birleşik Krallık işletmesi üzerinde 1977 ile 1983 dönemini kapsayan iflas etmiş işletmeler üzerinde bir araştırma yapmışlardır. Yapılan bu çalışmada 21 işletmenin iflas etmelerinden önceki son finansal tablolarında süreklilikle ilgili görüş verildiği tespit edilmiştir. Benzer şekilde Menon ve Schwartz (1986)'ın yaptıkları çalışmada da buna yakın sonuçlar bulunmuştur. Yapılan bu çalışma ABD'de gerçekleştirilmiş ve 147 işletme üzerinde yapılmıştır. Bu çalışmada 147 işletmeden iflas eden işletmelerin sadece 63'ü için süreklilikle ilgili görüş verildiği tespit edilmiştir.

### ***İstatistiksel Modeller***

İşletmelerin gelecek faaliyetlerine yönelik süreklilik değerlendirmelerinde en çok kullanılan istatistiksel modeller çoklu diskriminant analizi, lojit analizi, probit analizleridir (Bellovary vd., 2007, s.11).

İşletme sürekliliği ile ilgili çalışmalardan önce işletmelerin finansal başarısızlığın tahminlenmesine ilişkin çalışmalar yapılmıştır. Bu çalışmalarda 1960 ile 1980'li yıllar arasında daha çok diskriminant analizi yöntemi kullanılmıştır. Diskriminant analizinin sıklıkla kullanılmasının nedeni ise, yöntemin kullanımının kolaylığıdır. Ancak diskriminant analizleri verilerin normallik dağılımını gerektirmektedir. 1980'li yıllardan itibaren de probit ve lojit modellerin (lojistik regresyon) kullanımı

artmıştır (Moradi vd., 2012, s.38). Özellikle de süreklilikle ilgili çok sayıda çalışmada lojistik regresyon yöntemi kullanılmaya başlanmıştır (Martens vd., 2008, s.765). Lojistik regresyon modeli, diskriminant analizi gibi normallik varsayımı gerektirmemektedir.

Literatürde istatistiksel modeller, halka açık işletme verileri kullanılarak işletmelerin sürekliliğinin değerlendirilmesinde kullanılmış ve süreklilik tahmininde çeşitli başarı oranları elde edilmiştir (Lenard vd., 2001, s.2).

Bazı çalışmalarda işletme sürekliliğinin değerlendirilmesinde, denetçinin görüş oluşturmaya yardımcı olmak amacıyla istatistiksel modellerin kullanımı önerilmiştir (Koh ve Tan, 1999, s.211).

### ***Uzman Sistem Modelleri***

1990'lı yıllardan itibaren finansal başarısızlık tahminlemesi ve süreklilikle ilgili çalışmalarda yapay sinir ağları sıklıkla kullanılmaya başlanmıştır. Yapılan birçok çalışmada yapay sinir ağları ile istatistiksel yöntemler karşılaştırılmıştır. Bazı çalışmalarda da yapay sinir ağlarının diskriminant analizi gibi istatistiksel modellere göre daha iyi performans gösterdiği tespit edilmiştir (Moradi vd., 2012, s.38).

Literatürde sınıflandırma amacına yönelik olarak da kullanılabilen veri madenciliği türleri bulunmaktadır. Bunlar için de yaygın bir şekilde kullanılanlar ise C4.5, k-en yakın komşular, yapay sinir ağları ve destek vektör makineleridir (Martens vd. 2008, s.768-769).

Uzman sistem modelleri içerisinde ise sınıflandırma algoritması olarak en çok kullanılan yöntem yapay sinir ağları olmuştur (Moradi vd., 2012, s.39). Yapay sinir ağlarına yönelik yapılan çalışmalarda bu algoritmanın sonuçlarının istatistiksel yöntemlere göre karşılaştırılabilir olduğu ifade edilmektedir. Ayrıca istatistiksel modellerdeki bazı sınırlamaları (kısıtlayıcı varsayımlar gibi) hafifletebilmektedir. Bu nedenle, yapay sinir ağlarının süreklilik değerlendirilmesinde önemli bir potansiyele sahip olduğu ifade edilmiştir (Koh ve Tan, 2012, s.212).

O'Leary & Watkins (1989) denetim alanında uzman sistemlerin kullanımını incelemiştir. Yaptıkları çalışmada denetim faaliyetinin karmaşık ve benzersiz karar verme süreçlerini içerdiği, bu nedenle geliştirilmiş bilgisayar destekli sistemlerin kullanımını açıklamıştır.

### ***Hibrit Sistemler***

Yaşamış olduğumuz dönemde bazı sorunların çözümü için genellikle tek bir yöntemin kullanılması, sorunun çözümü açısından yeterli olmayabilmektedir. Bu nedenle birden fazla yöntemin güçlü yönlerinin birleştirilmesi yoluyla yeni bir yöntemin oluşturulması daha etkin çözüm imkanı sağlayabilmektedir. Birden fazla yöntemin güçlü yönlerinin birleştirilmesi ile oluşan sistemlere hibrit sistem ismi verilmektedir (Lenard vd., 2001, s.4).

Hibrit sistemler, günlük yaşamda birçok sektörde özellikle imalat sanayisinde kullanım alanı bulunmaktadır. Literatürde yapılan bir çalışmada, bir kuyruk ağı modeli ve bir yerel arama

algoritması birleştirilerek yeni bir algoritma geliştirilmiştir. Benzer şekilde esnek üretim sistemleri için çözüm üretmek amacıyla yapay sinir ağları ve bilgi tabanlı bir uzman sistemin entegrasyonu yapılmıştır. Yeni problemlerin çözümü için yukarıdaki gibi yeni sistemlerin entegrasyonu yanında geleneksel sorunların çözümü için de entegrasyon yapılabilmektedir (Lenard vd., 2001, s.4).

## YÖNTEM

### *Araştırmanın Tasarımı*

Bu çalışmanın temel amacı, denetçilerin süreklilik göstergesi olabilecek ve literatürde önceki çalışmalarda yer verilen çeşitli değişkenler ve yöntemler kullanılarak tahmin modellemeleri oluşturulması ve bu modellerin performanslarının karşılaştırılmasıdır. Bu amaçla literatürde kullanılmış olan makine öğrenme algoritmaları esas alınmıştır.

### *Veri Seti Seçimi ve Değişkenlerin Belirlenmesi*

Bu çalışmada Borsa İstanbul'da sürekli işlem gören 136 şirketin 2010-2019 yıllarına ilişkin finansal ve finansal olmayan verileri esas alınmıştır. Analize taksonomisi farklı olan finansal kuruluşlar ile 10 yıllık kesintisiz verisi olmayan şirketler dahil edilmemiştir. Analize toplam 1.360 gözlem dahil edilmiştir. Bu gözlemlerden 410'u işletme sürekliliği açısından riskli değerlendirilmiş, 950'si ise süreklilik bakımından riskli olmayan olarak değerlendirilmiştir.

Literatürde algoritmalarla yapılan sınıflandırma çalışmalarında, veri setindeki gözlemlerin ikili grup olarak birbirine yakın olduğu çalışmalar olduğu gibi, dengeli olmayan veri setleri de kullanılmıştır. Dengeli veri setinde, süreklilik riski içeren gözlemler ile içermeyen gözlemler eşit düzeyde analize dahil edilmektedir. Buna karşın dengeli olmayan veri setinde ise gözlemler eşit oranlı olmamaktadır (Martens vd. 2008, s.766-777). Bu çalışmada 10 yıl boyunca sürekli işlem gören ve taksonomisi aynı olan tüm şirketler analize dahil edildiğinden, oluşturulacak modellerin gerçek durumu yansıtması amacıyla veri seti olduğu gibi analize dahil edilmiştir. Bir gurubun diğer gruba göre ağır basmasının önlenmesi amacıyla veri seti 10 eşit parçaya bölünmüş ve her denemede eğitim seti ile test seti için seçilen değişkenler rastgele olarak ve birbirinden farklı olarak seçilmiştir.

Bu çalışmada daha önce literatürde kullanılmış olan değişkenler seçilmiştir. Çalışmada bağımlı değişken olarak işletmelerin sürekliliğine yönelik değerlendirme (GC) esas alınmıştır. Çalışmada kullanılan gözlemlerin süreklilik açısından risk içerip içermediklerinin değerlendirilmesinde aşağıdaki kriterler kullanılmış olup, bu kriterlerin en az üçünü karşılayan gözlemlerde süreklilik varsayımının zedelendiği kabul edilmiştir.

- Dönem zararı (Harris & Harris, 1989; Marten vd., 2008; Carey vd., 2008; Carson vd., 2013; Gallizo ve Saladrigues, 2016),
- Negatif özkaynak veya sermaye kaybı (Carey vd., 2008, Marten vd., 2008),
- Geçmiş yıl zararı (Marten vd., 2008),
- Faaliyet zararı (Marten vd., 2008),

- Negatif çalışma sermayesi (Harris ve Harris, 1989; Marten vd., 2008; Carey vd., 2008),
- Negatif işletme faaliyetlerinden nakit akışı (Harris ve Harris, 1989; Marten vd., 2008),
- Denetçi görüşünde süreklilikle ilgili açıklama olup olmaması (Carey vd., 2008; Chen ve Church, 1992; Koh ve Tan, 1999; Menon ve Schwartz, 1987),
- Z değeri (Altman ve McGough, 1974; Gallizo ve Saladrigues, 2016; Haron vd., 2009).

Literatürde yapılan çok sayıda çalışmada finansal açıdan başarısızlık ile süreklilik değerlendirilmesi arasındaki ilişki incelenmiş (Carson vd., 2013; Mutchler, 1984) ve aralarında ilişki olduğu tespit edilmiştir. Bu çalışmada gözlemlerin süreklilik riski içerip içermediğine ilişkin değerlendirme kriterlerine “Z” ölçütü de dahil edilmiştir. Bunun yanında yapılan çalışmalarda seçilen bağımsız değişkenler farklılık göstermektedir. Bu çalışmada literatürde sıklıkla kullanılan değişkenler analize dahil edilmiştir.

Yapılan çalışmalarda genellikle işletme sürekliliğinin değerlendirilmesinde süreklilik riski taşıyan şirketlerin daha az karlı veya zararda oldukları (Mutchler, 1985; Altman & McGough, 1974; Koh ve Killough, 1990; Menon ve Schwartz, 1987; Carson vd., 2013; Gallizo ve Saladrigues, 2016), finansal kaldıraç oranlarının yüksek olduğu (Altman ve McGough, 1974; Mutchler, 1985; Carson vd., 2013; Gallizo ve Saladrigues, 2016), likidite düzeylerinin düşük olduğu (Mutchler, 1985; Menon ve Schwartz 1987; Koh ve Killough 1990; Carson vd., 2013; Gallizo ve Saladrigues, 2016) ve küçük ölçekli oldukları (McKeown vd., 1991; Carson vd., 2013; Gallizo ve Saladrigues, 2016) tespit edilmiştir.

Bağımsız Denetim Standartlarında süreklilik riskine yönelik değerlendirmeye yönelik faktörler arasında negatif trend, faaliyet zararları, yetersiz çalışma sermayesi, negatif nakit akışı, olumsuz yönde finansal rasyolar sayılmıştır. Bunların yanında bazı çalışmalarda yüksek düzeyde alacak ve stok düzeyinin de şirketler açısından risk içerdiği ifade edilmiştir (Bell ve Tablo, 1991, s.352).

Yapılan bir çalışmada yatırım karlılığı (ROA) ile şirketlerin finansal başarısızlığı arasında negatif korelasyon tespit etmiştir. Buna göre ROA düzeyi arttıkça, finansal açıdan başarısızlık riski azalmaktadır (Bell ve Tablo, 1991, s.354).

Tablo 1’de çalışmada kullanılan değişkenler ile bu değişkenlerin literatürde hangi çalışmalarda kullanıldığı açıklanmıştır.

**Tablo 1.** Seçilen Bağımsız Değişkenler

| Bağımsız değişkenler                                       | Literatür  |
|--|--|
| Bilanço tarihi ile denetim raporu arasındaki süre (SURE)   | McKeown vd. (1991); Louwers (1998); Gallizo & Saladrighes (2016)   |
| Şirket büyüklüğü (toplam aktifin doğal algoritması) (LNTA) | Raghunandan & Rama (1995); Geiger & Raghunandan (2002); Carey vd. (2008); Chen & Church (1992); Gallizo & Saladrighes (2016)   |
| Alacaklar/toplam aktif (ALTA)                              | Ruiz-Barbadillo vd. (2004); Salehi & Fard (2013)   |
| Stoklar/toplam aktif (STTA)                                | Ruiz-Barbadillo vd. (2004); Salehi & Fard (2013)   |
| Cari oran (CARO)   | Mutchler (1985); Chen & Church (1992); Raghunandan & Rama (1995); Goodman vd. (1995); Lenard vd. (2001); Kuruppu vd. (2003); Carson vd. (2013); Gallizo & Saladrighes (2016)       |
| Finansal kaldıraç oranı (FIKL)                             | McKeown vd. (1991); Mutchler (1984); Mutchler (1985); Lenard vd. (2001); Koh & Tan (1999), Bellovary vd. (2007), Altman & McGough 1974; Carson vd. (2013); Menon & Schwartz (1987) |
| Net kar/toplam aktif (ROA)                                 | Koh & Tan (1999); Bellovary vd. (2007); Gallizo & Saladrighes (2016); Menon & Schwartz (1987)  |
| Birikmiş karlar/toplam aktif (BKTA)                        | Koh & Tan (1999); Bellovary vd. (2007); Menon & Schwartz (1987)  |
| Uzun vadeli yükümlülükler/toplam aktif (UYTA)              | Lenard vd. (2001); Bellovary vd. (2007); Chen & Church (1992); Mutchler (1985)   |
| Vergi öncesi kar-zarar/net satışlar (VKHA)                 | Lenard vd. (2001); Bellovary vd. (2007); Chen & Church (1992); Mutchler (1985)   |
| Nakit akış tutarı/toplam yükümlülük (NATY)                 | Bellovary vd. (2007); Carson vd. (2013); Chen & Church (1992); Mutchler (1985); Levitan & Knoblett (1985); Menon & Schwartz (1987)   |
| Dört büyük denetim firması                                 | Carey vd. (2008); Gallizo & Saladrighes (2016); Haron vd. (2009)   |
| Özkaynak/toplam yükümlülük (NAKF)                          | Carson vd. (2013); Mutchler (1985)   |

### Yöntem

Literatürde yapılan çalışmalar öncelikle istatistiksel bazı yöntemleri esas almış ve bunlar içerisinde de lojistik regresyon modeli ön plana çıkmıştır. Bu nedenle bu çalışmada da lojistik regresyon modeline yer verilmiştir. Ancak bu modelin kullanımı kolay olmakla birlikte açıklayıcılığı çok yüksek değildir. Bu nedenle de literatürde bu eksikliği gidermek için sınıflandırma modelleri kullanılmıştır. Bunlar içerisinde bazıları kara kutu denen bir yapı ile (örneğin yapay sinir ağları) çalışırken, bazıları da kural bazlı (örneğin karar ağacı) bir algoritma ile çalışmaktadır. Bu çalışmada yapay sinir ağları, karar ağacı, destek vektör makineleri, random forests (rassal orman), k-en yakın komşular, lojistik regresyon ve gaussian naive bayes algoritmaları kullanılmıştır. Kullanılan bu yöntemlerin ürettiği kurallar veya istatistiksel olarak etkinliği tespit edilmiş olan değişkenler, uygulamada kullanılarak denetçilerin ve işletmelerin süreklilik değerlendirmesine yardımcı olabilecektir. Özellikle denetçiler açısından denetim görüşü verilmeden önce bu kural ve değişkenler üzerinden müşteri işletmenin nihai olarak süreklilik değerlendirmesine kıyaslama imkanı sağlayacaktır. Yöntemlerin uygulamasında Python'ın scikit-learn açık kaynaklı makine öğrenmesi

kütüphanesi kullanılmıştır. Ayrıca bütün modellerde sckit-learn kütüphanesinin varsayılan parametreleri kullanılmıştır.

Çalışmada tüm yöntemler için sınıf dengeli 10 kat çapraz doğrulama yöntemi kullanılmıştır. 10 kat çapraz doğrulama yönteminde analize dahil edilen gözlem verileri 10 parçaya ayrılmıştır. Yapılan bu ayrımların 9 parçası eğitim seti olarak, 1 parçası da test seti olarak kullanılmıştır. Bu işlem her yöntem için 10 kez tekrarlanmıştır. Böylelikle her denemede seçilen 9 parça eğitim seti ile 1 parça test seti birbirleri ile aynı olmayacak yani benzer olmayacak şekilde seçilmiştir. Bu işlemin yapılmasının temel nedeni ise, kullanılan makine öğrenme tabanlı algoritmaların veri seti üzerindeki performansının daha doğru olarak tespit edilmesinin sağlanmaya çalışılmasıdır.

Veri seti, seçilen yöntemlerde kullanılmadan önce standardize edilmiştir. Bu amaçla eğitim seti kullanılarak aşağıdaki formül yardımıyla uygunluk parametreleri belirlenmiştir. Eğitim ve test seti bu parametrelere göre normalize edilmiştir. Bu işlemin yapılmasıyla veri seti normal dağılıma dönüştürülmekte olup, ortalama 0 ve birim varyanslı gaussian dağılımına dönüşmektedir. Her kat doğrulama yönteminde eğitim ve test seti kombinasyonu değiştiğinden bu işlem her bir kat doğrulama için tekrar edilmektedir.

$$z = (x - u) / s$$

s: eğitim setinin standart sapma

u: eğitim setinin ortalaması

x: değişkenin değeri

## BULGULAR

### *Yöntemlerin Performansları*

Yapılan analiz neticesinde kullanılmış olan yöntemlerin süreklilik riski olan gözlemlerin doğru bir şekilde sınıflandırılma açısından başarı oranları (ACC-Accuracy) aşağıdaki gibi tespit edilmiştir:

**Tablo 2.** Yöntemlerin Performansları

| Performanslar – Başarı Oranları  |          |           |          |
|----------------------------------|----------|-----------|----------|
| Yöntemler                        | En düşük | En yüksek | Ortalama |
| Destek vektör makineleri         | %82      | %89       | %87      |
| Rassal orman algoritması         | %86      | %93       | %91      |
| K-en yakın komşular algoritması  | %83      | %91       | %87      |
| Lojistik regresyon               | %83      | %92       | %87      |
| Gaussian naive bayes algoritması | %65      | %89       | %80      |
| Karar ağacı                      | %84      | %95       | %91      |
| Yapay sinir ağları               | %88      | %93       | %90      |

Yukarıdaki tablo incelendiğinde en yüksek başarı oranı ortalama olarak karar ağacı algoritmasında elde edilmiştir. Kara kutu mantığıyla çalışan yapay sinir ağları ile destek vektör makinelerinin başarı

oranları ise ortalamanın üstünde yer almaktadır. Özellikle de yapay sinir ağlarının başarı oranı yüksek düzeyde görülmektedir. Ancak bu algoritmaların açıklayıcılığı ve anlaşılabilirliği düşüktür. Bu nedenle de hangi değişkenlerin veya kuralın bu başarı oranının elde edilmesinde baskın olarak etkili olduğu tespit edilememektedir. Bunun yanında literatürde bunun gibi kara kutu mantığıyla çalışan algoritmaların sonuçlarının daha açıklanabilir ve anlaşılabilir olmasına yönelik geliştirmeler ve algoritmalar da kullanılmaktadır.

Yöntemlerin uygulamasında veri seti 10 kat çapraz doğrulama yöntemi uygulandığından her algoritma içinde 10'lu başarı oranı ile Tip 1 ve Tip 2 hataları elde edilmiştir. Algoritmaların Tip 1 ve Tip 2 hataları aşağıdaki tabloda özetlenmiştir:

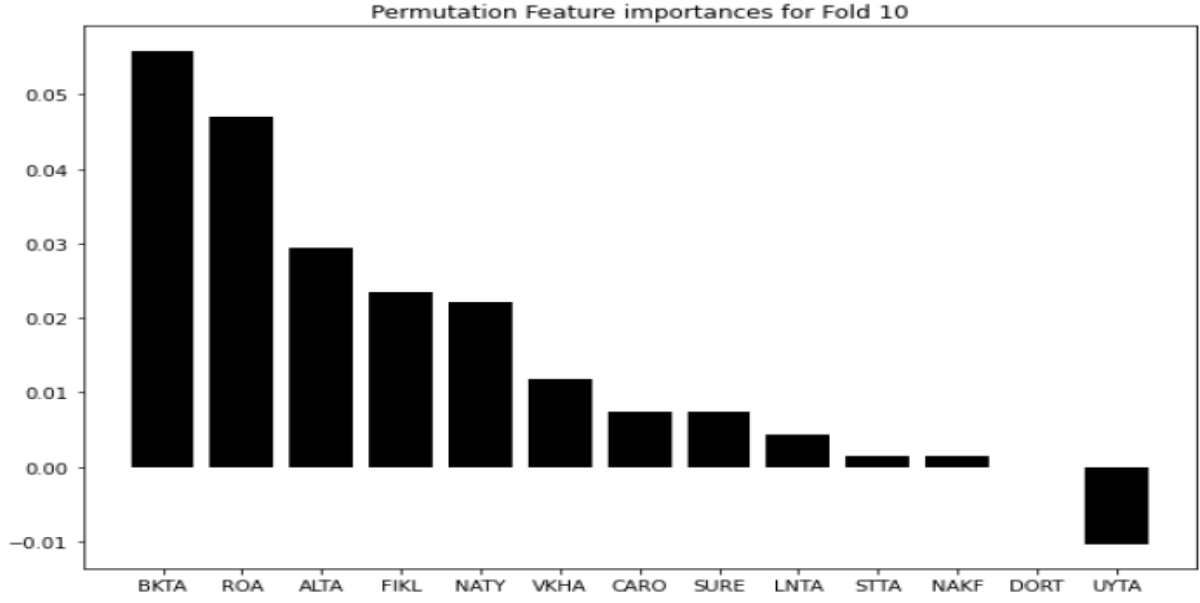
**Tablo 3.** Yöntemlerin Performansları

| Yöntemler                        | Tip 1 hatası |           |          | Tip 2 hatası |           |          |
|----------------------------------|--------------|-----------|----------|--------------|-----------|----------|
|                                  | En düşük     | En yüksek | Ortalama | En düşük     | En yüksek | Ortalama |
| Destek vektör makineleri         | % 7          | % 15      | % 12     | % 7          | % 24      | % 16     |
| Rassal orman algoritması         | % 5          | % 13      | % 8      | % 5          | % 22      | % 12     |
| K-en yakın komşular algoritması  | % 3          | % 11      | % 6      | % 17         | % 41      | % 28     |
| Lojistik regresyon               | % 8          | % 16      | % 13     | % 7          | % 24      | % 14     |
| Gaussian naïve bayes algoritması | % 12         | % 45      | % 22     | % 7          | % 24      | % 14     |
| Karar ağacı                      | % 3          | % 16      | % 7      | % 5          | % 20      | % 13     |
| Yapay sinir ağları               | % 3          | % 7       | % 5      | % 10         | % 32      | % 20     |

Yöntemler içerisinde yapay sinir ağlarının süreklilik riski olmadığı halde varmış gibi yapmış olduğu sınıflandırma hatası en düşük olmakla birlikte, Tip 2 hatasında yükselme olduğu görülmektedir. Benzer durum k-en yakın komşular algoritması için de geçerlidir. Tip 1 hatası, ne kadar düşürmek istenirse, literatürde de ifade edildiği gibi, Tip 2 hatası artmaktadır. Bu bulgular incelendiğinde karar ağacı ve rassal orman ağacı algoritmalarının başarı oranlarının yüksek olması, buna karşın Tip 1 ve Tip 2 hatalarının diğerlerine göre makul seviyede olması nedeniyle yapılan analizde ön plana çıktığı söylenebilir.

### ***Destek Vektör Makineleri***

Destek vektör makineleri algoritmasında yapılan testlerde en yüksek başarı oranı %89 olarak hesaplanan 3 test tespit edilmiştir. Bunlar içinde Tip 1 ve Tip 2 hatası ortalaması en düşük olan %10,0 olarak belirlenmiştir. Tip 1 ve Tip 2 hatası ortalaması en düşük olan testte etki eden değişkenler aşağıdaki grafikte sunulmuştur:

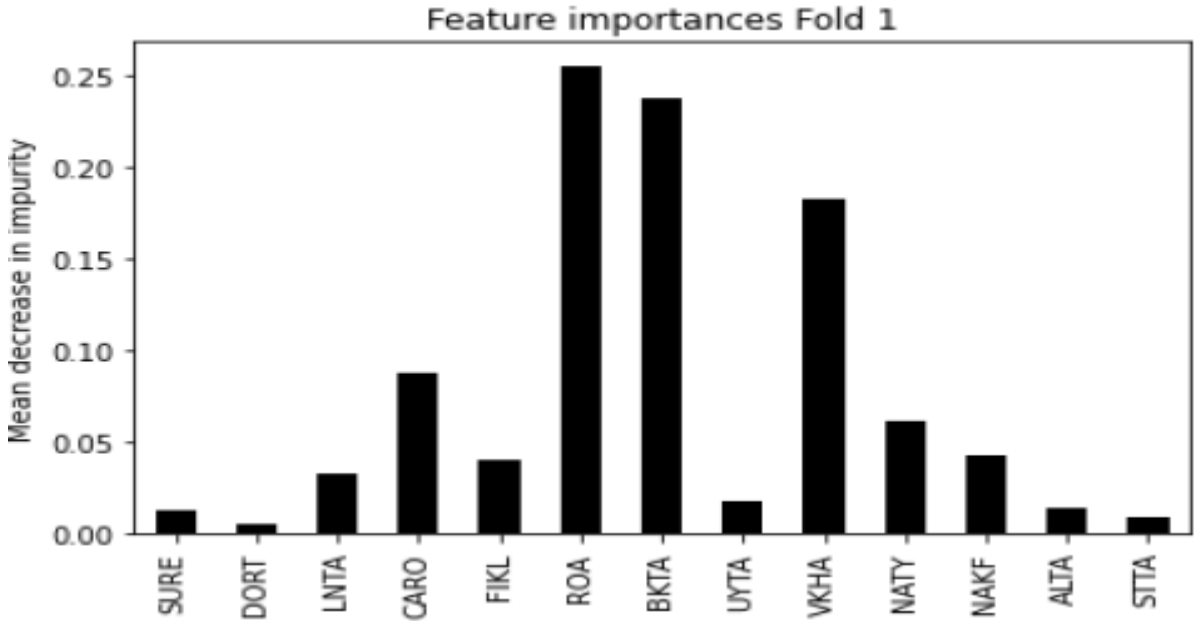


Şekil 1. Destek Vektör Makineleri Algoritmasına Etki Eden Önemli Değişkenler

Destek vektör makineleri algoritmasında başarı oranına etki eden değişkenlerden ROA, BKTA, ALTA, FIKL ve NATY ön plana çıkmıştır.

#### ***Random Forests (Rassal Orman)***

Rassal orman algoritmasında yapılan testlerde en yüksek başarı oranı %93 olarak hesaplanan 4 test tespit edilmiştir. Bunlar içinde Tip 1 ve Tip 2 hatası ortalaması en düşük olan %6,1 olarak belirlenmiştir. Tip 1 ve Tip 2 hatası ortalaması en düşük olan testte etki eden değişkenler aşağıdaki grafikte sunulmuştur:



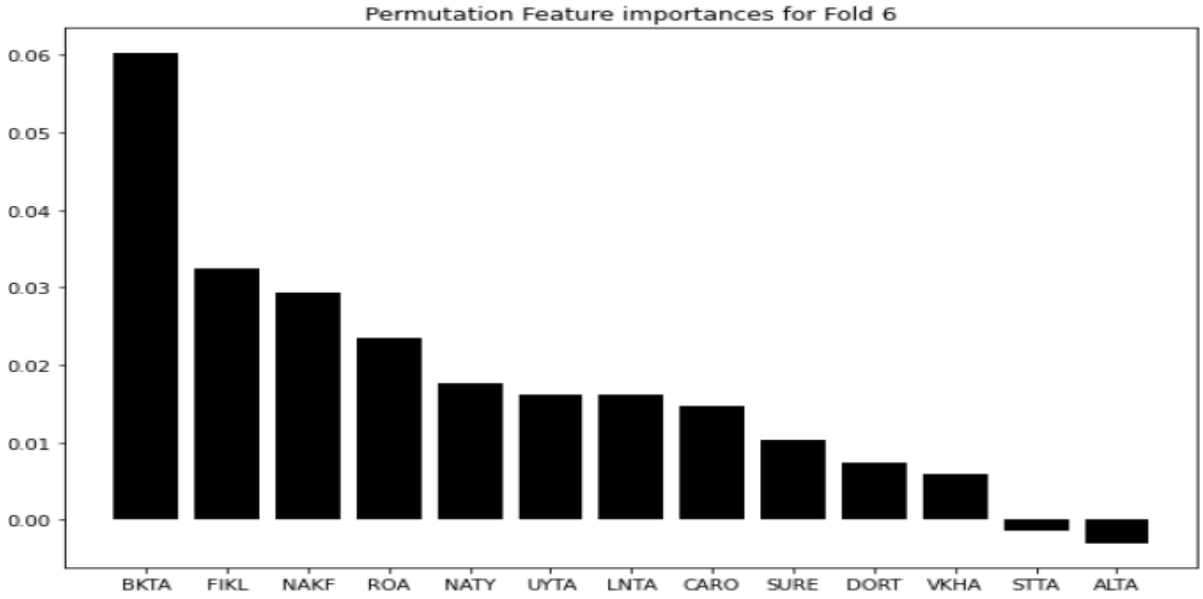
Şekil 2. Rassal Orman Algoritmasına Etki Eden Önemli Değişkenler



Rassal orman algoritmasında başarı oranına etki eden değişkenlerden ROA, BKTA, VKHA, CARO ve NATY ön plana çıkmıştır.

### ***K-En Yakın Komşular Sınıflandırma***

K-en yakın komşular sınıflandırma algoritmasında yapılan testlerde en yüksek başarı oranı %91 olarak hesaplanan 1 test tespit edilmiştir. Bu testin Tip 1 ve Tip 2 hatası ortalaması %11,9 olarak belirlenmiştir. Bu teste etki eden değişkenler aşağıdaki grafikte sunulmuştur:

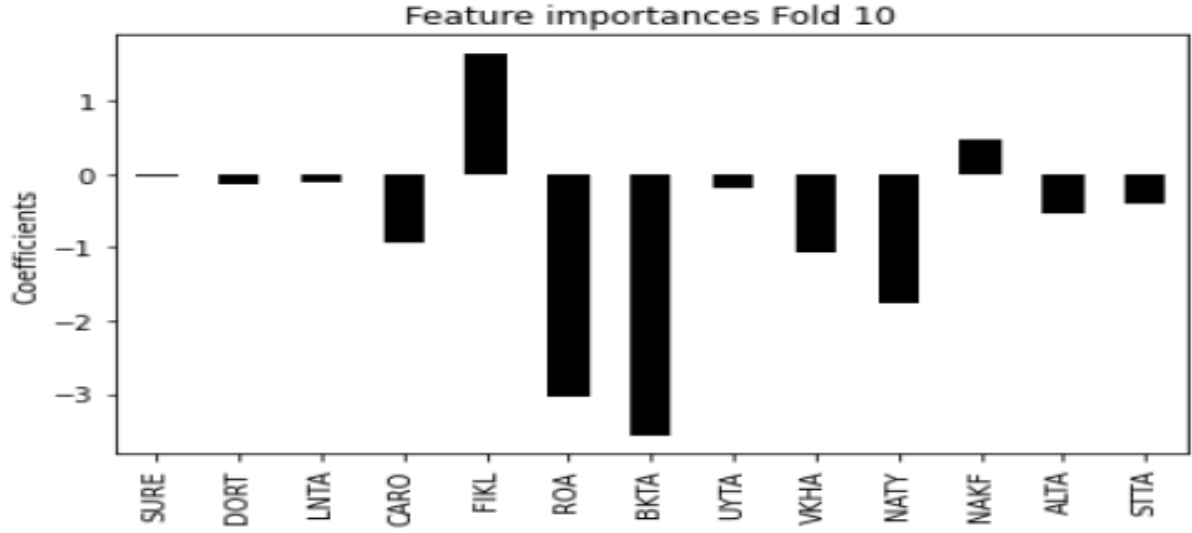


**Şekil 3.** K-En Yakın Komşular Sınıflandırma Algoritmasına Etki Eden Önemli Değişkenler

K-en yakın komşular sınıflandırma algoritmasında başarı oranına etki eden değişkenlerden BKTA, FIKL, NAKF ve ROA ön plana çıkmıştır.

### ***Lojistik Regresyon***

Lojistik regresyon algoritmasında yapılan testlerde en yüksek başarı oranı %92 olarak hesaplanan 1 test tespit edilmiştir. Bu testin Tip 1 ve Tip 2 hatası ortalaması %7,9 olarak belirlenmiştir. Bu teste etki eden değişkenler aşağıdaki grafikte sunulmuştur:

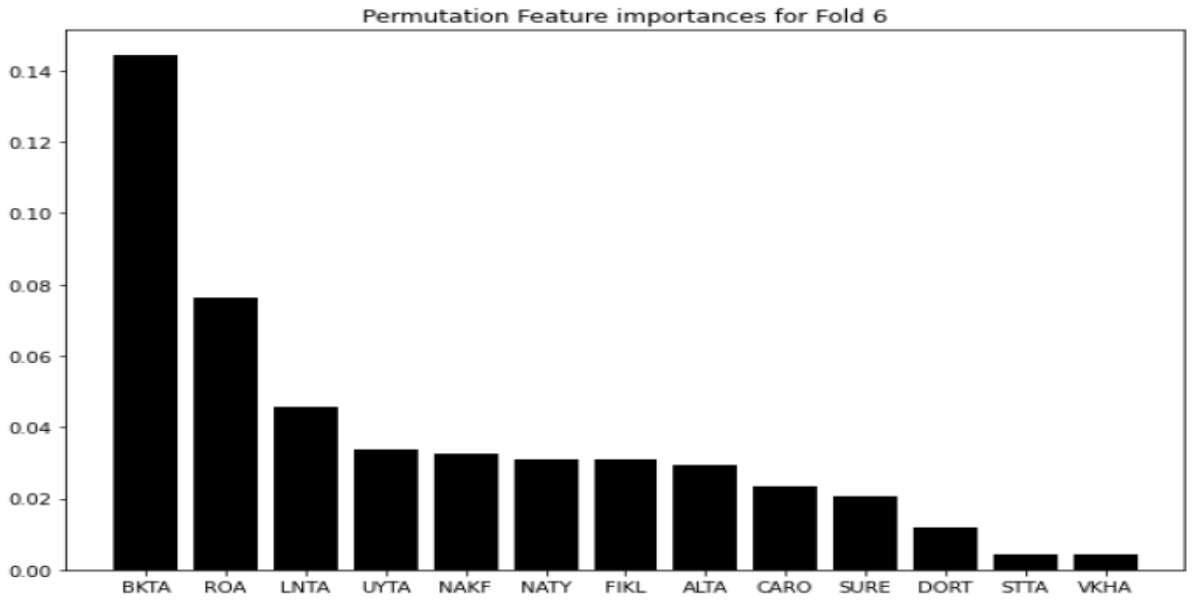


**Şekil 4.** Lojistik Regresyon Algoritmasına Etki Eden Önemli Değişkenler

Lojistik regresyon algoritmasında başarı oranına etki eden değişkenlerden ROA, BKTA, FIKL ve NATY ön plana çıkmıştır.

#### ***Gaussian Naive Bayes***

Gaussian naive bayes algoritmasında yapılan testlerde en yüksek başarı oranı %89 olarak hesaplanan 1 test tespit edilmiştir. Bu testin Tip 1 ve Tip 2 hatası ortalaması %10,7 olarak belirlenmiştir. Bu testte etki eden değişkenler aşağıdaki grafikte sunulmuştur:

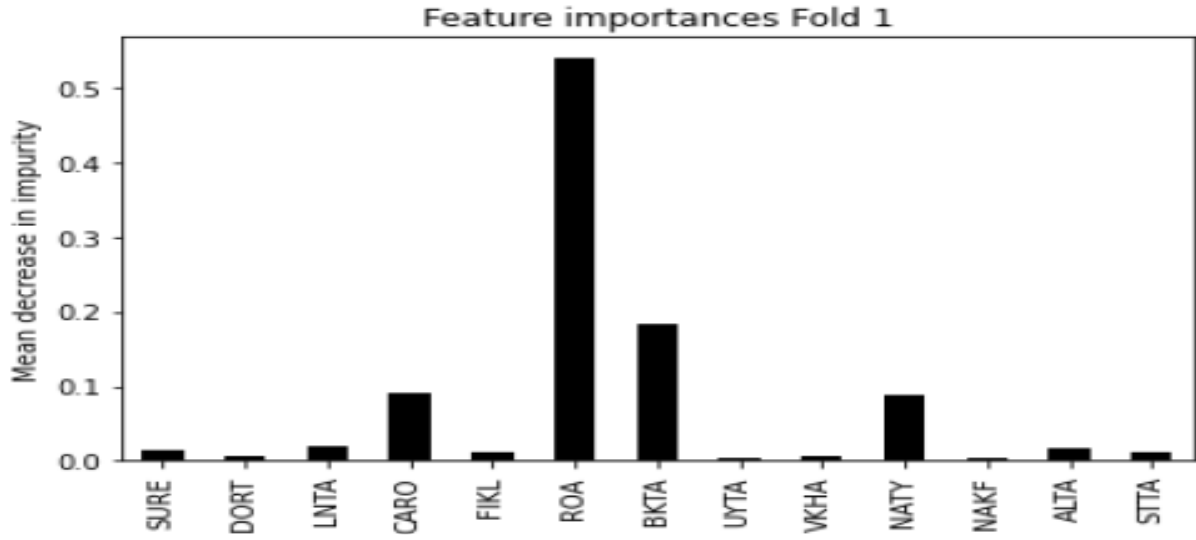


**Şekil 5.** Gaussian Naive Bayes Algoritmasına Etki Eden Önemli Değişkenler

Gaussian naive bayes algoritmasında başarı oranına etki eden değişkenlerden BKTA, ROA, LNTA ve UYTA ön plana çıkmıştır.

### **Karar Ağaçları**

Bu çalışmada, scikit-learn kütüphanesinde yer alan karar ağacı sınıflandırıcısı kullanılmıştır. Rastal orman sınıflandırıcı ilgili tabloda karar ağacından farklı olarak raporlanmıştır. Karar ağacı algoritmasında yapılan testlerde en yüksek başarı oranı %95 olarak hesaplanan 1 test tespit edilmiştir. Bu testin Tip 1 ve Tip 2 hatası ortalaması %5,8 olarak belirlenmiştir. Bu testte etki eden değişkenler aşağıdaki grafikte sunulmuştur:

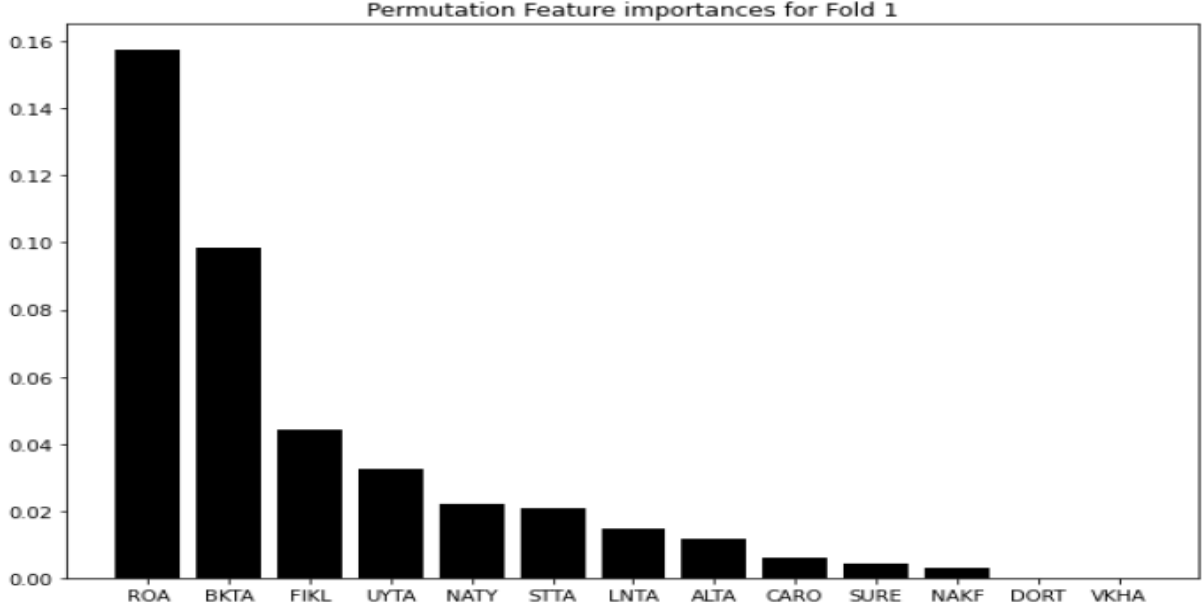


**Şekil 6.** Karar Ağacı Algoritmasına Etki Eden Önemli Değişkenler

Karar ağacı algoritmasında başarı oranına etki eden değişkenlerden ROA, BKTA, NATY ve CARO ön plana çıkmıştır.

### **Yapay Sinir Ağları**

Yapay sinir ağı algoritmasında yapılan testlerde en yüksek başarı oranı %93 olarak hesaplanan 1 test tespit edilmiştir. Bu testin Tip 1 ve Tip 2 hatası ortalaması %8,9 olarak belirlenmiştir. Bu testte etki eden değişkenler aşağıdaki grafikte sunulmuştur.



**Şekil 7.** Yapay Sinir Ağı Algoritmasına Etki Eden Önemli Değişkenler

Yapay sinir ağı algoritmasında başarı oranına etki eden değişkenlerden ROA, BKTA, FIKL ve UYTA ön plana çıkmıştır.

## SONUÇ, TARTIŞMA VE ÖNERİLER

Bu çalışma, Borsa İstanbul’da işlem gören işletmelerin süreklilik risklerinin makine öğrenme algoritmaları yardımıyla değerlendirilmesi amacıyla yapılmıştır. Elde edilen sonuçların etkinliğinin tespiti için literatürde sıklıkla yer verilen makine öğrenme algoritmaları kullanılmıştır. Elde edilen sonuçlara göre karar ağacı ve rassal orman algoritmalarının başarı oranının diğer algoritmalara ve literatüre göre yeterli olduğu ve işletmelerin süreklilik değerlendirmesinin yapılmasında kullanışlı olacağı tespit edilmiştir. Bunun yanında literatüre göre bu algoritmaların Tip 1 ve 2 hataları da makul düzeydedir.

Yapılan çalışmada kullanılan değişkenler, daha önce süreklilik değerlendirmesinde kullanılmış ve etkinliği tespit edilmiş olan değişkenlerdir. Ancak Borsa İstanbul için seçilmiş olan algoritmalarla yapılan analizlerde aktif karlılık oranı, birikmiş karlar/toplam aktif oranı, finansal kaldıraç oranı, nakit akış tutarının toplam yükümlülük içindeki oranı ile cari oranın en önemli değişkenler oldukları belirlenmiştir. Bu bulgulara göre işletmelerin likidite durumları, nakit akışlarının yönetimi, aktiflerin etkin kullanılıp kullanılmadığı ve buna bağlı olarak karlılık durumları işletmelerin sürekliliği açısından dikkate etmesi gereken hususlar olarak belirlenmiştir. Bu tespitler, Türkiye’de yürürlükte olan düzenleyici kuruluşlar tarafından yayınlanmış düzenlemelerle de uyumludur. Şöyle ki, Türkiye’de işletmelerin sürekliliğinin değerlendirilmesine yönelik olarak Kamu Gözetimi Muhasebe ve Denetim Standartları Kurumu tarafından yayınlanmış olan BDS 570 “İşletmenin Sürekliliği” Standardı yayınlanmış ve bu standardın “Risk Değerlendirme Prosedürleri ve İlgili Faaliyetler” bölümünde süreklilikle ilgili risk faktörleri sıralanmıştır. Bu bulgular, sıralanan bu risk faktörleri ile

de uyumludur. Benzer şekilde Altman ve McGough (1974) tarafından yapılan çalışma ile de uyumlu sonuçlar tespit edilmiştir.

Kural bazlı algoritmalar (rassal orman, karar ağacı gibi), yapay sinir ağları ve SVM gibi kara kutu mantığıyla çalışan yöntemlere göre daha anlaşılabilir ve kullanışlı sonuçlar sunmaktadır. Çünkü bu yöntemde değişkenlerden oluşan kurallar silsilesi sunulmakta ve finansal piyasalarda kullanımı daha uygun olmaktadır. Bununla birlikte geleneksel olarak kullanılan lojistik regresyon gibi liner tabanlı algoritmalar da kara kutu yöntemlerine göre açıklanabilir özelliğe sahiptir. Çünkü bu algoritmada değişkenlerin katsayı değerleri elde edilebilmektedir.

Çalışmada taksonomisi uyumlu olmayan finansal kuruluşlarla verilerine ulaşamayan işletmeler analize dahil edilmemiştir. Bu nedenle çalışmanın sonuçları analize dahil edilmeyen sektörler üzerinde kullanışlı olmayacaktır.

Gelecekte yapılacak çalışmalarda daha uzun dönemli veri setleri üzerinde çalışma yapılması halinde daha yararlı sonuçlar elde edilebilecektir. İşletmelerin süreklilik değerlendirmesi, nicel verilerin yanında bazı nitel değerlendirmeleri de içerdiğinden oluşturulacak modellerde süreklilik üzerinde etkili olan nitel faktörlere de yer verilmesi sonuçların daha doğru bir şekilde genelleştirilmesine imkan sağlayacaktır.

## KAYNAKÇA

- Altman, E.I. & McGough, T.P. (1974). Evaluation of a company as a going concern. *Journal of Accounting, Auditing and Finance*, 6(4), 4-19. <https://www.journalofaccountancy.com/>
- Bell, T.B. & Tablo, R.H. (1991). Empirical analysis of audit uncertainty qualifications. *Journal of Accounting Research*, 29(2), 350-370. <https://doi.org/10.2307/2491053>
- Bellovary, J.L., Giacomino, D.E. & Akers, M.D. (2007). A review of going concern prediction studies: 1976 to present. *Journal of Business & Economics Research*, 5, 9-28. <https://doi.org/10.19030/jber.v5i5.2541>
- Carey, P.J., Geiger, M.A. & O'Connell, B.T. (2008). Costs associated with going-concern-modified audit opinions: an analysis of the Australian audit market. *Abacus*, 44(1), 61-81. <https://doi.org/10.1111/j.1467-6281.2007.00249.x>
- Carson, E., Fargher, N.L., Geiger, M.A., Lennox, C.S., Raghunandan, K. & Willekens, M. (2013). Audit reporting for going-concern uncertainty: a research synthesis. *Auditing: A Journal of Practice & Theory*, 32(1), 353-384. <https://doi.org/10.2308/ajpt-50324>
- Chen, K.C.W. & Church, B.K. (1992). Default on debt obligations and the issuance of going-concern opinions. *Auditing: A Journal of Practice and Theory*, 11(2), 30-50. <https://meridian.allenpress.com/ajpt>
- Gallizo, J.L. & Saladríguez, R. (2016). An analysis of determinants of going concern audit opinion: Evidence from Spain stock Exchange, *Intangible Capital*, 12(1), 1-16. <http://dx.doi.org/10.3926/ic.683>
- Geiger, M.A. & Raghunandan, K. (2002). Going-concern opinions in the 'new' legal environment. *Accounting Horizons*, 16(1), 17-26. <https://doi.org/10.2308/acch.2002.16.1.17>
- Goodman, B., Braunstein, D.N., Reinstein, A. & Gregory, W.G. (1995). Explaining auditors going concern decisions: assessing managements capability. *Journal of Applied Business Research*, 11(3), 82-93. <https://doi.org/10.19030/jabr.v11i3.5863>
- Haron, H., Hartadi, B., Ansari, M. & Ismail, I. (2009). Factors influencing auditors' going concern opinion. *Asian Academy of Management Journal*, 14(1), 1-19. <http://web.usm.my/aamj/14-1-2009.html>
- Harris, C.K. & Harris, W.T. (1990, April). An expert decision support system for auditor 'going concern' evaluations. Poster session presented at the Symposium on Applied Computing, Arkansas. <https://ieeexplore.ieee.org/document/82158>

- Koh, H.C. & Killough, L.N. (1990). The use of multiple discriminant analysis in the assessment of the going-concern status of an audit client. *Journal of Business Finance & Accounting*, 17(2), 179-192. <https://doi.org/10.1111/j.1468-5957.1990.tb00556.x>
- Koh, H.C. & Tan, S.S. (1999). A neural network approach to the prediction of going concern status. *Accounting and Business Research*, 29(3), 211-216. <https://doi.org/10.1080/00014788.1999.9729581>
- Kuruppu, N., Laswad, F. & Oyelere, P.B. (2003). The efficacy of liquidation and bankruptcy prediction models for assessing going concern. *Managerial Auditing Journal*, 18(6-7), 577-590. <https://doi.org/10.1108/02686900310482713>
- Lenard, M.J., Alam, P., Booth, D. & Madey, G. (2001). Decision-making capabilities of a hybrid system applied to the auditor's going-concern assessment. *International Journal of Intelligent Systems in Accounting, Finance & Management*, 10(1), 1-24. <https://doi.org/10.1002/isaf.190>
- Levitan, A.S. & Knoblett, J.A. (1985). Indicators of exceptions to the going-concern assumption. *Auditing: A Journal of Practice & Theory*, 5(1), 26-39. <https://meridian.allenpress.com/ajpt>
- Louwers, T.J. (1998). The relation between going-concern opinions and the auditor's loss function. *Journal of Accounting Research*, 36(1), 143-156. <https://doi.org/10.2307/2491325>
- Martens, D., Bruynseels, L., Baesens, B., Willekens, M. & Vanthienen, J. (2008). Predicting Going Concern Opinion with Data Mining. *Decision Support Systems*, 45, 765-777. <https://doi.org/10.1016/j.dss.2008.01.003>
- McKeown, J.C., Mutchler, J.F. & Hopwood, W. (1991). Towards an explanation of auditor failure to modify the audit opinions of bankrupt companies, *Auditing A Journal of Practice & Theory*, 10, 1-13. <https://meridian.allenpress.com/ajpt>
- Menon, K. & Schwartz, K.B. (1986). An empirical investigation of audit qualification decisions in the presence of going concern uncertainties, *Contemporary Accounting Research*, 3(2), 302-315. <https://doi.org/10.1111/j.1911-3846.1987.tb00640.x>
- Moradi, M., Salehi, M., Yazdi, H.S. & Gorgani, M.E. (2012). Going concern prediction of Iranian companies by using fuzzy c-means. *Open Journal of Accounting*, 1, 38-46. <https://doi.org/10.4236/ojacct.2012.12005>
- Mutchler, J.F. (1984). Auditors' perceptions of the going-concern option decision. *Auditing: A Journal of Practice and Theory*, 3(2), 17-30. <https://meridian.allenpress.com/ajpt>
- Mutchler, J.F. (1985). A multivariate analysis of the auditor's going-concern opinion decision. *Journal of Accounting Research*, 23(2), 668-682. <https://doi.org/10.2307/2490832>

- O'Leary, D.E. & Watkins, P.R. (1989). Review of expert systems in auditing, *Expert Systems Review for Business and Accounting*, 2(1), 3-22. <https://www.marshall.usc.edu/sites/default/files/doleary/intellcont/Review-of-expert-systems-in-auditing-1.pdf>
- Raghunandan, K. & Rama, D.V. (1995). Audit reports for companies in financial distress: before and after SAS no. 59. *Auditing: A Journal of Practice & Theory*, 14(1), 50-63. <https://meridian.allenpress.com/ajpt>
- Ruiz-Barbadillo, E., Go'mez-Aguilar, N., de Fuentes-Barbera, C. & Antonia Garcí'a-Benau, M. (2004). Audit quality and the going-concern decision-making process: Spanish evidence, *European Accounting Review*, 13(4), 597-620. <https://doi.org/10.1080/0963818042000216820>
- Salehi, M. & Fard, F.Z. (2013). Data mining approach to prediction of going concern using classification and regression tree (CART). *Global Journal of Management and Business Research*, 13(3), 25-29. <https://globaljournals.org/item/1475-data-mining-approach-to-prediction-of-going-concern-using-classification-and-regression-tree-cart>



Geliş Tarihi:

27.12.2021

Kabul Tarihi:

20.05.2022


Yayımlanma Tarihi:

15.06.2022

Kaynakça Gösterimi: Okumuş, M. S. (2022). The effects of Covid-19 pandemic on audience practices in cinema, television, and OTT platforms. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 21(43), 133-147. doi: 10.46928/iticusbe.1047533

## THE EFFECTS OF COVID-19 PANDEMIC ON AUDIENCE PRACTICES IN CINEMA, TELEVISION, AND OTT PLATFORMS

*Research*

M. Sami Okumuş 

Sorumlu Yazar (Correspondence)

Marmara Üniversitesi

[sami.okumus@marmara.edu.tr](mailto:sami.okumus@marmara.edu.tr)

M. Sami Okumuş, Marmara Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Radyo Televizyon ve Sinema Anabilim Dalında doktor öğretim üyesi olarak görev yapmaktadır. Temel çalışma alanları; Türk sineması, edebiyat uyarlamaları, film analizi, tv dizileri, tarih dizileri ve belgesel filmler üzerinedir.

# THE EFFECTS OF COVID-19 PANDEMIC ON AUDIENCE PRACTICES IN CINEMA, TELEVISION, AND OTT PLATFORMS\*

M. Sami Okumuş\*\*  
[sami.okumus@marmara.edu.tr](mailto:sami.okumus@marmara.edu.tr)

## Abstract

**Purpose:** The aim of this study is to show whether the cinema industry and therefore the movies produced, lost value compared to the TV series during the last global pandemic period between 2019-2021. This study also expresses the position of movie theaters and their revenues against television and internet broadcasts in the coming years.

**Approach:** The availability of television and today's internet platforms significantly facilitates access to various movies or series for a large number of viewers. In this case, does it mean that the movie-watching habits of the audience have now largely shifted from public spaces to private spaces via the internet and will continue to do so in the long run? From this point of view, it presents that the restrictions imposed on public spaces due to such epidemics at a time when movie theaters in public spaces are clearly defeated by private spaces will rapidly reduce the interest in cinemas in the following years.

**Findings:** Due to these restrictions, in addition to the economic difficulties to be experienced in the cinema as global decrease of 72% in movie audiences is mentioned in this period. It is clearly seen that it will continue to progress in the coming years due to such pandemics, which are expected to exist in our lives for a long time with its derivatives, by causing an inevitable change in the movie-watching habits of the audience, and it will progress at much lower levels at cinemas than it was before the pandemic.

**Originality:** The fact that it is the first study to present the changing audience ratios between digital broadcasting platforms and cinemas, which have increased in recent years, especially after the COVID-19 pandemic process, reveals the originality of the study.

**Keywords:** Covid-19, Leisure Time, Movies, Pandemic, TV Series, OTT Platforms

**JEL Classification:** L82

---

\* This article is an improved and detailed version of a study presented -online- in '8<sup>th</sup> International Conference on Research in Behavioral and Social Sciences' (ICRBS) in Stockholm (Sweden) on July 25, 2021.

\*\* Faculty Member at Radio Television and Cinema Department, Marmara University, <https://orcid.org/0000-0001-5845-7917>.

# COVID-19 PANDEMİSİNİN SİNEMA, TELEVİZYON VE OTT PLATFORMLARINDAKİ İZLEYİCİ PRATİKLERİNE ETKİLERİ

## Özet

**Amaç:** Bu çalışmanın amacı, 2019-2021 yılları arasındaki son küresel pandemi döneminde sinema sektörünün ve dolayısıyla üretilen filmlerin dizilere göre değer kaybedip kaybetmediğini ortaya koymaktır. Bu çalışma aynı zamanda sinema salonlarının gelecek yıllarda televizyon ve internet yayınları karşısındaki konumundan ve gelirlerinden de bahsetmektedir.

**Yaklaşım:** Televizyonun ve günümüz internet platformlarının mevcudiyeti, çok sayıda izleyici için çeşitli film veya dizilere erişimi önemli ölçüde kolaylaştırmaktadır. Bu durumda izleyicinin film izleme alışkanlıklarının artık internet üzerinden büyük ölçüde kamusal alanlardan özel alanlara kaydığı ve uzun vadede de böyle devam edeceği anlamına mı geliyor? Bu noktadan hareketle, kamusal alanlardaki sinemaların özel alanlara açık bir şekilde mağlup edildiği bir dönemde bu tür salgın hastalıklar nedeniyle kamusal alanlara getirilen kısıtlamaların, ilerleyen yıllarda sinemalara olan ilgiyi hızla azaltacağını ortaya koymaktadır.

**Bulgular:** Bu kısıtlamalar nedeniyle sinemada yaşanacak ekonomik zorlukların yanı sıra küresel olarak film izleyicilerinde bu dönemde %72'lik bir düşüşten söz edilmektedir. Türevleri ile hayatımızda uzun süre var olması beklenen bu tür pandemiler nedeniyle izleyicilerin film izleme alışkanlıklarında kaçınılmaz bir değişikliğe neden olarak önümüzdeki yıllarda da sinemalarda pandemi öncesine göre çok daha düşük seviyelerde ilerlemeye devam edeceği açıkça görülmektedir.

**Özgünlük:** Son yıllarda sayısı günden güne artan dijital yayın platformları ile sinemalar arasında, özellikle COVID-19 pandemi süreci sonrasında değişen izleyici oranlarının araştırmacılara sunulması noktasında ilk araştırma olması, çalışmanın özgün yanını ortaya koymaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Covid-19, Serbest Zaman, Filmler, Pandemi, TV Dizileri, OTT Platformları

**JEL Sınıflandırması:** L82

## **HUMAN PSYCHOLOGY AND LEISURE TIME**

In mass society theories, ‘mass’ does not mean a large number of people; it refers rather to the supposed separation of individuals, to feelings of loneliness and alienation. In mass society, individuals’ sense of personal identity is lost. There is a structure in which there are extremely routinized institutions. This structure was put forward and developed by social theorists at the end of the 19<sup>th</sup> century (Berger, 2012, p. 158).

According to S. Freud, the individual is under the influence of a single person or a small group of people. So mass psychology is the human being; takes it as a member of a nation, a caste, a class, an institution or as part of a mass of people who come together at a certain time and go to mass organization for a purpose (Freud, 1975, p. 2). According to this point of view, the main characteristics of the individual of the mass are as follows; the loss of the conscious personality, the unconscious personality taking over the sovereignty, the orientation of feelings and thoughts in the same direction as a result of suggestion and contagion, is the tendency to realize directives received with a suggestion without delay. In other words, it is the transition of the individual from being himself/herself to an automaton devoid of will (Le Bon as cited in Freud, 1975, p. 10).

Apparently, capitalism liberated individuals, but the great economic and social forces of the age actually took away the freedom of individuals and made them dependent on the results of the struggle between giant powers (Çizmeçi, 2016, pp. 19-20).

An individual with a developed sense of autonomous self is a person who does not feel obliged to act like other people in society. He/she got rid of the pressure/influence of various forces in his/her emotions, thoughts, and behaviors; he/she is a free person in his/her decisions. In addition to these, he/she is stated as a person who has high-level thinking skills, has high awareness, is interested in art and science, tries to understand himself/herself and his/her environment, question, do not believe without understanding, can think freely and can make free choices (Aslan, 2016, p. 726).

Kant mentions that there is a secret mechanism in the human psyche that prepares direct data in advance in a way that fits into the system of pure mind, and that mystery is revealed today. Although this mechanism seems to be planned by those who collect the data (the culture industry), it is imposed on the industry by the power of society that remains irrational despite all its rationalization efforts. The business world and its derivatives also want to impose this inevitable; they create an artificial impression that everything is under control by processing them according to their purposes. Nothing that can be classified is left to the consumer because everything has been classified before (Kant as cited in Adorno, 2012, p. 53). Here, it should be reminded that Descartes saved the individual from the idea of the cosmos by saying that “there is no more unity in the world, it is nothing but a set of objects presented to scientific research” (Touraine, 2016, p. 69).

Individuals are not alone; live in the community. Therefore, situations that affect the psychology of the individual appear as social conditions on this occasion. In this sense, the most prominent feature of a psychological audience is; although the lifestyle of the individuals that make up the mass is similar or different in terms of their character and intelligence, they're being crowded is a kind of "collective soul infusion" (Le Bon as cited in Ustakara, 2011, p. 172). According to Tocqueville, individualism in mass society has an effect that separates individuals from each other, pushes them to a corner by separating from their social environment, thereby reducing the world of individuals and reducing the relations between each other (Aydoğan, 2000, p. 96).

When viewed around all these contexts and concepts, it is necessary to talk about the impact of television, and of course, the most important representative of cinema, Hollywood, on the daily lives of individuals. It is obvious that individuals devote a considerable amount of time to cinema and television products in their free time in terms of their social and cultural development.

## **CINEMA AND FILM INDUSTRY IN TERMS OF USING LEISURE TIME IN THE COVID-19 PANDEMIC**

Today, cinema is still consumed as a commodity that one goes to with a certain expectation and spends time in a special place. The existence of television and internet platforms has made it easier to access movies or TV series and increased the number of them, with systems that can be subscribed monthly or annually with low fees than ticket prices.<sup>1</sup> In addition, the audience had to perform these activities on their own private property and in their individual free spaces, due to the mandatory postponement of the shooting of the big-budget movies, especially during the pandemic, and the closing of the movie theaters. They try to pass the boundaries of their individual areas, which are shaped according to the income levels of individuals, in the widest and most efficient way possible with the products they obtain through television or internet "over the top" (OTT) platforms. At this point, it is clearly seen that the cinema industry, and therefore movies, has suffered a significant loss of value compared to television and OTT platforms. This inevitably also takes place as a cog in the system that produces content for online platforms, not for cinemas anymore.

For decades, the movie enterprise has remained curiously immune to change. Movie theater proprietors caught to the limits of conventional theatrical performance. The upward thrust of streaming offerings, giving clients the capacity to observe masses of titles at the pressing of a button, has placed extra stress at the strong theater window. Cracks commenced appearing. Movie theaters were compelled to extend the conversations which have the capacity to disrupt their

---

<sup>1</sup> "An HBO Max subscription is \$15 per month. Movie ticket prices in New York and Los Angeles start at \$20" (Rubin & Lang, 2020).

commercial enterprise fashions so long as possible, so one can preserve to live to tell the tale the protracted duration of display screen exclusivity till they don't have any preference however to succumb to marketplace forces. Then, as world-shaking activities generally tend to do, the pandemic modified everything. Theaters needed to be near and attendees have been without earnings for months. Studios have modified or behind schedule broadcast schedules, suspending a few movies to subsequent twelve months and sending others to streaming offerings or virtual apartment platforms. Developments that have been inconceivable for twelve months in the past commenced increasing at terrific rates. The most important query is the movie enterprise is presently going through is whether or not the abandonment of cinema might be a brief diversion introduced with the aid of using social distancing or a drastic lifestyle change (Carter, 2021).

Industry experts agree that the changes plaguing the film industry will overcome the pandemic at least to some extent (Rubin & Lang, 2020). Since March 2020, movie theaters have been closed for about a year and a half. The release dates of new films were also postponed to a later time because of producers. Although the service was tried to be provided with open cinemas or drive-in theaters the desired level of satisfaction and income could not be obtained. If you've watched a movie in the last fourteen or fifteen months, it's probably on your TV –and also thanks to the OTT platforms-, tablet, or mobile phone (Wilkinson, 2021).

As stated by Alissa Wilkinson; “Why go to movie theaters in a post-pandemic world?”

I talked to folks from all kinds of backgrounds across the US and the UK to try to answer this question, and I got a bunch of different responses. But what most people told me, after a year of watching movies only at home, is that they go to theaters for three reasons. One, they want to be around other people. Two, they value the loss of control that's inherent to movie theaters, the commitment to being in a space and paying attention to the experience the filmmaker has created. And three, they long to have their perspective shifted on the outside world in a way that's tough to replicate at home. (Wilkinson, 2021)

In 2020, movie theaters and production studios closed temporarily, while the global epidemic affected the theatre, cinema, and entertainment industries. Millions (perhaps billions) of people around the world have had to be quarantined. For this reason, viewers, during their stay at home; tried to close this gap with online services for video entertainment. Coinciding with the pandemic; Universal, Disney, Warner Bros, and other new video streaming services have emerged, joining (or competing) with Netflix, Hulu, and Amazon from leading studios for viewers who had to stay at home were able to share top-notch movies and series on various screens and platforms. While industry analysts comment that this trend has already begun, many agree that the pandemic has accelerated the pace of adoption of this trend (Adgate, 2021).

However, most important media corporations have made it clear that they see Netflix as their largest imperative. Disney is understood to devote nearly a whole four-hour investor day to saying its plans to weaponize Disney Plus, Hulu, and different subscription offerings, whilst additionally reorganizing its govt hierarchy to higher consciousness on streaming. Meanwhile, Comcast and WarnerMedia are already spending loads of tens of thousands and thousands of greenbacks to feature programming for HBO Max and Peacock, respectively. Flow wars are expected to boom similarly withinside the coming weeks and months in 2021 (Rubin & Lang, 2020).

As Tara Lachapelle mentioned, who runs the entertainment business for Bloomberg: “We’ve learned to live without movie theaters. Even those through the crisis can see online streaming apps stealing viewers for good.” (Carter as cited in edition.cnn, 2021). The COVID-19 pandemic, coupled with online streaming services and the superfluity of these platforms, is clearly pushing the future of movie theaters (Hendricks, 2021).

Cinema revenue fell slenderly in 2019, with total box office revenues falling 4.1% from 2018 to just under \$10.4 billion. Attendance also dropped by about 4.6%, though the drop was offset by higher ticket prices. Box office revenues plummeted in March after rising in January and February of 2020. Before the global quarantine, only three major movies<sup>2</sup> were released in 2020 (Linnane, 2020).

When 2020 began, the destiny of film theaters was regarded brilliant however the COVID-19 pandemic has mandated the suspension of indoor viewing. Hollywood’s largest studios have behind schedule their maximum expected games, and film theaters have contracted or disappeared altogether to deal with the increase in streaming services. After receiving a record \$42.3 billion in 2019, the worldwide container workplace rounded out a whopping 72% the ultimate year. Cineworld<sup>3</sup> reports more than \$2 billion in losses in 2020 (Li, 2020).

Box office revenues in North America fell from approximately \$11.4 billion in 2019 to \$2.2 billion in 2020 (Carter, 2021). Significantly, UK cinema ad spending collapsed in 2020, down 80% from 2019. Until 2025, these losses are expected to be covered for the next few years and only to reach 2019 values (Sutcliffe, 2021). And also as PwC principal CJ Bangah mentioned “Cinema took a big hit this year -2020- and we don’t expect revenues to return to pre-pandemic levels until after 2024” (Linnane, 2020).

Movie theaters throughout Turkey had been closed with a round issued through the Ministry of Interior in March 2020 as a part of the measures taken in opposition to the unfold of the

---

<sup>2</sup> *Bad Boys For Life*, *Avengers: Endgame* and *Godzilla vs. Kinkong* (for detailed information about Adgate’s article in forbes.com, 2021).

<sup>3</sup> The world’s second-largest movie chain (Saigol, 2020).

coronavirus. According to the Turkish Statistical Institute (TUIK), the loss within the wide variety of spectators became 69.5% in 2020 whilst human beings needed to live at home. 13.2 million home film audiences were reduced by 59% and 3.9 million overseas film audiences were reduced by 83.6%. The wide variety of film theaters throughout us a reduced by 4.5% in 2020 as compared to 2019 and has become 2,698. The wide variety of films proven in cinemas in Turkey reduced by 59% to 25,960. In the equal period, the wide variety of home movies proven reduced through 62.2% to 10,978, at the same time as the wide variety of overseas movies reduced through 61.9% to 14,982. The huge decline determined in 2020 become in large part because of the closure of film theaters because of pandemic restrictions (Turkish cinema audience, 2021).

In 2020, the entire global theater/cinema and home/mobile entertainment market saw its lowest figure since 2016. It was \$80.8 billion, down 18% from 2019. The most negative impact in the sector, which decreased from 42.3 billion dollars in 2019 to 12 billion dollars in 2020, was in theater/cinema revenues. Theatrical entertainment only accounted for 15% of total global entertainment revenue, compared to 43% in 2019 (Adgate, 2021).

Hollywood suffered financial losses, and less famous productions entered the Oscar race on April 25, 2021. Many movies from Netflix and Amazon were in the race (Olze, 2021).

With the shutdowns around the world, consumers have revealed a significant flow towards digital content for entertainment. (video, streaming and electronic sales). The trend towards digital entertainment is accelerating in 2020; enabled revenue to increase by 31% to \$61.8 billion. Digital media revenues account for more than three-quarters of total theater, home/mobile entertainment revenue. Compared to 2019, there are currently 1.1 billion online video subscribers worldwide, up 26%. There has been a significant increase in online video subscriptions, which are among the drivers of digital entertainment. In 2020, there were 308.6 million subscribers, up 32% from the previous year. Revenue from online video subscriptions rose 35% to \$24.7 billion in 2020 (Adgate, 2021).

There has been a serious change in the way we communicate since March 2020 as online meetings, education, and entertainment sectors (Morales as cited in dw, March 3, 2021). In an obvious sense, we see that we are in a transition year, and 2022 will show us what our new normal is (Moritz as cited in theatlantic, Apr 24, 2020). When the world returns to normal after the pandemic, things will continue somehow, but the existing problems in the industry before the pandemic will grow and the position of the producers in the ecosystem will cause the viewing habits we are used to changing to change (Linnane, 2020).



As it has been said before about every field of art and technology, no branch of art has died, it has only resurrected the interest related to itself by changing its form or resorting to technological innovations (Child, 2021). For this reason, although cinema will never lose its interest completely, as in radio and television, it can be mentioned that it will occupy less space in the lives of individuals in the coming years. The reason for this is due to the involuntary caution of individuals against entering crowded environments where there are many people, leaving the house from a customary clean and known, safe area.

As a result, in a period when movie theaters were defeated by shopping malls, it is predicted that the habits of watching movies in the cinemas, which are their main places, will decrease with the fate of shopping malls where entrances are restricted due to such epidemics.

The list of institutions and organizations providing service in the world and Turkey is presented in the table below. In this list, the name of the platform, the year of establishment, the affiliated institution/company, whether the platform is paid or not, and if it is paid, the monthly fee, together with the broadcasting platforms' websites.

**Table 1.** Organizations Providing Online Streaming Broadcasting Services -OTT- in Global and Turkey<sup>4</sup>

|    | Platform           | Year of Foundation | Affiliated Institution         | Membership Format | Monthly Membership Fee | Broadcasting in Turkey | Web Site  |
|----|--------------------|--------------------|--------------------------------|-------------------|------------------------|------------------------|---|
| 1  | Netflix            | 1997               | Reed Hastings ve Marc Randolph | Paid              | 26.99 ₺                | Yes                    | <a href="https://www.netflix.com/">https://www.netflix.com/</a>               |
| 2  | BluTV <sup>5</sup> | 2015               | Dogan Holding                  | Paid              | 12.90 ₺                | Yes                    | <a href="https://www.blutv.com/">https://www.blutv.com/</a>                   |
| 3  | PuhuTV             | 2016               | Dogus Media Group              | Free              | -                      | Yes                    | <a href="https://puhutv.com/">https://puhutv.com/</a>                         |
| 4  | FoxPlay            | 2007               | Fox                            | Free              | -                      | Yes                    | <a href="https://www.foxplay.com.tr/">https://www.foxplay.com.tr/</a>         |
| 5  | Gain               | 2020               | Gain Media                     | Free&Paid         | 21.90 ₺                | Yes                    | <a href="https://www.gain.tv/">https://www.gain.tv/</a>                       |
| 6  | beIN Connect       | 2014               | beIN Media Group               | Paid              | 14.90 ₺                | Yes                    | <a href="https://www.beinconnect.com.tr/">https://www.beinconnect.com.tr/</a> |
| 7  | Filmbox Live       | 1996               | SPI International              | Paid              | 12.99 ₺                | Yes                    | <a href="https://www.filmbox.com/">https://www.filmbox.com/</a>               |
| 8  | Mubi               | 2007               | Efe Cakarel                    | Paid              | 25.99 ₺                | Yes                    | <a href="https://mubi.com/">https://mubi.com/</a>                             |
| 9  | D-Smart Go         | 2007               | Demiroren Gruop                | Paid              | 9.90 ₺                 | Yes                    | <a href="https://www.dsmartgo.com.tr/">https://www.dsmartgo.com.tr/</a>       |
| 10 | TV Plus            | 2012               | Turkcell                       | Paid              | 34.90 ₺                | Yes                    | <a href="https://tvplus.com.tr/">https://tvplus.com.tr/</a>                   |
| 11 | Tivibu             | 2010               | Turk Telekom                   | Paid              | 28.90 ₺                | Yes                    | <a href="https://www.tivibu.com.tr/">https://www.tivibu.com.tr/</a>           |
| 12 | Exxen              | 2021               | Acun Media                     | Paid              | 9.90 ₺                 | Yes                    | <a href="https://www.exxen.com">https://www.exxen.com</a>                     |

<sup>4</sup> For detailed information about online streaming services; Key & Minor (2022), Stodart & Keegan (2022), and Adalian (2021).

<sup>5</sup> According to the analysis done by *JustWatch*, BluTV took the market leadership in Turkey within the third quarter of the year (2021) by eliminating its competitors such as Netflix and Amazon Prime (Winona as cited in onedio.com). BluTV has 4.2 million subscribers at the same time as Netflix has 3.5 million nationwide (Turkish BluTV leaves Netflix behind, 2021).

|    |               |      |                          |      |          |              |   |
|----|---------------|------|--------------------------|------|----------|--------------|---|
| 13 | Amazon Prime  | 2006 | Amazon.com, Inc.         | Paid | 7.90 ₺   | Yes          | <a href="https://www.primevideo.com/">https://www.primevideo.com/</a>                 |
| 14 | Apple TV Plus | 2019 | Apple Inc.               | Paid | 4.99 \$  | No           | <a href="https://tv.apple.com/">https://tv.apple.com/</a>                             |
| 15 | Hulu          | 2007 | The Walt Disney Company. | Paid | 5.99 \$  | No           | <a href="https://www.hulu.com/">https://www.hulu.com/</a>                             |
| 16 | Paramount+    | 2021 | ViacomCBS Streaming      | Paid | 5 \$     | No           | <a href="https://www.paramountplus.com/intl/">https://www.paramountplus.com/intl/</a> |
| 17 | Disney+       | 2019 | The Walt Disney Company. | Paid | 6.99 \$  | No           | <a href="https://www.disneyplus.com">https://www.disneyplus.com</a>                   |
| 18 | HBO Max       | 2020 | WarnerMedia              | Paid | 14.99 \$ | No           | <a href="https://www.hbo.com/">https://www.hbo.com/</a>                               |
| 19 | Peacock       | 2020 | NBCUniversal             | Paid | 5 \$     | No           | <a href="https://www.peacocktv.com/">https://www.peacocktv.com/</a>                   |
| 20 | Discovery+    | 1985 | Multi-partner structure  | Paid | 4.99 \$  | Yes (Blu TV) | <a href="https://www.discoveryplus.com/">https://www.discoveryplus.com/</a>           |
| 21 | Showtime      | 1976 | ViacomCBS Streaming      | Paid | 4.99 \$  | No           | <a href="https://www.sho.com/">https://www.sho.com/</a>                               |
| 22 | Epix Now      | 2009 | Epix Entertainment LLC   | Paid | 5.99 \$  | Yes          | <a href="https://www.epixnow.com/">https://www.epixnow.com/</a>                       |
| 23 | Starz         | 1994 | Lions Gate Entertainment | Paid | 8.99 \$  | No           | <a href="https://www.starz.com/us/en/">https://www.starz.com/us/en/</a>               |

As it is clearly seen in the table, in addition to the old broadcasting companies established in the 1990s, in order to get a share of this huge broadcasting cake during the pandemic period, large companies that already have the right to show many films and series, medium-sized known or newly established broadcasting platforms have become online. It is seen that the number of OTT platforms that broadcast together with the internet has increased. It is also known from the information we provide that some of these platforms are owned by companies that broadcast globally and that monthly membership fees for these platforms can be subscribed for a small fee corresponding to the price of a movie ticket.

**Table 2.** Online Survey on Movie Watching Habits<sup>6</sup>

| <b>Q: Have our movie watching habits changed? In which media or format do you watch movies the most?</b> | <b>Percentage (%)</b> | <b>Number of Votes</b> |
|--|-----------------------|------------------------|
| Without downloading from the Internet  | 46%                   | 15147                  |
| Downloading from internet  | 18%                   | 5805                   |
| On TV channels   | 15%                   | 5121                   |
| In the cinema  | 14%                   | 4803                   |
| In paid digital channels (Digiturk, tivibu etc.)   | 6%                    | 2008                   |
| From paid internet channels (Mubi, netflix etc.)   | 1%                    | 257                    |

Source: sinematurk.com

The website of sinematurk, which has been serving in the field of cinema database in Turkey since 2000 (who.is), was specially made for Turkish audience and according to the table above, it is seen that a total of 33,141 votes were cast.

<sup>6</sup> Survey information obtained from “Have our movie watching habits changed? In which media or format do you watch movies the most?” in sinematurk.com on July 21, 2021. For additional information, see the appendix.

According to this table, 15,147 people who answered the survey and have a share of 46% stated that they watched movies or TV series online without paying any fee to any platform except an internet service supplier. However, 5,805 people, corresponding to 18% of the respondents reported that they watched movies or TV series by downloading them from the internet. Besides, 4,803 people, corresponding to 14% of the respondents, stated that they prefer to watch movies in the cinema. Additively, 2,008 people, which corresponds to 6% of the respondents (it means they prefer, not in the pandemic times), have reported that they prefer to watch movies or TV series on overpaid TV platforms. Once for all, 257 people, corresponding to 1% of the respondents, stated that they prefer to watch movies or TV series on paid internet platforms.

## **CONCLUSION**

In the pre-modern world, people were in control of their non-working time, both in terms of their technological and physical conditions. He/she had unlimited freedom (within the current physical conditions) at times that were completely related to himself/herself such as resting, eating, drinking and traveling. However, the entertainment/news receiving devices that enter people's home (especially in modern city life) and their pockets (today) also suggest how people should make use of their free time.

In modern times, people can access the same information technologically, they do not have the opportunity to do the same things economically within the picture of the social status and working conditions of their job. Leisure time channels that can be increased a lot such as shopping centers, parks, cafes, trips, tours, food trips are reproduced in order to ensure the continuity of the current economic order.

Individuals are no longer completely independent whilst use their free time as they wish. What can and cannot be done visually, economically, and informatically to people; has been demonstrated and taught by political power, the media, and modern institutions.

Instead of getting out of their safe environment, getting the product they want at any time and at a very low cost in a safe environment, why should people leave their homes and go to a movie theater –located in a shopping mall today– to buy tickets? Who wants spend three hours waiting in the foyer for the movie to start on time, buying something to have a snack while watching the movie, at least for a 1.5-hour movie, when we calculate the time to return home? Is it because of the big screen? With the development of technology, every individual/audience can now turn their home into a small-scale movie theater. It can become a cheaper, more enjoyable, and safe consumption material, as the prices of large-screen televisions have become affordable and projection devices have become more enjoyable at home.

Since March 2020, there has been a serious change in the communication channels in every sector. With the shutdowns happening around the world, consumers showed a significant influx of digital content for entertainment. Combined with the COVID-19 pandemic, OTT platforms, and the profusion of these online streaming services, the future of movie theaters is clearly predicted to be challenged.

It is foreseen that the negative effects of this global epidemic period on the cinema sector will continue until 2024-2025, and the revenues that can be obtained after these years will only reach 2019 values. It is expected that the battles to increase the share in broadcast streams of platforms broadcasting over the internet will increase even more in the coming months.

After this pandemic period, the duration of which is unknown, although the existing sectors in the world are trying to put things right, as the experts said, the existing problems in the cinema sector will grow compared to the before epidemic era, and this will cause the producers to change their position in the ecosystem and this will change the viewing habits we are used to.

In this respect, it can be said that people will never completely lose their interest in cinema, as in the example of radio and television, but it will occupy less space in the lives of individuals in the near future.

## REFERENCES

- Adalian, J. (2021, November 2). Which Streaming Service Do You Actually Want?. *Vulture*. Retrieved May 24, 2021 from <https://www.vulture.com/article/best-streaming-services-guide.html>
- Adgate, B. (2021, April). The Impact COVID-19 Had On The Entertainment Industry In 2020. *Forbes*. Retrieved July 22, 2021, from <https://www.forbes.com/sites/bradadgate/2021/04/13/the-impact-covid-19-had-on-the-entertainment-industry-in-2020/?sh=19df2cf250f0>
- Adorno, T. (2012). *Culture industry: Cultural management*. N. Ulner, M. Tuzel, E. Gen, (Trans), Istanbul: İletisim.
- Aslan, C. (2016). The Importance of modern language and literature (Turkish Language/ Turkish Language and Literature) Teaching environments in the process of developing autonomous self in individuals. Ankara University, Faculty of Educational Sciences, Elementary Education Online, 2016; 15 (3), pp. 723-741.
- Aydoğan, F. (2000). *Media and leisure time*. Istanbul: Om Publishing.
- Berger, A. A. (2012). *Cultural criticism: Introduction to cultural concepts*, (O. Emir, trans.). Istanbul: Pinhan Publishing.
- Carter, B. (2021, March 17). The pandemic won't be the end of movie theaters, but it will forever change them. *CNN Business*. Retrieved June 30, 2021, from <https://edition.cnn.com/2021/03/17/perspectives/movie-theaters-streaming-pandemic/index.html>
- Child, K. (2021, June 7). Cinema will survive pandemic, says SA industry. *BusinessDay*. Retrieved June 30, 2021, from <https://www.businesslive.co.za/bd/companies/retail-and-consumer/2021-06-07-cinema-will-survive-pandemic-says-sa-industry/>
- Çizmeçi, E. (2015). New Media and Leisure Time. In F. Aydoğan (Ed.), *Communication Studies*, (pp. 81-99). Istanbul: Derin Publishing.
- Çizmeçi, E. (2016). *Family, media and leisure time*. Istanbul: Nobel Publishing.
- Freud, S. (1975). *Psychology of masses*, (K. Şipal, trans). Istanbul: Bozak Publishing.
- Hendricks, H. (2021, May). The pandemic and online streaming services challenge movie theaters; local cinema giving back to community. *Abc4*. Retrieved June 30, 2021, from <https://www.abc4.com/news/top-stories/the-pandemic-and-online-streaming-services-challenge-movie-theaters-local-cinema-giving-back-to-community/>
- Key, K. and Minor, J. (2022, January 26) The Best Movie Streaming Services for 2021. *PC Mag*. Retrieved May 24, 2021, from <https://www.pcmag.com/picks/best-movie-streaming-services>
- Li, S. (2021, April 24) Your Moviegoing Experience Is About to Change. *The Atlantic*. Retrieved June 30, 2021, from <https://www.theatlantic.com/culture/archive/2021/04/movie-theaters-post-pandemic/618672/>

- Linnane, C. (2020, December 4). Why cinema will survive the coronavirus pandemic. *MarketWatch*. Retrieved June 30, 2021, from <https://www.marketwatch.com/story/why-cinema-will-survive-the-2020-pandemic-2020-10-30>
- Morales, N. (2021, March 3). Pandemic cinema: How Berlinale films reflect COVID. *DW*. Retrieved July 19, 2021, from <https://www.dw.com/en/pandemic-cinema-how-berlinale-films-reflect-covid/a-56756051>
- Oelze, S. (2021, February 9). 11 things that the pandemic has changed in the cinema world. *DW*. Retrieved July 19, 2021, from <https://www.dw.com/en/11-things-that-the-pandemic-has-changed-in-the-cinema-world/g-56499314>
- Rubin, R. and Lang, B. (2020, December). How 2020 Changed Hollywood, and the Movies, Forever. *Variety*. Retrieved June 30, 2021 from <https://variety.com/2020/film/news/movie-theaters-hollywood-pandemic-2020-recap-1234874385/>
- Saigol, L. (2020, October 20) Netflix not cutting it anymore? Here's how you can rent out an entire theater for just \$5 a person. *MarketWatch*. Retrieved July 19, 2021, from [https://www.marketwatch.com/story/netflix-not-cutting-it-anymore-heres-how-you-can-rent-out-an-entire-theater-for-just-5-a-person-11603208873?mod=article\\_inline](https://www.marketwatch.com/story/netflix-not-cutting-it-anymore-heres-how-you-can-rent-out-an-entire-theater-for-just-5-a-person-11603208873?mod=article_inline)
- Sinematurk (2021). Have our movie watching habits changed? In which media or format do you watch movies the most? Retrieved July 21, 2021, from <http://www.sinematurk.com/sineanket/liste/67/>
- Stodart, L. and Keegan, A. (2022, April 28). From Netflix to HBO Max to Disney+: The best streaming sites for movies. *Mashable*. Retrieved May 24, 2021, from <https://mashable.com/roundup/best-movie-streaming-sites/>
- Sutcliffe, C. (2021, June 16). Cinema advertising post-pandemic: what does the future hold for the silver screen?. *The Drum*. Retrieved June 30, 2021, from <https://www.thedrum.com/news/2021/04/16/cinema-advertising-post-pandemic-what-does-the-future-hold-the-silver-screen>
- Touraine, A. (2016) *Critique of modernity*, (H. U. Tanrıöver, trans.). Istanbul: Yapı Kredi Publishing.
- Turkish BluTV leaves Netflix behind as top streaming platform in Q1. *Daily Sabah*. Retrieved Nov 17, 2021, from <https://www.dailysabah.com/business/tech/turkish-blutv-leaves-netflix-behind-as-top-streaming-platform-in-q1>
- Turkish cinema audience shrinks due to pandemic (2021, June 17). *Hurriyet Daily News*. Retrieved June 30, 2021, from <https://www.hurriyetaidailynews.com/turkish-cinema-audience-shrinks-due-to-pandemic-165588>
- Ustakara, F. (2011). On Public relations and psychology. *Gumushane University journal of the faculty of communication*, (1), pp. 170-185.
- Wilkinson, A. (2021, April 30). The case for movie theaters. *Vox*. Retrieved June 30, 2021, from <https://www.vox.com/22380021/movie-theaters-covid-reopening>
- Winona (2021, November 16). Clearly First! BluTV Becomes the Most Watched Video Streaming Platform in Turkey. *Onedio*. Retrieved Nov 17, 2021, from <https://onedio.com/haber/acik-ara-birinci-blutv-turkiye-de-en-cok-izlenen-video-akis-platformu-oldu-1017722>

## APPENDIX

**Picture 1.** “Have our movie watching habits changed? In which media or format do you watch movies the most?”



Source: sinematurk.com, July 21, 2021.

Geliş Tarihi:

28.12.2021

Kabul Tarihi:

25.05.2022

Yayımlanma Tarihi:

15.06.2022

Kaynakça Gösterimi: Çelik, Z. (2022). The moderating role of influencer attractiveness in the effect of brand love, brand trust, brand awareness and brand image on brand loyalty. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 21(43), 148-167. doi: 10.46928/iticusbe.1050122

## **THE MODERATING ROLE OF INFLUENCER ATTRACTIVENESS IN THE EFFECT OF BRAND LOVE, BRAND TRUST, BRAND AWARENESS AND BRAND IMAGE ON BRAND LOYALTY**

*Research*

Zübeyir Çelik  

Sorumlu Yazar (Correspondence)

Van Yüzüncü Yıl University

[zubeyircelik1@gmail.com](mailto:zubeyircelik1@gmail.com)

Zübeyir Çelik (Dr.) is a Research Assistant of Business Administration at Erciş Faculty of Business Administration, Van Yüzüncü Yıl University. He holds a Ph.D. in Marketing from Marmara University. His research interests include the areas of digital marketing, phygital marketing, marketing thought and theory, and consumer behavior.



# THE MODERATING ROLE OF INFLUENCER ATTRACTIVENESS IN THE EFFECT OF BRAND LOVE, BRAND TRUST, BRAND AWARENESS AND BRAND IMAGE ON BRAND LOYALTY

Zübeyir Çelik  
[zubeyircelik1@gmail.com](mailto:zubeyircelik1@gmail.com)

## Abstract

**Purpose:** This study examines the moderating role of influencer attractiveness in the effect of brand image brand awareness, brand love, and brand trust on brand loyalty.

**Method** Data were collected from 318 people through an online survey. Hypotheses were analyzed using simple linear regression and process macro software.

**Findings:** According to the statistical analysis results; brand love, brand trust, brand awareness, and brand image are important antecedents that have a direct effect on brand loyalty; brand awareness, brand image and brand trust have an indirect effect on brand loyalty, thanks to the important mediating role of brand love; brand awareness, brand image and brand trust are important antecedents that directly affect brand love; influencer attractiveness has an important moderating role in the effect of brand awareness, brand trust, brand love and brand image on brand loyalty; moreover, brand love, brand awareness, brand trust, and brand image have significant conditional effects on brand loyalty at low, middle and high values of influencer attractiveness.

**Originality:** This study successfully explains the link between influencer attractiveness, brand love, brand awareness, brand image and brand loyalty. At the end of the study, recommendations for further research and practice were made.

**Keywords:** Influencer Attractiveness, Brand, Loyalty, Love, Trust, Awareness, Image

**JEL Classification:** M30, M31

# MARKA AŞKI, MARKA GÜVENİ, MARKA FARKINDALIĞI VE MARKA İMAJININ MARKA SADAKATİNE ETKİSİNDE INFLUENCER ÇEKİCİLİĞİNİN İLİMLAŞTIRICI ROLÜ

## Özet

**Amaç:** Bu çalışma, marka imajı, marka farkındalığı, marka aşkı ve marka güveninin marka sadakati üzerindeki etkisinde influencer çekiciliğinin ılımlaŐtırıcı rolünü incelemektedir.

**Yöntem:** Online bir anket aracılığıyla 318 kiŐşiden veri toplanmıştır. Hipotezler, basit lineer regresyon ve process macro yazılımı kullanılarak analiz edilmiştir.

**Bulgular:** İstatistiksel analiz sonuçlarına göre; marka aşkı, marka güveni, marka farkındalığı ve marka imajı, marka sadakati üzerinde doğrudan etkisi olan önemli öncüllerdir; marka aşkının önemli aracılık rolü sayesinde marka farkındalığı, marka imajı ve marka güveni marka sadakati üzerinde dolaylı bir etkiye sahiptir; marka farkındalığı, marka imajı ve marka güveni, marka aşkını doğrudan etkileyen önemli öncüllerdir; marka farkındalığı, marka güveni, marka aşkı ve marka imajının marka sadakati üzerindeki etkisinde influencer çekiciliği önemli bir ılımlaŐtırıcı role sahiptir; dahası, marka aşkı, marka farkındalığı, marka güveni ve marka imajı, influencer çekiciliğinin düşük, orta ve yüksek değerlerinde marka sadakati üzerinde önemli koşullu etkilere sahiptir.

**Özgünlük:** Bu çalışma, influencer çekiciliği, marka aşkı, marka farkındalığı, marka imajı ve marka sadakati arasındaki bağlantıyı başarılı bir şekilde açıklamaktadır. Çalışmanın sonunda uygulamaya ve ileri araştırmalara yönelik önerilerde bulunulmuştur.

**Anahtar Kelimeler:** Influencer Çekiciliği, Marka, Sadakat, Aşk, Güven, Farkındalık, İmaj

**JEL Sınıflandırması:** M30, M31

## **INTRODUCTION**

By collaborating with influencers, brands can have a strong presence in social media environments and interact with their target audience. Moreover, brands can encourage their target audience to brand loyalty, thanks to influencers who promote and defend the brand in social media environments. Because of this, many brands develop social media marketing strategies with the support of influencers. However, it should be known that the attractiveness of influencers, as well as the trustworthiness of influencers, has a crucial role in the development of appropriate marketing strategies in social media environments (Wiedmann and von Mettenheim, 2020). Because influencer attractiveness, as a dimension of influencer credibility, is antecedent influencing brand satisfaction, brand image, brand trust (Wiedmann and von Mettenheim, 2020), brand congruence, and brand attitude (Torres, Augusto and Matos, 2019) as well as online customer engagement (AlFarraj, Alalwan, Obeidat, Baabdullah, Aldmour and Al-Haddad, 2021), attitude toward the endorsement, and purchase intentions (Torres et al., 2019). Therefore, people being attracted to influencers and finding them attractive, collaboration with influencers for brand promotion and advertising is likely to support sales, brand awareness, corporate image, and consumer loyalty (Aydın, 2021).

Although the effects of brand love (Bıçakcıoğlu, İpek and Bayraktaroğlu, 2018; Özmen and Kocakuş, 2020; Misra, Sadikin and Achmad, 2021), brand awareness (Bernarto, Berlianto, Meilani, Masman and Suryawan, 2020), brand trust (Delgado-Ballester and Munuera-Alemán, 2005; Bernarto et al., 2020; Song, Wang and Han, 2019), and brand image (Koçyiğit, 2017) on brand loyalty have been examined, there is a research gap regarding the moderating role of influencer attractiveness in these effects. Accordingly, this study aims to fill this research gap. In addition, this study examines the mediating role of brand love in the effect of brand image, brand awareness, and brand trust on brand loyalty. It is thought that this original study will be a leading reference source for the relevant literature and practice.

## **LITERATURE REVIEW**

### ***Brand Loyalty***

Brand loyalty is a fundamental dimension of brand equity that defines the customer's relationship (Aaker, 1991; Keller, 1993). Brand loyalty is the customer's positive additional contribution to the brand (Aaker, 1991). Brand loyalty is the repeated purchase of a particular brand (behavioral loyalty) as it becomes the primary preference of customers (cognitive loyalty) (Keller, 1993). That is, brand loyalty is the customer's commitment to a brand or the tendency to remain loyal to a particular brand when purchasing the brand as their primary choice (Yoo and Donthu, 2001). As a final definition, brand loyalty is a measure of the affinity that customers feel about a brand that can show their identity (Bernarto et al., 2020).

Recently, brand loyalty has been the subject of consumer research in the context of entertainment & video games brands, a fashion & beauty brands (Torres et al., 2019), mobile phone brands (Misra et al., 2021; Özmen and Kocakuş, 2020), tablet PC brands (Zhang, Peng, Peng, Zhang, Ren and Chen, 2020), retail brands (Dam, 2020), and coffee shop brands (Bernarto et al., 2020; Önen, 2018; Song et al., 2019). It has been observed that consumers who have expectations from brands show loyalty to the brand by establishing positive emotional commitment and continuous relationship according to their age (Özmen and Kocakuş, 2020). On the other hand, influencers in digital environments such as traditional influencers can also encourage consumers to brand loyalty (Aydın, 2021). So much so that the attractiveness of digital influencers promoting brands in social media environments has a significant relationship with both consumers' attitudes towards the brand and their purchase intentions (Torres et al., 2019). Therefore, collaborating with influencers and developing influencer marketing strategies under their sponsorship should be considered important for promoting brand loyalty. Of course, the importance of brand awareness, brand love, brand image and brand trust should be taken into account when developing influencer marketing strategies to support brand loyalty.

### ***Brand Love***

Brand love, in the context of consumption in the marketing literature, is a person's liking for a particular brand, feeling intimacy to the brand and showing passionate emotional commitment to the brand (Ismail and Spinelli, 2012). The fact that consumers have a positive general attitude towards a particular brand, exhibit passionate behaviors with the brand, establish positive emotional bonds, maintain long-term relationships, integrate, trust the brand (see strong), and experience the expected separation distress is an indicator of their love for the brand (Batra, Ahuvia and Bagozzi, 2012). On the other hand, there is support in the literature that brand love is an important predictor of brand loyalty (Batra et al., 2012; Bıçakcıoğlu et al., 2018; Özmen and Kocakuş, 2020; Misra et al., 2021).

### ***Brand Trust***

Brand trust is the consumer's belief that a particular brand is honest, consistent, competent and responsible according to their expectations (Delgado-Ballester and Munuera-Alemán, 2005). In other words, brand trust is customers' belief that a particular brand purchased is reliable and will perform as promised (Zhang et al., 2020). As can be seen in these definitions, brand trust is a concept related to expectations and beliefs. Brand trust, which has a relationship with consumer expectations and beliefs, is an important antecedent that directly affects brand loyalty (Delgado-Ballester and Munuera-Alemán, 2005; Bernarto et al., 2020; Song et al., 2019) and brand love (Zhang et al., 2020). Moreover, there is empirical support that brand trust has an indirect effect on brand loyalty through the mediating role of brand love (Aydın, 2017).

### ***Brand Awareness***

Brand awareness, which is a sub-dimension of brand knowledge, is the ability of consumers to recognize and recall the brand under different conditions with the support of the brand trace in their memory (Keller, 1993). In other words, brand awareness is the consumer's ability to recognize and recall the first brand that comes to mind in a specific product category and to associate that brand with the product category (Yoo and Donthu, 2001). It is stated that when a consumer compares a particular brand with competing brands, brand awareness occurs in their mind (Önen, 2018). From a consumer point of view, brand awareness is an important antecedent that directly affects both brand loyalty (Bernarto et al., 2020) and brand love (Önen, 2018). In addition, brand awareness is an important antecedent with an indirect effect on brand loyalty through the mediating role of brand love (Aydın, 2017).

### ***Brand Image***

As a sub-dimension of brand knowledge, brand image is the associations that consumers form in their minds about the brand (Keller, 1993). Brand image is a set of perceptions that brand associations in consumers' memory reflect about a particular brand (Ismail and Spinelli, 2012). In the relevant literature, it is stated that consumers construct a brand image in their minds by obtaining impressions about the brand from various sources or by remembering all the associations in their minds (Koçyiğit, 2017). Brand image, as it consists of brand associations, provides an important opportunity for brands to differentiate their goods and services from other competing brands (Dam, 2020; Ismail and Spinelli, 2012). Thanks to such benefits, brand image is an important antecedent that has a direct effect on brand loyalty (Koçyiğit, 2017) and brand love (Dam, 2020; Ismail and Spinelli, 2012). In addition, brand image has a significant indirect effect on brand loyalty through the mediating role of brand love (Aydın, 2017).

### ***Influencer Attractiveness***

Attractiveness is one of the three core constructs of influencer credibility, along with expertise and trustworthiness (AlFarraj et al., 2021; Chekima, Chekima and Adis, 2020). Using influencer attractiveness can serve as an important reference for brands to communicate with their potential customers (Chekima et al., 2020). Influencer attractiveness is not only related to the physical characteristics of a particular influencer but also to the admiration, personality and athletic ability of that influencer (AlFarraj et al., 2021; Torres et al., 2019). The use of social media-based influencer marketing is important to build relationships between consumers and brands (Glucksman, 2017). Because there is a significant relationship between an influencer seen as an idol and consumers' behaviors towards brand loyalty (Grohmann, Battistella and Radons, 2013). By using a social media influencer' attractiveness for their social media brand campaigns, a brand can establish direct relationships with potential consumers, thereby promoting brand satisfaction, brand trust, brand loyalty and brand image (Glucksman, 2017; Wiedmann and von Mettenheim, 2020).

## **METHOD**

### ***Aim***

The aim of this current study is to examine whether brand trust, brand awareness, and brand image have an impact on brand loyalty, while also examining whether brand love has a mediating role and influencer attractiveness has a moderating role on these effects.

### ***Target Population and Sample***

The target population of the research is a specific group of people. They are people who follow an influencer who has promoted and advertised a particular brand and also has a mega-follower on social media. Convenience sampling method was used to reach a group of people from the target population. Because, thanks to the convenience sampling method, it is possible to collect data from the target population in the easiest, fastest and most economical way (Aaker, Kumar and Day, 2007).

### ***Limitations***

This study has some limitations. First of all, the study has a certain sample size. The data obtained are limited to the demographic characteristics of the respondents. Another limitation of the study is that the respondents were following the influencer promoting a particular brand X. Finally, unlike a longitudinal study, this study was conducted over a defined short-term period.

### ***Scales and Items***

The scales and items adapted from studies in the relevant literature for this study are as follows: First of all, the respondents answered the following scale items, considering the influencer that promotes and advertises the X brand and that they usually follow. Items of influencer attractiveness scale (Torres et al., 2019): *Item 1: I like this influencer that I usually follow. Item 2: I think this influencer, who I usually follow, is knowledgeable. Item 3: I am always aware of this influencer on the web that I usually follow. Item 4: This influencer I usually follow has a good reputation. Item 5: This influencer I usually follow is attention attractive.* However, when responding to specific scale items below, respondents usually thought of X brand promoted and advertised by the Influencer they follow. Items of brand loyalty scale (Delgado-Ballester and Munuera-Alemán, 2005): *Item 1: I consider myself to be loyal to X brand. Item 2: X brand would be my first choice. Item 3: If X brand is available in the store, I will not buy other brands. Item 4: Even if another brand is on sale, I prefer X brand. Item 5: If there wasn't X brand left in the store, I would go elsewhere to buy X brand.* Items of brand love scale (Ismail and Spinelli, 2012): *Item 1: X brand is a wonderful brand. Item 2: X brand makes me feel good. Item 3: X brand makes me very happy. Item 4: I love X brand. Item 5: X brand appeals to my delight.* Items of brand trust scale (Delgado-Ballester and Munuera-Alemán, 2005): *Item 1: X brand name is a brand name that meets my expectations. Item 2: I feel confidence in X brand name. Item 3: X brand name is a brand name that never disappoints me. Item 4: X brand name guarantees satisfaction.* Items of brand awareness scale (Yoo and Donthu, 2001): *Item 1; I can recognize X brand*

among other competing brands. Item 2: I am aware of X brand. Item 3: Some characteristics of X brand come to my mind quickly. Item 4: I can quickly recall the symbol or logo of X brand. Item 5: I can easily in imagining X brand in my mind. Items of brand image scale (Ismail and Spinelli, 2012): Item 1: X brand is fashionable and trendy. Item 2: X brand provides a reputation for quality. Item 3: X brand is elegant. Item 4: X brand is well-known and prestigious.

### **Data Collection Procedure**

One self-administered online questionnaire was used to collect data. Since data will be collected through a questionnaire, Van Yüzüncü Yıl University, Social and Human Sciences Publication Ethics Committee was applied for necessary permissions. The approval document numbered 2021/21-05 and dated 17.12.2021 has been received. After the receipt of the document, the online questionnaire link was shared with some people reached from within the target population via social media tools. The collected 318 questionnaires were evaluated. Since the sample size of 318 people is more than 280, it is at least 10 times more than 28 scale items (Hair, Black, Babin and Anderson, 2009, p. 329). Moreover, since the sample size is >15M (Stevens, 1996, p. 72) or >50+8M (Tabachnick and Fidell, 2007, p. 123), it meets the minimum sample size criteria (M= number of independent variables in the research model).

### **Hypotheses**

As a result of the literature review, the research hypotheses based on both theoretical foundations and previous empirical findings are as follows:

H<sub>1</sub>: Brand love will directly positively affect brand loyalty.

H<sub>2a</sub>: Brand trust will directly positively affect brand loyalty.

H<sub>2b</sub>: Brand trust will directly positively affect brand love.

H<sub>2c</sub>: Brand trust will indirectly positively affect brand loyalty through the mediating role of brand love.

H<sub>3a</sub>: Brand awareness will directly positively affect brand loyalty.

H<sub>3b</sub>: Brand awareness will directly positively affect brand love.

H<sub>3c</sub>: Brand awareness will indirectly positively affect brand loyalty through the mediating role of brand love.

H<sub>4a</sub>: Brand image will directly positively affect brand loyalty.

H<sub>4b</sub>: Brand image will directly positively affect brand love.

H<sub>4c</sub>: Brand image will indirectly positively affect brand loyalty through the mediating role of brand love.

H<sub>5a</sub>: Influencer attractiveness will have a moderating role in the effect of brand love on brand loyalty.

H<sub>5b</sub>: Influencer attractiveness will have a moderating role in the effect of brand trust on brand loyalty.

H<sub>5c</sub>: Influencer attractiveness will have a moderating role in the effect of brand awareness on brand loyalty.

H<sub>5d</sub>: Influencer attractiveness will have a moderating role in the effect of brand image on brand loyalty.

## DATA ANALYSIS AND RESULTS

Frequency analysis was used for the demographic characteristics of the participants. Table 1 shows the results for the demographic characteristics of the participants.

**Table 1.** Participants' Demographic Characteristics

| Characteristics | Group             | f          | %          |
|-----------------|-------------------|------------|------------|
| Gender          | Female            | 194        | 61.0       |
|                 | Male              | 124        | 39.0       |
|                 | <b>Total</b>      | <b>318</b> | <b>100</b> |
| Age             | 10-25             | 193        | 60.7       |
|                 | 26-41             | 119        | 37.5       |
|                 | > 41              | 6          | 1.8        |
|                 | <b>Total</b>      | <b>318</b> | <b>100</b> |
| Education       | Primary education | 2          | .6         |
|                 | High school       | 58         | 18.2       |
|                 | Bachelor's degree | 203        | 63.8       |
|                 | Postgraduate      | 55         | 17.3       |
|                 | <b>Total</b>      | <b>318</b> | <b>100</b> |

Among all participants (n=318; 100%), female (n=194; 61.0%), 10-25 years old (n=193; 60.7%) and bachelor's degree graduates (n=203; 63.8%) are more numerous.

While factor analysis was used to evaluate the validity of the scales, reliability analysis was used to evaluate their reliability. Factor and reliability analysis results are shown in Table 2.

**Table 2.** Results Regarding Factor and Reliability Analysis

| Factors                                 | Items | Loadings | % of Variance | Reliability                                      |
|---|-------|----------|---------------|--|
| Brand awareness                         | BA 5  | .985     | 44.881        | .920   |
|   | BA 4  | .908     |               |  |
|   | BA 3  | .823     |               |  |
|   | BA 2  | .803     |               |  |
|   | BA 1  | .701     |               |  |
| Brand loyalty                           | BL 3  | .995     | 13.614        | .940   |
|   | BL 4  | .975     |               |  |
|   | BL 5  | .963     |               |  |
|   | BL 2  | .723     |               |  |
|   | BL 1  | .662     |               |  |
| Brand trust                             | BT 1  | .939     | 9.210         | .926   |
|   | BT 2  | .936     |               |  |
|   | BT 4  | .926     |               |  |
|   | BT 3  | .782     |               |  |
| Brand love                              | BL 3  | .915     | 4.839         | .937   |
|   | BL 4  | .886     |               |  |
|   | BL 5  | .865     |               |  |
|   | BL 1  | .812     |               |  |
| Brand image                             | BL 2  | .626     | 3.947         | .896   |
|   | BI 2  | .768     |               |  |
|   | BI 1  | .719     |               |  |
|   | BI 4  | .542     |               |  |
| Influencer attractiveness               | BI 3  | .527     | 2.421         | .705   |
|   | IA 3  | .896     |               |  |
|   | IA 4  | .609     |               |  |
|   | IA 5  | .561     |               |  |
| <b>% of Total Variance</b>              |       |          | 78.912        |  |
| <b>KMO Measure of Sampling Adequacy</b> |       |          |               | .935   |
| <b>Bartlett's Test of Sphericity</b>    |       |          |               | <b>Approx. Chi-Square=7402.637 df=325 p=.000</b> |

*Note: Attractiveness 1 and attractiveness 2 items were excluded from the analysis because they reduced reliability.*



Since the KMO value (.935) is greater than .50 and the p value (.000) is less than .05, the obtained data set can be applied to factor analysis (Field, 2000). As seen as a result of factor analysis, the load of each factor expression is greater than .50 and the total variance explained is more than 60% (Hair et al., 2009). In addition, as the result of the reliability analysis, all factor dimensions are reliable since the cronbach's alpha value of each factor dimension is greater than .70 (Nunnally, 1978).

A simple linear regression analysis was used to test the direct effect of an independent variable on the dependent variable. The hypothesis results for the direct effects are shown in Table 3.

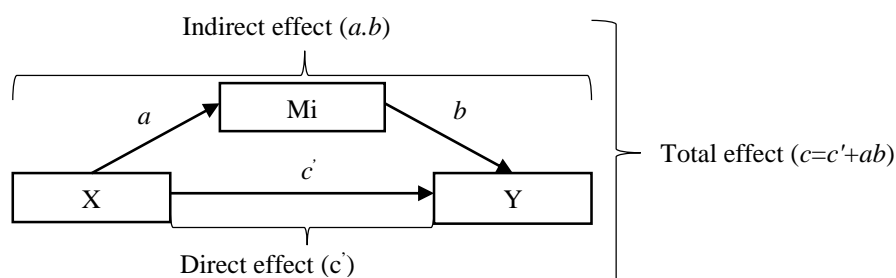
**Table 3.** Hypothesis Results Regarding Direct Effects

| Independent Variable | Dependent Variable | H               | R <sup>2</sup> | F       | β    | t      | p    | Result   |
|----------------------|--------------------|-----------------|----------------|---------|------|--------|------|----------|
| Brand love           | Brand loyalty      | H <sub>1</sub>  | .420           | 228.538 | .648 | 15.117 | .000 | Accepted |
| Brand trust          | Brand loyalty      | H <sub>2a</sub> | .201           | 79.505  | .448 | 8.917  | .000 | Accepted |
|                      | Brand love         | H <sub>2b</sub> | .188           | 73.192  | .434 | 8.555  | .000 | Accepted |
| Brand awareness      | Brand loyalty      | H <sub>3a</sub> | .179           | 68.921  | .423 | 8.302  | .000 | Accepted |
|                      | Brand love         | H <sub>3b</sub> | .391           | 203.123 | .626 | 14.252 | .000 | Accepted |
| Brand image          | Brand loyalty      | H <sub>4a</sub> | .125           | 45.091  | .353 | 6.715  | .000 | Accepted |
|                      | Brand love         | H <sub>4b</sub> | .514           | 334.763 | .717 | 18.297 | .000 | Accepted |

The direct positive effect of brand love ( $\beta=.648$ ;  $p=.000$ ), brand trust ( $\beta=.448$ ;  $p=.000$ ), brand awareness ( $\beta=.423$ ;  $p=.000$ ), and brand image ( $\beta=.353$ ;  $p=.000$ ) on brand loyalty is significant. Moreover, the direct positive effect of brand trust ( $\beta=.434$ ;  $p=.000$ ), brand awareness ( $\beta=.626$ ;  $p=.000$ ), and brand image ( $\beta=.717$ ;  $p=.000$ ) on brand love is significant.

By using the Process macro, it is possible to perform path analysis for mediation, moderating roles, and conditional processes (Hayes, 2013). The results of the path analyzes (or hypothesis) made with the process macro regarding mediation, moderation, and conditional processes are shown in the following pages.

The hypothesis results for mediating roles (indirect effects) are shown in Table 4. First of all, it should be noted that; when the confidence intervals are examined as a result of the analysis, if there is no "0" value between BootLLCI and BootULCI, the estimated paths are considered significant (Hayes, 2018). However, unlike the traditional approach (Baron and Kenny, 1986), according to the modern approach (Hayes, 2018); If the indirect effect (a.b) of X is significant as a result of the bootstrap test for mediating roles (or indirect effects), the mediation model (Figure 1) is considered validated without the need for any other test (Gürbüz and Bayık, 2018: p. 41).



**Figure 1.** Mediation Model

**Table 4.** Hypothesis Results Regarding Mediating Roles (or Indirect Effects)

| <b>Independent Variable</b> | <b>Mediating Variable</b> | <b>Dependent Variable</b> | <b>Model Summary</b> |               |                 | <b>R<sup>2</sup></b> |               |             |
|-----------------------------|---------------------------|---------------------------|----------------------|---------------|-----------------|----------------------|---------------|-------------|
| Brand trust (X)             | Brand love (Mi)           | Brand loyalty (Y)         |                      |               |                 | .4542                |               |             |
|                             |                           |                           |                      |               |                 | F = 131.0726         |               |             |
|                             |                           |                           |                      |               |                 | P= .0000             |               |             |
|                             |                           |                           | <b>Effect</b>        | <b>se</b>     | <b>t</b>        | <b>p</b>             | <b>LLCI</b>   | <b>ULCI</b> |
|                             |                           |                           | .4840                | .0543         | 8.9166          | .0000                | .3772         | .5908       |
|                             |                           |                           | .2226                | .0499         | 4.4635          | .0000                | .1245         | .3207       |
|                             |                           |                           |                      |               |                 |                      |               |             |
|                             |                           | <b>H</b>                  | <b>Effect</b>        | <b>BootSE</b> | <b>BootLLCI</b> | <b>BootULCI</b>      | <b>Result</b> |             |
|                             |                           | H <sub>2c</sub>           | .2614                | .0381         | .1913           | .3413                | Accepted      |             |
| <b>Independent Variable</b> | <b>Mediating Variable</b> | <b>Dependent Variable</b> | <b>Model Summary</b> |               |                 | <b>R<sup>2</sup></b> |               |             |
| Brand awareness (X)         | Brand love (Mi)           | Brand loyalty (Y)         |                      |               |                 | .4202                |               |             |
|                             |                           |                           |                      |               |                 | F = 114.1539         |               |             |
|                             |                           |                           |                      |               |                 | P= .0000             |               |             |
|                             |                           |                           | <b>Effect</b>        | <b>se</b>     | <b>t</b>        | <b>p</b>             | <b>LLCI</b>   | <b>ULCI</b> |
|                             |                           |                           | .3931                | .0474         | 8.3019          | .0000                | .3000         | .4863       |
|                             |                           |                           | .0273                | .0511         | .5351           | .5930                | -.0732        | .1278       |
|                             |                           |                           |                      |               |                 |                      |               |             |
|                             |                           | <b>H</b>                  | <b>Effect</b>        | <b>BootSE</b> | <b>BootLLCI</b> | <b>BootULCI</b>      | <b>Result</b> |             |
|                             |                           | H <sub>3c</sub>           | .3658                | .0456         | .2808           | .4593                | Accepted      |             |
| <b>Independent Variable</b> | <b>Mediating Variable</b> | <b>Dependent Variable</b> | <b>Model Summary</b> |               |                 | <b>R<sup>2</sup></b> |               |             |
| Brand image (X)             | Brand love (Mi)           | Brand loyalty (Y)         |                      |               |                 | .4452                |               |             |
|                             |                           |                           |                      |               |                 | F = 126.3806         |               |             |
|                             |                           |                           |                      |               |                 | P= .0000             |               |             |
|                             |                           |                           | <b>Effect</b>        | <b>se</b>     | <b>t</b>        | <b>p</b>             | <b>LLCI</b>   | <b>ULCI</b> |
|                             |                           |                           | .4054                | .0604         | 6.7150          | .0000                | .2866         | .5242       |
|                             |                           |                           | -.2629               | .0691         | -3.8048         | .0002                | -.3989        | -.1270      |
|                             |                           |                           |                      |               |                 |                      |               |             |
|                             |                           | <b>H</b>                  | <b>Effect</b>        | <b>BootSE</b> | <b>BootLLCI</b> | <b>BootULCI</b>      | <b>Result</b> |             |
|                             |                           | H <sub>4c</sub>           | .6683                | .0595         | .5554           | .7905                | Accepted      |             |

Brand love has a significant mediating role for the indirect effect of brand trust (Effect=.2614; BootLLCI=.1913 and BootULCI=.3413), brand awareness (Effect=.3658; BootLLCI=.2808 and BootULCI=.4593), and brand image (Effect=.6683; BootLLCI=.5554 and BootULCI=.7905) on brand loyalty.

The hypothesis results for moderating roles are shown in Table 5.

**Table 5.** Hypothesis Results Regarding Moderating Roles

| <b>Model Summary</b>                   |                 | <b>R</b>     | <b>R-sq</b> | <b>MSE</b> | <b>F</b> | <b>df1</b>  | <b>df2</b>  | <b>p</b>      |
|--|-----------------|--------------|-------------|------------|----------|-------------|-------------|---------------|
|  |                 | .6900        | .4761       | .6405      | 95.1330  | 3.0000      | 314.0000    | .0000         |
| <b>Outcome Variable</b>                |                 | <b>coeff</b> | <b>se</b>   | <b>t</b>   | <b>p</b> | <b>LLCI</b> | <b>ULCI</b> |               |
| Brand loyalty                          |                 |              |             |            |          |             |             |               |
| Constant                               | <b>H</b>        | 1.7339       | .4882       | 3.5518     | .0004    | .7734       | 2.6945      | <b>Result</b> |
| Brand love                             |                 | -.2007       | .1713       | -1.1717    | .2422    | -.5377      | .1363       |               |
| Influencer attractiveness              |                 | -.3860       | .1338       | -2.8857    | .0042    | -.6492      | -.1228      |               |
| Influencer attractiveness x Brand love | H <sub>5a</sub> | .2081        | .0438       | 4.7554     | .0000    | .1220       | .2942       | Accepted      |

---

| <b>Model Summary</b>                    |                 | <b>R</b>     | <b>R-sq</b> | <b>MSE</b> | <b>F</b> | <b>df1</b>  | <b>df2</b>  | <b>p</b>      |
|---|-----------------|--------------|-------------|------------|----------|-------------|-------------|---------------|
|   |                 | .4836        | .2339       | .9367      | 31,9513  | 3,0000      | 314,0000    | .0000         |
| <b>Outcome Variable</b>                 |                 | <b>coeff</b> | <b>se</b>   | <b>t</b>   | <b>p</b> | <b>LLCI</b> | <b>ULCI</b> |               |
| Brand loyalty                           |                 |              |             |            |          |             |             |               |
| Constant                                | <b>H</b>        | 1.3757       | .6874       | 2.0011     | .0462    | .0231       | 2.7283      | <b>Result</b> |
| Brand trust                             |                 | -.1086       | .2308       | -.4704     | .6384    | -.5627      | .3456       |               |
| Influencer attractiveness               |                 | -.1543       | .1915       | -.8058     | .4210    | -.5312      | .2225       |               |
| Influencer attractiveness x Brand trust | H <sub>5b</sub> | .1264        | .0580       | 2.1799     | .0300    | .0123       | .2405       | Accepted      |

---

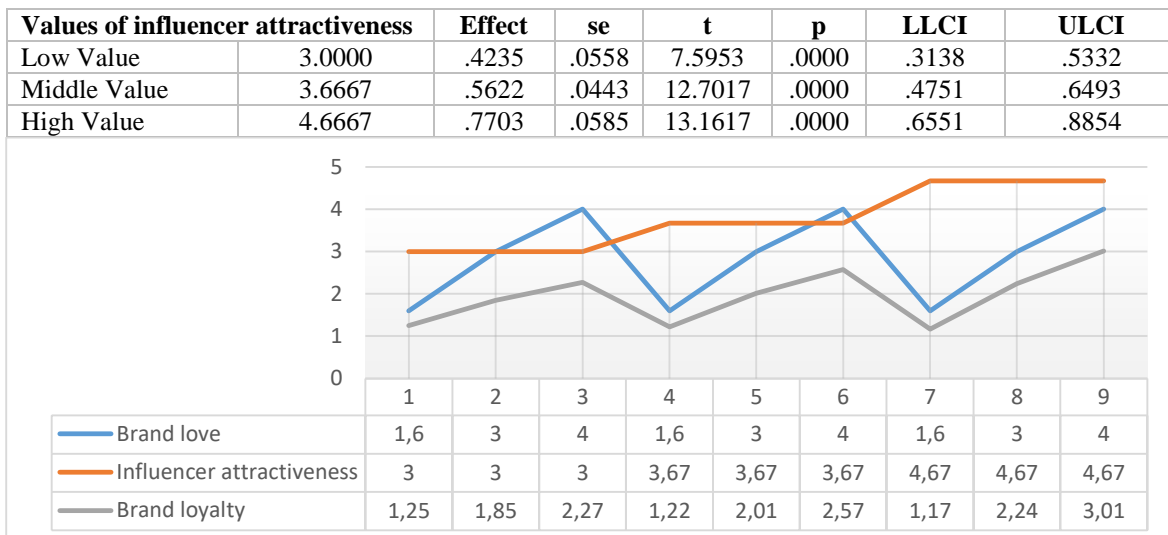
| <b>Model Summary</b>                        |                 | <b>R</b>     | <b>R-sq</b> | <b>MSE</b> | <b>F</b> | <b>df1</b>  | <b>df2</b>  | <b>p</b>      |
|---|-----------------|--------------|-------------|------------|----------|-------------|-------------|---------------|
|   |                 | .5350        | .2862       | .8728      | 41,9641  | 3,0000      | 314,0000    | .0000         |
| <b>Outcome Variable</b>                     |                 | <b>coeff</b> | <b>se</b>   | <b>t</b>   | <b>p</b> | <b>LLCI</b> | <b>ULCI</b> |               |
| Brand loyalty                               |                 |              |             |            |          |             |             |               |
| Constant                                    | <b>H</b>        | 1.9391       | .6123       | 3.1670     | .0017    | .7344       | 3.1439      | <b>Result</b> |
| Brand awareness                             |                 | -.4116       | .1855       | -2.2185    | .0272    | -.7766      | -.0466      |               |
| Influencer attractiveness                   |                 | -.2692       | .1661       | -1.6207    | .1061    | -.5960      | .0576       |               |
| Influencer attractiveness x Brand awareness | H <sub>5c</sub> | .1950        | .0480       | 4.0620     | .0001    | .1006       | .2895       | Accepted      |

---

| <b>Model Summary</b>                    |                 | <b>R</b>     | <b>R-sq</b> | <b>MSE</b> | <b>F</b> | <b>df1</b>  | <b>df2</b>  | <b>p</b>      |
|---|-----------------|--------------|-------------|------------|----------|-------------|-------------|---------------|
|   |                 | .4520        | .2043       | .9729      | 26.8729  | 3.0000      | 314.0000    | .0000         |
| <b>Outcome Variable</b>                 |                 | <b>coeff</b> | <b>se</b>   | <b>t</b>   | <b>p</b> | <b>LLCI</b> | <b>ULCI</b> |               |
| Brand loyalty                           |                 |              |             |            |          |             |             |               |
| Constant                                | <b>H</b>        | 1.5761       | .8110       | 1.9433     | .0529    | -.0196      | 3.1718      | <b>Result</b> |
| Brand image                             |                 | -.2617       | .2281       | -1.1472    | .2522    | -.7105      | .1871       |               |
| Influencer attractiveness               |                 | -.1715       | .2269       | -.7559     | .4503    | -.6179      | .2749       |               |
| Influencer attractiveness x Brand image | H <sub>5d</sub> | .1476        | .0603       | 2.4476     | .0149    | .0289       | .2662       | Accepted      |

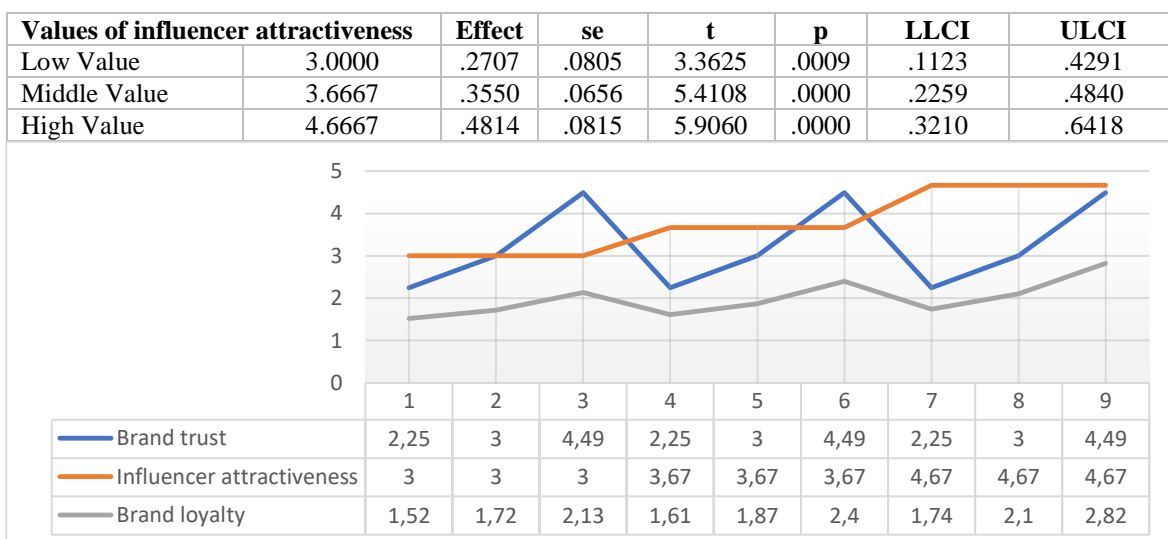
Influencer attractiveness has a significant moderating role in the direct effect of brand love (coeff=.2081; p=.0000; BootLLCI=.1220 and BootULCI=.2942), brand trust (coeff=.1264; p=.0300; BootLLCI=.0123 and BootULCI=.2405), brand awareness (coeff=.1950; p=.0001; BootLLCI=.1006 and BootULCI=.2895), and brand image (coeff=.1476; p=.0149; BootLLCI=.0289 and BootULCI=.2662) on brand loyalty.

In the following pages, path analysis results for conditional processes are shown in Charts 1, 2 and 3.



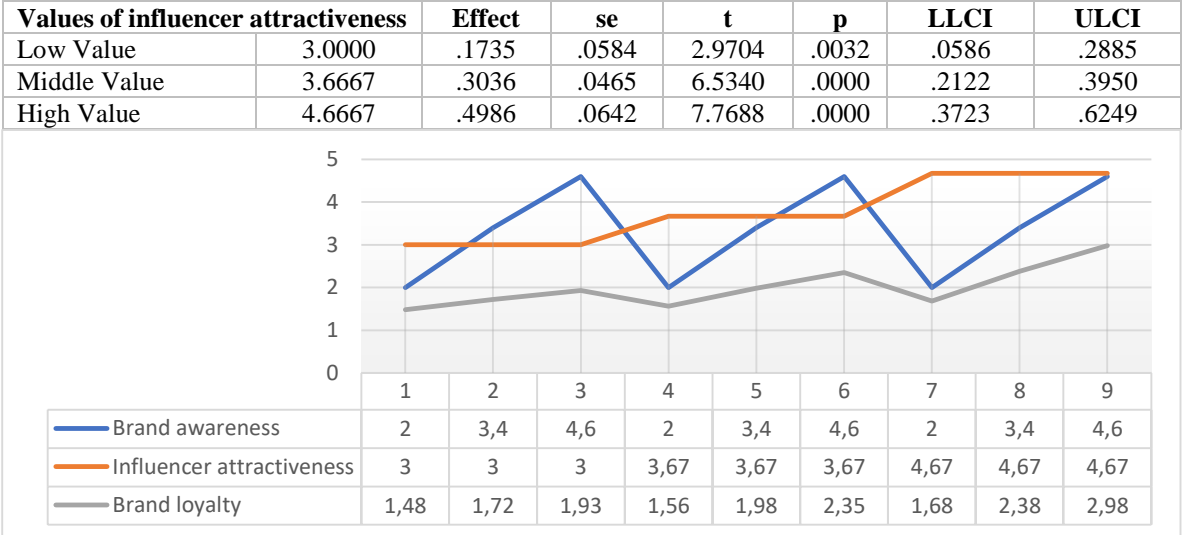
**Chart 1.** Conditional Effects of the Brand Love on Brand Loyalty at Low, Middle and High Values of Influencer Attractiveness

According to low, middle and high value of influencer attractiveness (orange line), the low value of both brand love (blue line) and brand loyalty (grey line) seems to increase over time. At the low value (3) of influencer attractiveness, the value of brand love increased from 1.6 to 4, while the value of brand loyalty increased from 1.25 to 2.27. At the middle value (3.67) of influencer attractiveness, the value of brand love increased from 1.6 to 4, while the value of brand loyalty increased from 1.22 to 2.57. At the high value (4.67) of influencer attractiveness, the value of brand love increased from 1.6 to 4, while the value of brand loyalty increased from 1.17 to 3.01. As a result, brand love have significant conditional effects on brand loyalty at significant low value (Effect=.4235;  $p=.0000$ ; LLCI=.3138 and ULCI=.5332), middle value (Effect=.5622;  $p=.0000$ ; LLCI=.4751 and ULCI=.6493) and high value (Effect=.7703;  $p=.0000$ ; LLCI=.6551 and ULCI=.8854) of influencer attractiveness.



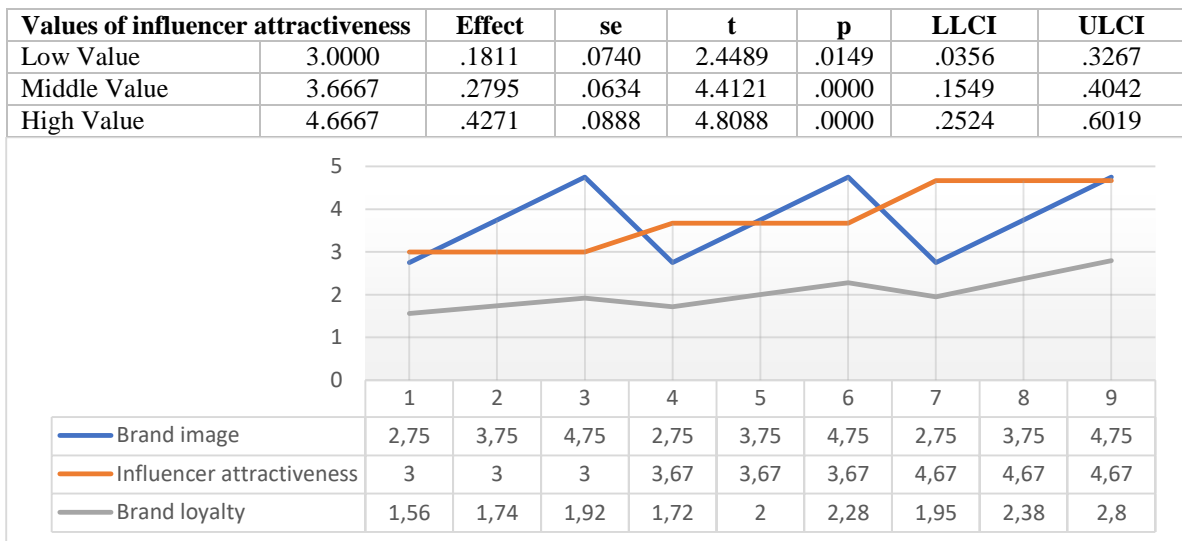
**Chart 2.** Conditional Effects of the Brand Trust on Brand Loyalty at Low, Middle and High Values of Influencer Attractiveness

According to low, middle and high value of influencer attractiveness (orange line), the low value of both brand trust (blue line) and brand loyalty (grey line) seems to increase over time. At the low value (3) of influencer attractiveness, the value of brand trust increased from 2.25 to 4.49, while the value of brand loyalty increased from 1.52 to 2.13. At the middle value (3.67) of influencer attractiveness, the value of brand trust increased from 2.25 to 4.49, while the value of brand loyalty increased from 1.61 to 2.4. At the high value (4.67) of influencer attractiveness, the value of brand trust increased from 2.25 to 4.49, while the value of brand loyalty increased from 1.74 to 2.82. As a result, brand trust has significant conditional effects on brand loyalty at significant low value (Effect=.2707;  $p=.0009$ ; LLCI=.1123 and ULCI=.4291), middle value (Effect=.3550;  $p=.0000$ ; LLCI=.2259 and ULCI=.4840) and high value (Effect=.4814;  $p=.0000$ ; LLCI=.3210 and ULCI=.6418) of influencer attractiveness.



**Chart 3.** Conditional Effects of the Brand Awareness on Brand Loyalty at Low, Middle and High Values of Influencer Attractiveness

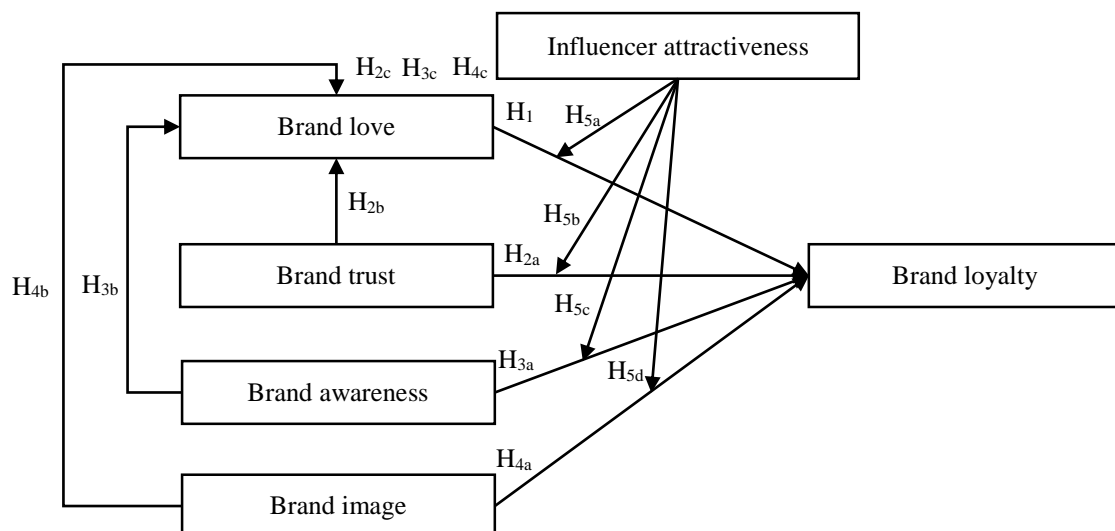
According to low, middle and high value of influencer attractiveness (orange line), the low value of both brand awareness (blue line) and brand loyalty (grey line) seems to increase over time. At the low value (3) of influencer attractiveness, the value of brand awareness increased from 2 to 4.6, while the value of brand loyalty increased from 1.48 to 1.93. At the middle value (3.67) of influencer attractiveness, the value of brand awareness increased from 2 to 4.6, while the value of brand loyalty increased from 1.56 to 2.35. At the high value (4.67) of influencer attractiveness, the value of brand awareness increased from 2 to 4.6, while the value of brand loyalty increased from 1.68 to 2.98. As a result, brand awareness has significant conditional effects on brand loyalty at significant low value (Effect=.1735;  $p=.0032$ ; LLCI=.0586 and ULCI=.2885), middle value (Effect=.3036;  $p=.0000$ ; LLCI=.2122 and ULCI=.3950) and high value (Effect=.4986;  $p=.0000$ ; LLCI=.3723 and ULCI=.6249) of influencer attractiveness.



**Chart 4.** Conditional Effects of the Brand Image on Brand Loyalty at Low, Middle and High Values of Influencer Attractiveness

According to low, middle and high value of influencer attractiveness (orange line), the low value of both brand image (blue line) and brand loyalty (grey line) seems to increase over time. At the low value (3) of influencer attractiveness, the value of brand image increased from 2.75 to 4.75, while the value of brand loyalty increased from 1.56 to 1.92. At the middle value (3.67) of influencer attractiveness, the value of brand image increased from 2.75 to 4.75, while the value of brand loyalty increased from 1.72 to 2.28. At the high value (4.67) of influencer attractiveness, the value of brand image increased from 2.75 to 4.75, while the value of brand loyalty increased from 1.95 to 2.8. As a result, brand attractiveness has significant conditional effects on brand loyalty at significant low value (Effect=.1811; p=.0149; LLCI=.0356 and ULCI=.3267), middle value (Effect=.2795; p=.0000; LLCI=.1549 and ULCI=.4042) and high value (Effect=.4271; p=.0000; LLCI=.2524 and ULCI=.6019) of influencer attractiveness.

Finally, the research model is shown in Figure 2 in line with the results obtained.



**Figure 2.** Model of the Research

## **DISCUSSION AND CONCLUSION**

In this current study, it was found that brand trust, brand awareness, and brand image have both a significant direct effect on brand loyalty and a significant indirect effect on brand loyalty through the mediating role of brand love. At the same time, it is seen that the effect of brand trust, brand awareness and brand image on brand love is important, while the effect of brand love on brand loyalty is seen as significant. These results of the study support the results of some studies in the current literature (e.g. see; Aydın, 2017). However, contrary to the results of this study, there is also empirical evidence supporting that the effect of brand image on brand loyalty is not significant (Bernarto et al., 2020). It seems possible to explain this difference between the results of the research with the demographic characteristics of the participants and the characteristics of the brand or brands that are the subject of the research.

The research gap seen as a result of the literature review examined was filled by examining whether influencer attractiveness has a moderator role in the effect of brand image, brand love, brand awareness and brand trust on brand loyalty in this study. In this study, it has been seen that the interaction of brand love, brand trust, brand awareness and brand image with influencer attractiveness has a significant positive effect on brand loyalty. In other words, the synergy of the interaction of influencer attraction with brand trust, brand awareness, brand love and brand image is an important condition in building brand loyalty. As a matter of fact, it has been determined that there is a positive increase in the significant conditional effects of brand trust, brand awareness, brand love and brand image on brand loyalty, depending on the low, middle and high values of influencer attractiveness. As a result, influencer attractiveness from a consumer perspective is a remarkable measure of brand loyalty.

## **IMPLICATIONS**

At the end of the study, it was concluded that brand promotion and advertising in the context of influencer marketing is basically a strategic approach to promote, build or increase brand loyalty. At this point, building strong brand loyalty as a result of influencer marketing activities means having a strong competitive advantage. Strong brand loyalty should be expected to provide a competitive advantage in adding value to the brand's products and services, perceived brand quality, perceived brand leadership, premium pricing, customer satisfaction, not losing existing customers, and generating financial income.

Influencer marketing activities from the consumer perspective are important in building brand loyalty. However, it should be noted that the customer's loyalty to the brand is not absolute. Brand loyalty can be related to the competition (more appropriate marketing strategies) of competing brands in the market from the consumer point of view. Indeed, collaborating with the right and appropriate influencers for brand promotion and advertisement is an important criterion for communicating with the right potential customers in the target audience. Because only when you collaborate with the right

and appropriate people it can be expected that it will be less costly and easier to deliver a consistent brand message to the right people, interact with them, build and maintain relationships, and ultimately build and maintain brand loyalty.

### **FUTURE RESEARCH DIRECTIONS**

It does not seem possible to evaluate the results of the research on the whole target population in terms of both the sample size of the research and the demographic characteristics of the respondents. For this, more research is needed in the future in terms of different sample sizes and demographic characteristics within the framework of the subject of this study. Also, this study was done in a limited time, but the future studies may be done over a longer period of time. Thus, a longer-term (or longitudinal) study can provide more in-depth outputs and insights. Finally, brand experience and influencer expertise, which were not evaluated in this study, can be considered as additional variables in future studies.



## REFERENCES

- Aaker, D. A. (1991). *Managing brand equity: Capitalizing on the value of a brand name*. Free Press, New York.
- Aaker, D.A., Kumar, V., & Day, G.S., (2007). *Marketing research*. 9. Edition: John Wiley & Sons, Danvers.
- AlFarraj, O., Alalwan, A.A., Obeidat, Z.M., Baabdullah, A., Aldmour, R., & Al-Haddad, S. (2021). Examining the impact of influencers' credibility dimensions: Attractiveness, trustworthiness and expertise on the purchase intention in the aesthetic dermatology industry. *Review of International Business and Strategy*, 31(3), 355-374.
- Aydın, H. (2017). Marka güveni, farkındalığı ve benlik imaj uyumunun marka bağlılığına etkisinde marka aşkının aracılık rolü. *Ege Academic Review*, 17(2), 281-294.
- Aydın, İ. (2021). Sosyal medyada nüfuz pazarlaması, Ed., Mermer Üzümlü, A. In *Dijital Çağda Pazarlama İletişimi* (139-159). Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık Eğitim Danışmanlık Tic. Ltd. Şti.
- Baron, M., & Kenny, D. A. (1986). The moderator-mediator variable distinction in social psychological research: Conceptual, strategic and statistical considerations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51(6), 1173-1182.
- Batra, R., Ahuvia, A., & Bagozzi, R. P. (2012). Brand love. *Journal of Marketing*, 76(2), 1-16.
- Bernarto, I., Berlianto, M. P., Meilani, Y. F., Masman, R. R., & Suryawan, I. N. (2020). The influence of brand awareness, brand image, and brand trust on brand loyalty. *Jurnal Manajemen*, 24(3), 412-426.
- Bıçakcıoğlu, N., İpek, İ., & Bayraktaroğlu, G. (2018). Antecedents and outcomes of brand love: The mediating role of brand loyalty. *Journal of Marketing Communications*, 24(8), 863-877.
- Chekima, B., Chekima, F. Z., & Adis, A. A. A. (2020). Social media influencer in advertising: The role of attractiveness, expertise and trustworthiness. *Journal of Economics and Business*, 3(4), 1507-1515.
- Dam, T. C. (2020). The effect of brand image, brand love on brand commitment and positive word-of-mouth. *The Journal of Asian Finance, Economics, and Business*, 7(11), 449-457.
- Delgado-Ballester, E., & Munuera-Alemán, J. L. (2005). Does brand trust matter to brand equity?. *Journal of Product & Brand Management*, 14(3), 187-196.
- Field, A. (2000). *Discovering statistics using SPSS for windows*. London-Thousand Oaks-New Delhi: Sage Publications.

- Glucksman, M. (2017). The rise of social media influencer marketing on lifestyle branding: A case study of Lucie Fink. *Elon Journal of Undergraduate Research in Communications*, 8(2), 77-87.
- Grohmann, M. Z., Battistella, L. F., & Radons, D. L. (2013). Sports celebrities influencing the consumption of young people in the Brazilian context. *African Journal of Business Management*, 7(24), 2352-2361.
- Gürbüz, S., & Bayık, M. E. (2018). Aracılık modellerinin analizinde modern yaklaşım: Baron ve Kenny yöntemi artık terk edilmeli mi?. 6. *Örgütsel Davranış Kongresi, Bildiriler Kitabı içinde*, 30-45.
- Hair, J. F., Jr., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2009). *Multivariate data analysis* (7th ed.). Upper Saddle River, NJ: Pearson Prentice Hall.
- Hayes, A. F. (2013). *Introduction to mediation, moderation, and conditional process analysis: A regression-based approach*. New York, London: The Guilford Press.
- Hayes, A. F. (2018). *Introduction to mediation, moderation, and conditional process analysis: A regression-based approach* (Second Edition). New York, London: The Guilford Press.
- Ismail, A. R., & Spinelli, G. (2012). Effects of brand love, personality and image on word of mouth: The case of fashion brands among young consumers. *Journal of Fashion Marketing and Management*, 16(4), 386-398.
- Keller, K. L. (1993). Conceptualizing, measuring, and managing customer-based brand equity. *Journal of Marketing*, 57(1), 1-22.
- Koçyiğit, M. (2017). Halkla ilişkiler algısının marka imajı ve marka bağlılığı üzerindeki etkisi. *Selçuk İletişim*, 10(1), 85-97.
- Misra, I., Sadikin, A., & Achmad, A. (2021). The influencing factors of brand loyalty and brand love. *International Journal of Business, Technology and Organizational Behavior (IJBTOB)*, 1(3), 202-213.
- Nunnally, J. C. (1978). *Psychometric theory*. New York: McGraw-Hill. PewInternet.
- Önen, V. (2018). Marka değerinin marka aşkına etkisinin incelenmesi: Starbucks cafe örneği. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi (ASEAD)*, 5(1), 49-63.
- Özmen, A., & Kocakuş, Z. G. (2020). Kuşaklar bağlamında marka aşkının marka sadakatine etkisi: Afyonkarahisar'da bir araştırma. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 12(4), 4323-4339.
- Song, H., Wang, J., & Han, H. (2019). Effect of image, satisfaction, trust, love, and respect on loyalty formation for name-brand coffee shops. *International Journal of Hospitality Management*, 79, 50-59.


- Stevens, J. (1996). *Applied multivariate statistics for the social sciences* (3rd ed.). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.
- Tabachnick, B. G., & Fidell, L. S. (2007). *Using multivariate statistics* (5th edition). Pearson Education: Boston.
- Torres, P., Augusto, M., & Matos, M. (2019). Antecedents and outcomes of digital influencer endorsement: An exploratory study. *Psychology & Marketing*, 36(12), 1267-1276.
- Wiedmann, K. P., & von Mettenheim, W. (2020). Attractiveness, trustworthiness and expertise—social influencers' winning formula?. *Journal of Product & Brand Management*, 30(5), 707-725.
- Yoo, B., & Donthu, N. (2001). Developing and validating a multidimensional consumer-based brand equity scale. *Journal of Business Research*, 52, 1-14.
- Zhang, S., Peng, M. Y. P., Peng, Y., Zhang, Y., Ren, G., & Chen, C. C. (2020). Expressive brand relationship, brand love, and brand loyalty for tablet Pcs: Building a sustainable brand. *Frontiers in Psychology*, 11, 231.

Geliş Tarihi:  
30.12.2021  
Kabul Tarihi:  
31.05.2022  
Yayımlanma Tarihi:  
15.06.2022

Kaynakça Gösterimi: Özcan, S., & Şakı Aydın, O. (2022). Netflix içeriklerinin oryantalist ve self oryantalist bağlamda alımlanması üzerine bir araştırma: “Hakan: Muhafız” dizisi örneği. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 21(43), 168-195. doi: 10.46928/iticusbe.1049395

## NETFLİX İÇERİKLERİNİN ORYANTALİST VE SELF ORYANTALİST BAĞLAMDA ALIMLANMASI ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA: “HAKAN: MUHAFAZ” DİZİSİ ÖRNEĞİ<sup>1</sup>

*Araştırma*

Süleyman Özcan 

Sorumlu Yazar (Correspondence)

[suleymanozcan@hotmail.com](mailto:suleymanozcan@hotmail.com)

Oya Şakı Aydın  

İstanbul Ticaret Üniversitesi

[osaydin@ticaret.edu.tr](mailto:osaydin@ticaret.edu.tr)

Süleyman Özcan, İstanbul Ticaret Üniversitesi İletişim Bilimi ve İnternet Enstitüsü, Medya ve İletişim Sistemleri Doktora Programı öğrencisidir.

Oya Şakı Aydın, İstanbul Ticaret Üniversitesi İletişim Fakültesi Medya ve İletişim bölümü öğretim üyesidir. İzleyici araştırmaları, iletişim sosyolojisi, medya okuryazarlığı ve popüler kültür üzerine dersler vermekte ve akademik çalışmalar yapmaktadır. “Medyayı Okumak: İletişim, Kültür, Edebiyat Üzerine Notlar”, “Arenadan Ekran, Şöhret Kültürü” başlıklarını taşıyan iki adet kitabı bulunmaktadır.

---

<sup>1</sup> Bu çalışma, Prof. Dr. Oya Şakı Aydın danışmanlığında yürütülen “Netflix’in Kültürel Yeniden Üretimin Bir Aracı Olarak Kullanılması “Hakan: Muhafız” Dizisi Üzerinden Bir İnceleme” konulu doktora tezinden üretilmiştir.

# NETFLİX İÇERİKLERİNİN ORYANTALİST VE SELF ORYANTALİST BAĞLAMDA ALIMLANMASI ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA: “HAKAN: MUHAFİZ” DİZİSİ ÖRNEĞİ

Süleyman Özcan  
[suleymanozcan@hotmail.com](mailto:suleymanozcan@hotmail.com)  
Oya Şakı Aydın  
[osaydin@ticaret.edu.tr](mailto:osaydin@ticaret.edu.tr)

## Özet

Kültürel alanda Batı ve Doğu ikiliği içeriklerin üretilmesi, dağıtılması ve de tüketilmesi noktasında oldukça belirleyici olmaktadır. Başta Amerika olmak üzere Batı menşeli şirketler ortaya koydukları ürünlerle görsel alanda sinema, televizyon gibi mecralarda boy göstermiş, zaman içerisinde teknolojinin gelişmesi ve yöndeşmesiyle birlikte internet yani çevrimiçi yayıncılık ile karşımıza çıkmışlardır.

**Amaç:** Bu çalışma, günümüzde en yaygın akış platformlarından birisi kabul edilen Netflix'in ilk Türkiye Orijinal yapımı olan 'Hakan: Muhafiz' dizisindeki Oryantalist ve Self Oryantalist unsurların izleyiciler tarafından nasıl alımlandığının ortaya çıkarılması amacıyla yapılmıştır.

**Yöntem:** Edward Said'in bakış açısından Oryantalizm ve Self Oryantalizm tanımlanmış, bu iki kuramın medya ile ilişkisi ele alınarak, bu kuramların bir söylem olarak medya üzerinden nasıl üretildikleri irdelenmiştir. Konuyu derinlemesine incelemek açısından nitel araştırma yöntemi kullanılarak amaçsal örnekleme seçilmiş 11 kişiyle derinlemesine görüşmeler yapılmıştır. Stuart Hall'un kodlama/kodaçıklama yöntemi ve üçlü alımlama analizi perspektifinden faydalanarak izleyenlerin yorumları analiz edilmiştir. Böylelikle Netflix'in küresel izleyici için hazırladığı bu dizinin yerel bağlamda Said'in kuramsal yaklaşımı izinde ne şekilde alımlandığı araştırılmıştır.

**Bulgular:** Katılımcıların verdikleri cevaplar doğrultusunda 'Hakan: Muhafiz' dizisindeki Oryantalist ve Self Oryantalist bakışı, her katılımcının kendi artalan bilgisi, tecrübesiyle alımlandığı ve yorumladığı anlaşılmaktadır. Çalışmadan elde edilen bulgular arasında tüm katılımcıların dizide 'Oryantalist Bakış' olduğunu ifade etmeleri ve Hall'un belirttiği egemen kodları tespit ederek reddeden 'muhalif okuma' da bulunmaları oldukça kıymetli bir bulgudur. Niteliksel bir yöntemin tercih edildiği bu çalışmanın devamında derinlemesine görüşme yöntemiyle beraber göstergebilimsel analiz, katılımcı gözlem, birlikte izleme gibi yöntemlerin kullanıldığı tamamlayıcı araştırmalarla çok daha kapsayıcı bilgiler elde edilmesi mümkün olacaktır.

**Özgünlük:** Çalışmanın konusu uluslararası yazında oldukça ilgi görmesine rağmen, ulusal yazında bu konuda sınırlı sayıda çalışma olduğu görülmektedir. Ayrıca çalışmamıza konu olan "Hakan: Muhafiz" dizisinin platformunda yayımlanan ilk Netflix Türkiye Orijinal yapımı olması, dizi özelinde ilk defa Oryantalist ve Self-Oryantalist unsurların izleyiciler tarafından nasıl alımlandığının ortaya çıkarılmaya çalışılması da oldukça önemlidir. Bu çalışma ileride yapılacak olan Oryantalist ve Self-Oryantalist unsurlar üzerine alımlama analizi yapmak isteyen araştırmacılara yol gösterici olma amaçındadır.

**Anahtar Kelimeler:** Netflix, Hakan: Muhafiz Dizisi, Oryantalizm, Self Oryantaliz, Alımlama Analizi

**JEL Sınıflandırması:** D83, Z10

**A STUDY ON THE RECEPTION OF NETFLIX CONTENT IN AN ORIENTALIST  
AND SELF-ORIENTALIST CONTEXT:  
AN EXAMPLE OF THE SERIES “HAKAN: THE GUARD”**

**Abstract**

In the cultural field, the Western and Eastern duality is very decisive in terms of production, distribution and consumption of content. Western companies, especially in America, have appeared in such media as cinema and television in the visual field with the products they have created, and with the development and convergence of technology over time, they have come across the Internet, that is, online broadcasting.

**Purpose:** This analysis was executed in order to reveal how the Orientalist and Self-Orientalist elements are received by the audience in the "Hakan: Guard" series, the first Turkish Original production of Netflix, which is judged one of the most common streaming platforms today.

**Method:** Orientalism and Self-Orientalism were defined from the point of view of Edward Said, the relationship of these two theories with the media was examined and how these theories were produced through the media as a discourse was examined. In order to examine the subject in depth, in-depth meetings were organized with 11 people selected with purposive sampling using the qualitative research method. Using Stuart Hall's encoding/decoding approach and the perspective of triple reception analysis, the comments of the viewers were analyzed. Thus, it was investigated how this series, which Netflix has prepared for the global audience, was reception in the local context in the follow in tracks of Said's theoretical approach.

**Findings:** According to the answers given by the participants, it is understood that each participant receives and interprets the Orientalist and Self-Orientalist view in the series 'Hakan: Guard' with his own background knowledge and experience. Among the findings obtained from the study, it is a very valuable finding that all participants expressed an 'Orientalist Point of View' in the series and were present at the 'dissenting reading', which deciphered the dominant codes specified by Hall. In addition to the in-depth interview method, where a qualitative method is preferred, it will be possible to obtain much more inclusive information through complementary research using methods such as semiotic analysis, participant observation, and co-monitoring..

**Originality:** Although the subject of the study is of great interest in the international literature, it is seen that there are a restricted number of studies on this subject in the national literature. In addition, since the series "Hakan: The Guard", which is the subject of our study, is the first Netflix Turkey Original production published on the platform, it is very important to try to reveal how the Orientalist and Self-Orientalist elements of the series are met by the audience for the first time in the series. This study aims to guide the researchers who want to make reception analysis on Orientalist and Self-Orientalist elements to be done in the future.

**Keywords:** Netflix, Hakan: The Guardian Series, Orientalism, Self Orientalism, Reception Analysis

**JEL Classification:** D83, Z10

## GİRİŞ

Sayıllaşma ve beraberinde getirdiği yeni teknolojiler tarihimizde yeni bir aşamanın da habercisi olmuştur. Özellikle 90'lar sonrasında sayıllaşma diğer tabiriyle dijitalleşmeyle beraber dünya geneline yayılan internet ve dijital araçlar yeni bir maceranın başlangıcı olmakla birlikte konvansiyonel medyanın da bu yöne doğru evrilmesini sağlamıştır.

Dijitalleşme ile tek bir ortamda her türlü iletişim çıktısı ve girdisi sağlanabilir hale gelmiştir. İçerik ve biçim arasındaki ilişkiye vurgu yapanlar açısından bu durum dijital dönüşüm içeriğinin de dönüşmesine sebep olmakta, yöndeşen medya ortamlarında yeni anlatı biçimlerini de ortaya çıkarmaktadır. Böylelikle geleneksel anlatı biçimleri yerlerini çok katmanlı, iç içe geçmiş, çok boyutlu yapılarla dönüşmektedir (Pavlik & Bridges, 2013, s. 5). Yeni medya; dijital medya, interaktif medya veya multimedya gibi özünde etkileşimi ve iç içe geçmişliği barındıran özelliklere sahiptir. Yeni medyanın etkileşimsellik özelliği, iletişim sürecine, iletişim uzamında karşılıklılık veya çok katmanlı iletişim olanağını dahası iletişime eş zamanlı olma yetisini kazandırmıştır. Böylelikle yeni medyanın sahip olduğu multimedya biçimselliği göstergelerin, simge sistemlerinin, iletişim çeşitlerinin, farklı veri türlerinin tek bir araçta toplanması (Djik, 2004, s. 146) olarak ifade edilebilmektedir. Multimedya biçimselliğinde imge, ses, metin ve sayısal verilerin çeşitli türleriyle bir arada bulunması, yeni medyada depolama imkânının fazla olması gibi özellikler bir bütün olarak görüldüğünde, konvansiyonel medyaya göre, kullanım pratikleri, iletişim sürecinde zaman ve uzamın yeri ile iletişim tarzının yeniden şekillendiğini görmek olanaklı olmaktadır: bilgisayar dolayımı iletişim (Binark, 2007, s. 22).

Gazete, dergi, radyo, sinema, televizyon ve internet gibi mecralar zaman içerisinde uluslararası boyutta büyük kitlelere ulaşabilmenin araçları olmuşlardır. Yeni medya, yukarıda bahsedilen özellikleri de dikkate alındığında, öncüleri gibi anlam üretmede, davranış modeli oluşturmada, sosyalleşmede, kültürlerin tanımlanması ve ideolojinin aktarılması hususunda etkili araçlardan biri olarak kabul görmektedir.

Yeni medyanın insanları etkileyebilme gücü, mesajlarını doğrudan –üstü açık- veya dolaylı –örtülü- bir şekilde aktarabilme yetisinden gelmektedir. Böylelikle Oryantalizmin de temel ayaklarından birini oluşturan biz ve ötekiler algısı bu mesajlarla aktarılabilir. Tarihsel süreç içerisinde sinema, özellikle Hollywood sineması kolonyalizm anlayışının ve mutlak iktidar isteğinin meydana gelmesinde önemli bir araç vazifesi görmüştür. Oryantalist perspektiften irdelendiğinde Hollywood sinemasında Doğu'nun- Indiana Jones filmlerinde de tasvir edildiği üzere-önceleri gizemli ve Batı'ya göre oldukça farklı bir yer olarak gösterilmesi- özellikle 11 Eylül saldırısından sonra ise terör olayları ve teröristlerle gündeme gelen, korku ile anılan bir coğrafya haline getirilme gayretleri dikkat çekicidir. Bu bağlamda Indiana Jones 'Kutsal Hazine Avcıları' (*Raiders Of The Lost Ark*) filminde, Doğu'nun kayıp zenginlikleri barındıran, geçmişin gizemli sırlarıyla dolu, tuhaf ve ölümcül bir mekân olarak temsil edildiği ve Batılıların ilgi odağı haline getirildiği, Doğu'nun ise vaat ettiği tüm tehlike

ve zorluklara rağmen Batılıların sonuna kadar mücadele vereceği, geçmişle olan bağları nedeniyle değerli hale gelen bir mekâna dönüştürüldüğü görülmektedir. Ayrıca Indiana Jones ve Marion'nun kutsal sandığın bulunduğu yeraltı odasına girdikleri sahnede gelişen diyaloglar tehlikeli, ölümcül ve gizemli bir deneyim alanı olarak anlamlandırılan Doğu'nun mekânsal özelliklerine gönderme yapan olumsuz ifadelerle süslüdür. Doğu'nun gizemli sırlarını barındıran yeraltı odası iskeletlerin, yılanların ve örümcek ağlarının bulunduğu karanlık ve ürkütücü bir yer olarak görselleştirilmekte ve geçmişe ait mekânın bu olumsuz özellikleri diyalogda geçen ifadeler aracılığıyla bir kez daha vurgulanmaktadır (İnceiplik, 2008, s. 88-90).

Bu hususta Boyd-Barrett'in ifadesiyle medya emperyalizmi, bir ülkedeki mevcut medya yapılanmasının, dağıtım veya içeriğinin yalnız ya da birlikte, diğer ülke yahut ülkelerin medya çıkarlarının önemli miktarda dış baskıyla karşı karşıya kaldığı bir süreci (Erdoğan & Alemdar, 2010, s. 396) ifade etmektedir. İletişimin kontrolünün güçlü olanın elinde tek yönlü bir akışa sahip olduğunu belirten medya emperyalizmi, böyle durumlarda enformasyonun tek yönlü aktarılmasından dolayı gerçekliğin bir grup tarafından meydana getirildiğini öne sürmektedir. Edward Said, günümüz insanının düşünce ve bakış açısının gelişmesinde, “ben” ve “öteki” ne olan yaklaşımlarında kitle iletişim araçlarının etkisinden şu şekilde söz etmektedir:

*Ciddi müzakereler, sanatsal üretim, sıradan insanların günlük yaşamdaki karşı etkileşimleri, uyuşmaları veya çatışmaları kendi iradelerinden koparak kitlesel medyanın egemenliği altına giremeye başladı. Mevcut hayali çizginin iki tarafındaki “Bizler” ve “Onlar” arasında duyarlılığın gelişmemesi sonucunda, sansasyonellik, salt yabancı düşmanlığı ve yoğun çatışmalar günlük sıradan olaylar haline geldi* (Said, 2000, s. 50).

Said'e göre Batı, sahip olduğu teknolojik ve enformasyonel gücü sayesinde karşısına koyduğu/ötekileştirdiği Doğu üzerinde hegemonya kurmakta ve medya aracılığıyla hegemonyasının devamını sağlamaktadır. Bunun için Doğu hakkında oluşturduğu fikir ve imgeleri elinde bulundurduğu medya kanalları vasıtasıyla yaymakta, Doğu üzerine istediği algıyı oluşturmaktadır. Said'in bu yaklaşımı çalışmamızın çıkış noktasını oluşturmaktadır. Bu çerçeveden bakarak Netflix'in ilk Türkiye Orijinal yapımı olan 'Hakan: Muhafız' dizisindeki Oryantalist ve Self Oryantalist unsurların izleyiciler tarafından nasıl alımlandığı araştırılacaktır. Bu kapsamda Stuart Hall'un kodlama / kod açıklama yaklaşımı ve üçlü alımlama pozisyonları benimsenerek amaçsal örnekleme seçilen dizi izleyicilerinin anlamlandırma süreci analiz edilecektir.

## LİTERATÜR

### ***Oryantalizm ve Self Oryantalizm Kavramlarına Genel Bir Bakış***

Latince anlamı güneşin doğuşu ile ifade edilen, köken olarak Oriens sözcüğüne dayanan Oryantalizm, genel olarak 'Doğu Bilimi' anlamında kullanılmaktadır. Zaman içerisinde farklı anlamlarda kullanıldığı görülen Oryantalist kelimesi kayıtlarda, 17.yüzyılda 'Doğu veya Yunan Kilisesi'nin bir



üyesi şeklinde karşımıza çıkarken, 1838 yılında Dictionnaire de l'Academie Française'e 'Doğu incelemesi' tanımıyla terminolojik anlam kazanmıştır. Bu dönemde Oryantalizm terimi eş anlamlı olarak 'Yakın Doğu' veya 'Uzak Doğu'nun incelenmesi şeklinde kullanılmıştır (Bulut, 2019, s. 4-5). Oryantalizm kelimesi Türkçede Şarkiyat, Doğu bilimi anlamlarını da taşımaktadır.

Oryantalist terimi yazılı kaynaklarda ilk olarak 18.yy'da karşımıza çıkmış olsa da tarihsel süreç içerisinde Oryantalizmin ortaya çıkması Batı'nın tarımsal anlamda ihtiyaçlarını karşılayamaması neticesinde tarımsal yöntemlerde kendisinden daha ileri durumda olan Doğu'ya ihtiyaç duymasına kadar (Bulut, 2019, s. 18), kimi araştırmacılara göre 1312 de toplanan Viyana Konsülü'ne kadar, Rudi Paret'e göre ise Avrupa'da Müslümanlar ile ilk temasın kurulduğu İspanya'da Kur'an-ı Kerim'in Latince çevirisinin yapıldığı 1143 yılına kadar (Köse, 2019, s. 245), kimi araştırmacılara göre de Müslümanlar ile Bizanslıların ilk kez 629 yılında karşı karşıya geldikleri Mute Savaşı ve ardından 630 yılında gerçekleşen Tebük Gazvesine kadar, bir grup araştırmacıya göre Haçlı seferlerine kadar dayandırılmaktadır.

Görüldüğü üzere Oryantalizmin başlangıcı konusunda net bir tarih vermek güçtür. Fakat 18. ve 19. yüzyıllarda Batı dünyasının Doğu ile sürdürdüğü tüm ilişkilerinde Doğu'dan kopmamak amacıyla ciddi çaba sarf ettikleri görülmektedir. 'Societe Asiatique' (Asya Derneği), 'Royal Asiatic Society' (Kraliyet Asya Derneği), 'Deutsche Morgenlandische Gesellschaft' (Alman Doğu Ülkeleri Derneği), 'American Oriental Society' (Amerikan Doğu Derneği) gibi kuruluşlar bu anlamda büyük ölçekte faaliyet göstermişlerdir. Bu sırada üniversitelerde kürsüler kurulmuş, Oryantalizm tüm Avrupa'ya yayılma imkânı bulmuştur. 'Fundgruben des Orients' ile başlayan oryantalist yayımlar, Doğu hakkında bilgi hazinesinin derinleşmesini, uzmanlık kadrolarının çoğalmasını sağlamıştır (Said, 2017, s. 53). Batı, on sekizinci asrın sonlarından itibaren "Doğu'yu tanımak" maksadıyla yola çıkmış ve hegemonyası dahilinde tüm güçlerini kullanarak Doğu'ya odaklanmıştır. Bu esnada devam eden başarılı akademik çalışmalar neticesinde Doğu'nun gerçeklerine göre yeniden tasarlanan müzelerde sergiler düzenlenmiş; kolonilerdeki yönetim biçimleri yeniden ele alınmış ve bu doğrultuda modern bürolar kurulmuş; antropoloji, biyoloji, linguistik teorileri yeni fikirler ile süslenmiş; insanlık ve evren üzerine soylara ve tarihe dayalı nazariyeler ortaya atılmış, ekonomik ve sosyal yeni bakışlar, devrim, kültürel kişilik, ulusal karakter ve din üzerinde yepyeni düşünceler meydana çıkmıştır. Üstelik bütün bunlar Batı'nın Doğu üzerinde şekillendirdiği hayaller dünyasının sınırları içinde, özünde Batı'nın sadece üstünlük duygularının olduğu, Batı'nın kendi gerçeklerine, kendi özel arzularına, sıkıntılarına, yatırım ve projelerine dayanmaktadır (Said, 1998, s. 20).

Akademik perspektifte 1795 yılı Oryantalizm adına bir dönüm noktasını teşkil etmektedir. Paris'te Langles tarafından 'Ecole des Langues Orientales Vivantes'in (*Yaşayan Doğu Dilleri Okulu*) kurulması, İbn-i Haldun'un '*Mukaddime*' adlı eserinin 1810 yılında kısmen Fransızcaya çevrilmesi ve yayımlanması, Oryantalizmin öncüsü olarak tarihe geçen Sylvestre de Sacy'nin bu okula Arapça öğretmeni olarak atanmasından sonraki dönemde Paris, Oryantalist çalışmaların merkezi haline

gelmiştir. Sacy'in ortaya koyduğu çalışmalar sayesinde Fransız, İspanyol, Norveç, İsveç, Danimarka ve özellikle Almanya üniversitelerinde ya onun doğrudan öğrencisi olmuş ya da çalışmalarının sağladığı antolojik tablo aracılığıyla kendini yetiştirmiş bilim insanları yer almaktaydı. Bu dönemde Sacy'in öğrencisi olan Hammer Almanya'da Avrupa'daki ilk oryantalist dergiyi 'Fundgruben des Orients'i kurdu. Avrupalı bütün Oryantalistler bu dergide görev alarak oldukça önemli çalışmalara imza atmışlardır. Tarihin sömürgecilik faaliyetlerinin yoğunlaştığı ve hızlandığı bu dönemde, Avrupa yeni ve farklı toplumlarla, kültürlerle, geleneklerle tanışmaktaydı. Seyyahlar, girişimciler, egemenlik kurulan bu yeni alanlara seyahatler düzenleyerek edinilen bilgilerin işlenmesi, sınıflandırılması, kullanıma hazır hale getirilmesine zemin hazırlamaktaydılar. Elde edilen bu bilgilerin kullanılabilir hale getirilmesi ve bu ilişkilerin nasıl sürdürüleceği önemliydi. Bu toplumların gelenekleri, dinleri, tarihsel kökleri onlarla nasıl ilişki kurulacağı konusunda da ipuçları vermekteydi. Hala gözde olan çalışmalar filolojikti, zamanla bu çalışmalara yenileri de eklendi (Bulut, 2019, s. 102-105). Böylelikle Doğu hakkında diğer çalışma alanlarıyla bağlantı kurmak için yukarıda bahsi geçenler gibi dernekler kurulmuş, uzmanlık alanlarına özgü dergiler çıkarılmış ve kongreler tertiplenmiştir.

Said'in değindiği üzere 1700-1850 yılları arasında Batılı düşünürler çalışmalarıyla dünyayı iki zıt kutuba ayırıyor ya da buna mecbur bırakıyorlardı: Batı ve Doğu (ya da Batı ve geri kalanlar). Bu yeni anlayışta Batı, Doğu'dan daha üstün görülüyordu. İkinci sınıf Doğu'nun sahip olduğu farz edilen değerleri, rasyonel (akılcı) Batı'nın değerlerine bir karşı tez olarak kabul ediliyordu. Özellikle Batı, eşsiz erdemlerle kutsanmış olarak tasvir ediliyordu: akılcıydı, çalışkandı, üretken, fedakâr, tutumlu, liberal demokratik, dürüst, otoriter ve olgun, gelişmiş, becerikli, hareketli, bağımsız, gelişime açık ve dinamikti. Doğu ise Batı'nın karşısındaki Ötekiydi: akılcı olmayan ve keyfi, tembel, üretmeyen, tahammüllü, cazip olduğu kadar egzotik ve karmaşık, despot, bozulmuş, çocuksu ve olgunlaşmamış, geri kalmış, pasif, bağımlı, durağan ve değişmeyen. Başka bir şekilde ifade etmek gerekirse, Batı bir dizi gelişmeci özelliklerle, Doğu ise yokluklarla tanımlanıyordu (Hobson, 2015, s. 23).

Yirminci yüzyıl Oryantalizmde kırılmaların yaşandığı bir diğer dönüm noktasıdır. 1973'de Paris'te gerçekleştirilen 29. Uluslararası Oryantalistler Kongresi'nde sömürgecilik faaliyetlerini çağrıştırdığı gerekçesiyle oryantalist teriminin yürürlükten kaldırılması (Bulut, 2019, s. 1) ve 1978'de Said'in 'Orientalism Western Conceptions of the Orient' (Şarkiyatçılık, Batı'nın Şark Anlayışları) isimli eserini yayımlaması... Foucault'un 'bilgi iktidar ve söylem' ile ilgili fikirlerini esas alan Said, 'Oryantalizm veya Şarkiyatçılık' adlı eseriyle postkolonyalizm üzerine mevcut tartışmalara farklı bir perspektiften yaklaşmış ve farklı görüşlerin literatüre girmesini sağlamıştır. Said Oryantalizm üzerine getirdiği eleştirilerde Doğu toplumlarının dillerini, kültürlerini ve tarihlerini incelemek amacıyla akademik bir disiplin olarak kurulan Oryantalizmin, Batı'nın 'hükmetme' geleneğinin bir söylemi haline dönüştürüldüğünü eleştirmiştir.

Said, Şarkiyatçılığın söylem olarak incelenmediği sürece, aydınlanma sonrasında Avrupa kültürünün Şark'ı siyasal, sosyolojik, askeri, ideolojik, bilimsel, imgesel olarak üretebilmesini sağlayan sistemli disiplinin olarak anlaşılmasının imkânsız (Said, 2017, s. 13) olduğu ifade etmektedir. Dolayısıyla Said'in Oryantalizm tanımında bilgi ve iktidar Oryantalizmin iki temel sac ayağını oluşturmaktadır. Bu bağlamda bilgi-iktidar ve güç ilişkisinin birbirini doğal olarak besleyen yapısının doğurduğu sonuç özünde yeniden bir yaratış sürecidir. Batı'nın Doğu'ya dair ürettiği bilgiler yığını anlamlı ve düzenli bir sınıflandırmaya tabii tutarak disipline etmesi, Said'in deyişiyle bir kültürel güç uygulamasıdır. Böylece Batı, Doğu'yu, Doğuluyu ve o dünyayı yeniden yaratmaktadır. Neticede Batı'nın ıslah etmesi gereken bilgilerden oluşan bir çalışma alanı yani Oryantalizm, diğer bir deyişle Şarkiyatçılık ortaya çıkmaktadır (Turna, 2002, s. 119).

Said Oryantalizmi; Şark'la - Şark hakkında çıkarımlarda bulunarak, ona ilişkin fikirleri meşrulaştırarak, onu betimleyerek, öğreterek, oraya yerleşerek, onu yöneterek - uğraşan ortak kurum olarak, Şark'a egemen olmakta, Şark'ı yeniden dizayn etmekte, Şark üzerinde yaptırım kurmakta kullanılan bir Batı biçemi (Said, 2017, s. 13) olarak tanımlar. Said'e göre Batı, bazı Doğu temsilileri üreterek çıkarları doğrultusunda kullanmaktadır. Bu bağlamda Şarkiyatçının Şark'ı, Şark'ın kendisi değil Şarklaştırılmış Şark'tır (Said, 2017, s. 114) ve Batı'nın Şark'a yönelik eylemlerinin temelinde emperyalist bakış açısında dayalı ötekileştirme yer almaktadır. Yani Batı kendi benliğini var etmek için bir öteki imge olarak dışsallaştırdığı Doğu'yu bu noktada araçsallaştırmaktadır. Said'e göre Batı'nın Doğu'ya yönelik bu tutumu düşmanca bir yaklaşım olarak değil tersine doğal bir sürecin ürünü olarak alımlanmalıdır. Said, Batı'nın da Doğu'nun da kısmen olumlularla kısmen de öteki üzerinden üretildiğini (Said, 2017, s. ii) ifade etmektedir.

Said, Şarkiyatçı temsil biçimlerinin sadece tarihsel olmadığını, aynı zamanda maddi ve kurumsal bir varlıkla da gösteren, söylemsel bir tutarlılığa sahip, Şark hakkında önermeler üretmeye yarayan fırsatlar dizgesi (Said, 2017, s. 285) olduğu görüşündedir. Said, bir öz eleştiri yaparak Batı'nın Doğu'ya dair ürettiği temsil biçimlerinden Batı kadar, Doğu'nun da sorumlu olduğunu ifade etmektedir: “Şark, ‘Şarklığı’ keşfedildiği için değil, Şarkın Şarklı kılınabilmesi -yani Şarklı kılınmışlığa boyun eğmesi yüzünden Şarklaştırılmıştır (Said, 2017, s. 15). Oryantalizm geçmiş çalışmalarından güç alarak metinler arası bir boyutta şekillenmiştir. Her bir oryantalist çalışma kendisinden önceki benzer çalışmalardan esinlenmiş ve üzerine bir şeyler koymuştur. Böylelikle her bir oryantalist çalışma kendisinden öncekilerden yardım aldığı gibi, kendinden sonrakilere de dayanak noktası olmaktadır. Said, Oryantalizmin akademik denilebilecek temelini şöyle açıklamaktadır: “Şark'la uğraşan her yazar (Homeros bile), göndermede bulunacağı, dayanacağı, kendine göre eski bir Şark'ı, geçmişteki bir Şark bilgisini temel alır. Ayrıca, her Şark çalışması kendini başka çalışmalarla, izleyicilerle, kurumlarla, Şark'ın kendisiyle bağlantılı kılar” (Said, 2017, s. 30).

Said, Oryantalizm kavramını ortaya koyarken, Foucault'un 'Ötekileştirme Süreci'nden yani 'bilgi - iktidar ve söylem' denkleminde faydalanmıştır. Böylelikle Doğu hakkında edinilen bilgi ve Doğu üzerindeki güç arasında var olan bağlantıyı ortaya çıkarabileceği bir araç elde etmiştir (Rubin, 2007, s. 25). Özünde ötekileştirme kavramına dayanan Oryantalizm, gelişmiş Batı tarafından Doğu'nun bir nesne olarak okunması, irdelenmesi ve ötekileştirilmesi neticesinde himaye altına alınmasıdır. Self Oryantalizm ise Doğu toplumlarının kendi kendilerini Batı'nın bakış açısıyla görmesi, kendi kendilerini Doğululaştırması anlamında kullanılmaktadır. Self Oryantalizm, toplumların ya da bireylerin kendilerine ait olmayan birtakım fikirler aracılığı ile kendilerini anlamaları ve anlamlandırmalarıdır. Kendine yabancılaşma ya da kendi kendisinin ötekisini meydana getirme şeklinde adlandırılabilir bu süreç, aynı tarihi taşıyan öznelere birbirlerini öteki olarak gördükleri ve bu şekilde davrandıkları garip bir duruma işaret etmektedir (Uluç, 2009, s. 204). Görüldüğü üzere Şark'a dair gerek dışarıdan gerekse içeriden dayatılan bir ötekileştirme süreci vardır. Bu süreç, Şark'ın nesnelleştirilmesi ve katlanarak büyütülen bilgisi yoluyla Şarklılaştırılması yani tek tip haline indirgenmesiyle sonuçlanmaktadır. Bu durum da Oryantalizmin ana düşüncesini ortaya çıkarmaktadır. Bir taraftan nesneleştirilen, diğer taraftan basmakalıp hale getirilen Şark, kendi varlığından koparılarak 'temsili' bir kimliğe sokularak, Batılı'nın ürettiği bir 'bilgi' kıvamına getirilir, sonuçta her defasında bu mevcut bilgiye dayanarak, yeni nesiller yeni 'bilgiler' üretir. Ancak hammaddenin özü değişmez, sadece ortaya çıkan ürün çeşitlenir (Turna, 2002, s. 118). Bu noktada Şarkiyatçılığın en tehlikeli yanı, insanın kendine yabancılaşmasıdır. Kendisine yabancılaşan insan bir adım ötede toplumuna yabancılaşacak, kendini Batılı değerler sistemi içinde, bu normlara göre açıklamaya veya meydana getirmeye çalışacaktır.

Golden'a göre Self oryantalizm, Batılı değerler sistemi içinde, Batı'ya göre kendini açıklayarak kendi kültürünün temsilini çarpıtmaktır. Diğer taraftan Doğu'lu birinin kendi Doğulu kültürel imgelem ve referanslarını, Batılı hermenötik çember vasıtasıyla yorumlaması, Self Oryantalizmi meydana getirir. Dirlik'in Self Oryantalizm hakkındaki 'Oryantalizmin Doğu kurgusunda asıl özne Batılı değil bizatihi Doğulunun kendisidir' önermesi, Self Oryantalist paradigmanın üçüncü Dünya toplumsallıklarındaki var olan ontolojik temelini oluşturmaktadır. Jouhki'ye göre ise sömürgeciliğin nesnesi olan toplumlardaki ya da iradi modern toplumlardaki taşıyıcı elitlerin Batıcılık-Modernlik enfeksiyonuna tutulmuş oldukları ve bu manada Self Oryantalizmin bu enfeksiyon neticesinde meydana geldiği (Bezci & Çiftçi, 2012, s. 143) söylenebilir.

Bezci ve Çiftçi'nin 'Self Oryantalizm: İçimizdeki Modernite Ve/Veya İçselleştirdiğimiz Modernleşme' adlı çalışmalarında yapmış oldukları Oryantalizm tanımı dikkat çekicidir: *Oryantalizm, Batı tarafından icat edilen bir silahtır ve namlusu Doğuluya, Batılı tarafından doğrultulmaktadır. Fakat Self Oryantalizm, Batı tarafından icat edilen bu silahın, Batı rol modelinden beslenen otantik Doğuluya, bizzat Doğulunun kendisi tarafından doğrultulmaktadır. Otantik Doğulu toplumsal organizma, her halükârda Oryantalizm ya da Self Oryantalizm silahının namlusunun ucundadır ve her iki durumunda da nesne konumundadır* (Bezci & Çiftçi, 2012, s. 141).

### *Medyada Ötekinin Tasviri Olarak Oryantalizm*

Oryantalizm kendini Doğu kültürlerini ve dillerini tanımak için zaman içerisinde meydana gelen bir akademik disiplin olarak tasvir ediyor olsa da iktidar ilişkilerini de bünyesinde barındırdığı iddia edilebilir. Said'in irdelediği Oryantalizm, Batı'nın Doğu dünyası üzerinde hegemonya kurmasını sağlayan bir düşünce sistemidir. Batı tarafından peşin yargılarla kurgulanmış olan Doğu imajının oldukça uzun zamandır pek çok alanda varlığını gösterdiği bilinmektedir. Seyyahların günlükleri, tüccarların gözlemleri, Doğu felsefeleri ve dini düşüncelerine dair araştırmalar, Doğu'yu tasvirleyen romanlar, şiirler ve en dikkat çeken haliyle resimler, kurgulanan imajların başında gelmektedir. Özellikle Oryantalist ressamların bu kurguyu oluşturmak için hem hilafetin merkezi hem de coğrafi yakınlık, ticari yolların kesişme noktası olması gibi nedenlerle özellikle İstanbul başta olmak üzere, Kahire, Şam, Bağdat, Hicaz ve hatta Endülüs gibi birçok Doğu coğrafyasını resmettikleri bilinmektedir. Resimle kendini gösteren imaj yaratma süreci Batı'daki teknolojik yenilikler neticesinde farklı biçimlerde kendini göstermeye devam etmektedir. Kitle iletişimlerinin, radyo, televizyon, gazete, dergi, sinema gibi iletişim araçlarıyla yaygınlık kazanması, Batı'nın kurguladığı Doğu imajını çok daha geniş kitlelere ulaşmasını ve yeniden üretilmesini sağlamıştır. Son aşamada dijital medya ile birlikte, internet çağı haberleşme ve iletişim alanlarında milat olarak değerlendirilebilecek yeni bir sürece girildiği görülmektedir.

Daha önce de değindiğimiz üzere Doğu'nun nesneleştirilmesi ve bu doğrultuda elde edilen bilgilerin katlanarak artması, kullanılması yoluyla 'Doğululaştırılması' yani tektipleştirilmesi, Oryantalizmin temel düşüncesini oluşturmaktadır. Batı, Doğu ile her karşılaşmasında zihnindeki Doğu'yu aramakta ve bu iktidar ilişkisi, yani Oryantalizm söylemi kendini yeniden üretmektedir (Çakırman, 2019, s. 190). Batılı ülkelerin kontrolünü elinde bulundurduğu uluslararası iletişimde Oryantalist söylemin tekrarlanmasında etkindir. Dünyanın dört bir yanından haber alma gücünü elinde bulunduran uluslararası medya yapılanmaları Doğu ile ilgili yaptıkları haberlere Batılı bakış açısıyla, dolayısıyla ön yargılı olarak yaklaşmaktadır. Doğu'da olan haberleri izleyenler genellikle orada yaşanan bir olayı aktarmak için gönderilen, fakat Oryantalist söylemler içerisinde yetiştirilmiş olan yerel muhabirlerdir. Muhabirler sözü edilen yerde yaşamış olsalar yani Doğulu olsa bile haber merkeze gönderildiğinde farklılaşmaktadır. Çünkü haber, medya organizasyonunun kimliğine uygun hale getirilmektedir.

İletişimin kontrolünün güçlü olanın elinde tek yönlü bir akışa sahip olduğunu belirten medya emperyalizmi görüşüne göre; enformasyonun tek yönlü aktarılmasından dolayı gerçekliğin bir grup tarafından meydana getirildiği öne sürülmektedir. Kendini 'ben' merkezine koyan Batı, imkân dahilindeki teknolojik ve enformasyonel gücüyle karşısına koyduğu / ötekileştirdiği Doğu üzerine uyguladığı hegemonyasının medya aracılığıyla devamını sağlamaktadır. Doğu hakkında oluşturmuş olduğu fikir ve imgeleri elinde bulundurduğu medya kanalları vasıtasıyla yayarak, Doğu üzerine istediği algıyı oluşturabilmektedir. Said'e göre Batı medyasında Doğu ile ilgili nesneleştirme çalışmaları ve basmakalıp düşünceler genellikle Müslümanlar ve Araplar üzerinden

oluşturulmaktadır. Sinemada ve televizyonda da bu tarz devam ettirilmektedir. Oryantalist yapımlarda Arap, şehvet düşkün, kana susamış bir namussuz, cinselliğe düşkün, zekice dümenler çevirmeyi başaran kalles, yanar döner bir alçak olarak tasvir edilmektedir (Said, 2017, s. 300). Indiana Jones ‘Kutsal Hazine Avcıları’ (*Raiders Of The Lost Ark*) filminde olay örgüsü içindeki konumlandırılışları ve birlikte sunuldukları eylemler bakımından anlatıda yerli erkekler, hem Sallah ve Katanga gibi belirli tipler hem de yığın şeklinde gösterilen, isimsiz Arap erkekleri pazar yerinde ve çölde geçen sahnelerde Batılı araştırmacıların etrafında dolaşan, çıldırılmış gibi davranan, Batılıların yapmak istemediği işlerde araç olarak kullanılan isimsiz ve ifadesiz yığınlar olarak gösterilmektedirler. Oryantalist metinlerde tembel, kaderci, korkak, sinsi ve hain gibi olumsuz özellikler yüklenerek temsil edilen yerli erkekler, özellikle pazar yerinde geçen sahnelerde benzer özelliklerle eşleştirilerek sunulmaktadır (İnceiplik, 2008, s. 91). Batılı bireylerin zihinlerinde yer eden bu olumsuz imajlar, medyada Arap’la ilgili bir metin denk geldiğinde canlanmaktadır. Böylelikle bu tür metinleri üretenler oluşturulan olumsuz imajın kendini yeniden üretmesini sağlamaktadır.

Hollywood sinemasının politik ve ideolojik izdüşümlerini ele aldıkları çalışmalarında Ryan ve Kellner, filmlerin toplumsal hayatın söylemlerini çeşitli biçimlerde kodlayarak sinemasal anlatılar haline soktuklarını belirtirler. Üstelik bu inşa süreci kodlanan temsillerin bir kısmının içselleştirilmesiyle sonuçlanır. Sinema dün, bugün ve gelecekte de bir ‘kültürel temsil alanı’ oluşturur (Ryan & Kellner, 1997, s. 35-37). Said, Oryantalist unsurları barındıran filmlerin, Batı’nın Doğu’ya bakış açısını farklı şekillerde kodlayarak Batı’nın Doğu fikrini tanımladığını ve meşrulaştırdığını dile getirmektedir. Said’e göre, Batı medyası tarafından Doğu’nun sunulmasında, yalnızca ne söylendiği değil, nasıl, kim tarafından, nerede ve kimin için söylendiği de oluşturulan mesaj açısından büyük öneme sahiptir (Said, 2004, s. 60). Bu bağlamda 2012 yapımı ‘Taken 2’ filminin 20. dakikasında geçen Türkiye’ye bir sınır kapısından giriş sahnelerinin ‘sınır kapısında yazlık benzeri bir gecekondu evi, demir bir çubuk, bir direkt sallanan bayrak, 1970’lerde polisin giydiğine benzer bir üniforma giyen iki sınır kapısı yetkilisi’ şeklinde, polis kovalamaca sahnelerinde 1978 model araçların ve sokakta yürüme sahnelerinde siyah burkalı kadınların, fesli sakallı erkeklerin Türkiye’deki gerçeklikle bağdaşmayan bir şekilde gösterilmesi (Mert, 2015, s. 23) Said’in bakış açısını destekler niteliktedir. Sinemanın yalnızca bir eğlence aracı olmadığı bir iletişimsel strateji aracı olduğunu göz önüne alan İngiliz film eleştirmeni Raymond Durnat, sinema filmlerinin gösterge ve içerik analizlerinin önemini şu sözleriyle dile getirmektedir: “Çok az sayıda izleyici göstergesel metni okumak için çaba sarf eder. İzleyiciler kendi ilgi alanlarına göre metinlere yönelmek isterler. Filmlerin araştırılmasının şüphesiz bir yeri vardır, fakat çok az sayıda sinema izleyicisi filmler üzerine kafa yorar ve filmleri yağmalar” (Yanık, 2016, s. 368).

Sinemada Oryantalist bakış açısı, filmde geçen mekanların kullanımı, hikâye örgüsü ve karakterlerin tasarımı gibi öğelerle kendini gösterebilmektedir. Bu tarz Oryantalist unsurları içeren filmlerde çoğu zaman Doğu, bir serüven diyarı olarak tasvir edilmektedir. Bu tarz tasvirleri eleştiren Said, bunların nedenini Oryantalist bakış açısında var olan gelen temel dogmalara dayandırmaktadır. Bu bağlamda

ilk dogma, ‘akla dayalı, gelişmiş, insani, üstün Batı’ya karşı ‘sapkın, gelişmemiş, aşağı Doğu’ arasındaki değişmez, sistemleşmiş bir farklılıktır. İkinci dogma, modern Doğu’nun gerçeklerine dayanan dolaysız kanıtlar yerine Doğu’ya dair soyutlamaların, özellikle de ‘klasik’ bir Doğu uygarlığını temsil eden metinlere dayalı soyutlamaların tercih edilir olmasıdır. Üçüncü dogma, Doğu’nun ezelden beri tek biçimli ve kendini ifade etmekten yoksun olduğu fikrine bağlı olarak, Doğu’yu Batı’dan sadece bakarak betimleyen, genelleyici sistematik bir sözcük dağarcığının kaçınılmaz, hatta bilimsel açıdan ‘nesnel’ olduğu varsayımıdır. Dördüncü dogma, Doğu’nun nihayetinde ya korkulması gereken bir şey (Sarı tehlike, Moğol sürüleri, kahverengi derililerin hakimiyeti) ya da edilgenleştirilerek, araştırma ve geliştirmeyle müsait hale getirilmesi fakat mümkünse doğrudan doğruya işgal edilerek denetim altına alınması gereken bir şey olduğudur (Said, 2017, s. 314). Bu dogmalar temele alındığında Doğu’nun zevk düşkünlüğü ve miskinliği, Oryantalist bakış açısını yansıtan filmlerde ön plana çıkartılmaktadır. Bu dogmalar film dili ile birleştirildiğinde, bilinçaltı korkuları, fanteziler ve cinsel imgeler, yaratılan gizemli ortamlar, ipekten kumaşlar, tütsüler hem cariyelerin temsilini (Önal & Baykal, 2011, s. 110) hem de sinema ve Oryantalizm arasındaki ilişkiyi somutlaştırmaktadır.

Oryantalist söylemler sinema filminde sadece eğlence teknikleriyle açık bilgi şeklinde değil, bilgi formlarının içine gömülerek sunulur. Sinemada aktarılan bilgiler örtük bilgiler şeklinde göstergeler üzerinden aktarılır. Bu bilgi formları kurgusal akıl ile birleşerek nesneyi zihinsel ve duygusal bir etkileşimle homojenleştirir ve nesneye yeni bir anlam daha katar (Yanık, 2016, s. 368).

Küresel anlamda oluşturulan oryantalist söylemin en tehlikeli yönlerinden biri de Self Oryantalizmi tetiklemesidir. Doğu ile ilgili uluslararası haber ajanslarının geçtiği haberleri Doğu ülkeleri de buralardan almakta ve Batı bakış açısıyla kendilerine bakmaktadırlar. Bu diğer medya içeriklerinde de kendini göstermektedir. Said’e göre Doğu’da genel anlamda bir beğeni tektipleşmesi gözlemlenmektedir. Transistorlu radyoların, kot pantolonların, Coca-Cola’nın yanı sıra, Amerikan kitle iletişim araçları tarafından sağlanan, televizyon izleyicisi kitleler tarafından düşünülmeden tüketilen kültürel Şark imgeleri de bu tektipleşmenin (Said, 2017, s. 339) bir simgesini oluşturmaktadır.

### ***Netflix’in Kısa Tarihi***

Uluslararası bir akışkan video yayıncılığı platformu olan Netflix, Reed Hastings ve yazılım yöneticisi Marc Randolph tarafından 1997’de, internet üzerinden film kiralama hizmeti sunmak için kurulmuştur. Netflix, 1998’de ilk defa DVD kiralama ve satış yapılabilen netflix.com’u kullanıma açmıştır. 1999’dan itibaren vizyonunu sürekli geliştirme çabaları içerisinde olduğu gözlemlenen Netflix, aylık olarak düşük bir ücretle sınırsız DVD kiralama imkanı sağlayan bir abonelik sürecini başlatmıştır. DVD kiralama ve satışı ile iş dünyasına girmiş olan Netflix, yaptığı teknolojik yatırımlarla 2016 yılından itibaren dünyanın birçok ülkesinde dizi ve filmleri çevrimiçi izleme olanağı sunan, tüm dünyada yaygınlaşan bir firma haline gelmiştir. Netflix, 2021 yılının son çeyreğinde

190'dan fazla ülkede 230 milyondan fazla aboneye ulaştığını belirtmektedir. Bu bağlamda Netflix'in küresel çapta farklı coğrafyalardan insanlara dahası farklı izler kitlelere hitap ettiği söylenebilir. Ülkemizde 2016'dan itibaren hizmet vermeye başlayan Netflix, internet ile bağlantısı olan neredeyse tüm cihazlar üzerinden izleme yapılmasını sağlamaktadır. Netflix, izleyicilerine değişken ücretlerle, SD (Standart Çözünürlük), HD (Yüksek Çözünürlük), ve UHD&4K (Ultra Yüksek Çözünürlük - 4K) gibi değişken yayın kalitesinde hizmet seçenekleri de sunmaktadır. Netflix Türkiye'nin web sitesine girildiğinde oldukça basit ve anlaşılır bir tarzda hazırlanmış bir ana sayfasının olduğu görülmektedir. Kullanım için kolaylık, hız ve pratik olabilme kabiliyeti bu tip platformlara üye olma ve ücret ödeme bakımından güvenilir olabilmek kadar önemli bir unsurdur. Platformu "30 gün ücretsiz" deneyebilmenin yanında, abone olacak kişiler için, aynı anda kullanılacak ekran sayısının belirleyici olduğu bir fiyatlandırma sistemi mevcuttur. Bu fiyatlandırmalardan biri tercih edilerek kredi kartından aylık otomatik ödeme yapılabilmektedir. Yalnızca üç aşamada ve bir e-mail hesabıyla oldukça hızlı bir şekilde abone olabilmek mümkündür (Aydın, 2019, s. 1168). Bunun yanı sıra abonelikten ayrılmak ta oldukça basit bir şekilde gerçekleştirilebilmektedir. Ayrıca Netflix izleyicilerine, ödül almış olan dizi, film, belgesel, anime yapımlar barındıran kapsamlı bir içerik arşivini, reklamsız izleme, yayın durdurma, bıraktığınız yerden devam etme, akıllı indirme, kişiselleştirilebilir içerik gibi imkanlarla sunarak televizyon izleme biçimlerinde önemli değişikliklerin öncüsü olmuştur. Dizilerin bir sezonundaki bütün bölümlerini aynı anda platformuna yüklemesi ve izleyicilerine sunması (Maraton İzleme) bu değişikliklerin başında gelmektedir. Netflix, içeriklerini oluştururken halihazırda var olan dizilerin teliflerini satın almakla beraber kendi orijinal dizi ve filmlerini de dünya üzerinde farklı ülkelerde anlaştığı yapımcılara ürettirmektedir.

Netflix yöneticileri platformun içeriğini geliştirmenin yanında ve yeni aboneler elde etmek için dizi sektöründen sonra film sektörüne de yöneldiklerini ifade etmişlerdir. Netflix'in kurucu ortağı ve CEO'su Reed Hastings, aynı zamanda 1991 yılında yazılım geliştiriciler için araçlar üreten Pure Software şirketinin de kurucusudur. Hastings aynı zamanda yapay zekâ üzerine akademik çalışmalar gerçekleştirmektedir. Bu doğrultuda Netflix algoritmalarının, içeriklerin izleyiciye sunulmasında belirleyici bir rol oynadığı görülmektedir. Kayıtlı izleyicilerin önüne izlemekte oldukları içeriklerden yola çıkarak beğeneceği veya izlemeye devam edeceği tarzda programlar sunulmaktadır. Böylelikle "eğlenceyi ve keşfi kolay hale getirmek" hedeflenmektedir (Aydın, 2019, s. 1168).

### ***Hakan: Muhafız Dizisinin Konusu***

Netflix'in ilk Türk dizisi olan 'Hakan: Muhafız', 14 Aralık 2018'de platforma yüklenmiş, ülkemizle beraber tüm dünyada izleyici ile buluşmuştur. Dizinin yönetmenliğini Can Evrenol, Umut Aral, Gönenç Uyanık ve Gökhan Tiryaki yapmıştır. Dizinin N. İpek Gökdal'in 'Karakalem: Ve Bir Delikanlının Tuhaf Hikâyesi' adlı kitabından uyarlanan senaryosunu ise Jason George, Yasemin Yılmaz, Emre Özpırınççı, Kerim Ceylan, Atilla Ünsal ve Aşkım Özbek kaleme almışlardır. Dizinin



başrol oyuncularını Çağatay Ulusoy, Ayça Ayşin Turan, Hazar Ergüçlü ve Okan Yalabık olarak karşımıza çıkmaktadır.

Dizide kahramanlık hikayesi ele alınmaktadır. Kendisini evlat edinen ve büyüten Neşet'in yanında Kapalıçarşı'da bir antikacıda çalışan Hakan, babasının öldürülmesinden sonra, görevi İstanbul'u korumak olan gizli bir örgütle bağı olduğunu anlar. Hakan, İstanbul'un koruyucusu olan ailesinin kendisine bıraktığı mirası üstlenmelidir. Senaryoya göre görevleri İstanbul'u ele geçirmek olan yedi ölümsüz, şehri ele geçirdikten sonra geldikleri boyuta bir kapı açarak kaos yaratmayı planlamaktadırlar. Ölümsüzlerin karşısında İstanbul'u koruyan 'Muhafız' ve ona bağlı olan 'Sadıklar' vardır. İstanbul'un son muhafızlık görevi, 500 yıl önce Fatih Sultan Mehmet' in diktirdiği tılsımlı gömleği giyerek bir süper kahramana dönüşen Hakan'a verilmiştir. Hakan, muhafız olduğunu öğrendikten sonra ölümsüzlere karşı İstanbul'u savunacak ve aynı zamanda geçmişine dair bilinmeyenleri öğrenmeye çalışacaktır.

## YÖNTEM

Bu çalışma Netflix Türkiye Orijinal yapımı 'Hakan: Muhafız' dizisindeki Oryantalist ve Self Oryantalist unsurların izleyiciler tarafından nasıl alımlandığının ortaya konulması amacıyla yapılmıştır. İlk olarak Said'in bakış açısından Oryantalizm ve Self Oryantalizm kuramları tanımlanmış, bu iki kuramın medya ile ilişkisi ele alınarak, bir söylem olarak medya aracılığıyla nasıl üretildikleri irdelenmiştir.

### *Araştırma Türü*

Araştırmamızda yöntem olarak alımlama analizi kullanılmıştır. Kültürel Çalışmalar ile ortaya çıkan alımlama analizleri, haber programlarından dizilere kadar oldukça geniş bir yelpazeyi kapsamaktadır. 'Çalışmada, 'Hakan: Muhafız' dizisinin Oryantalist ve Self Oryantalist söylemler üzerinden Batının egemen ideolojisini yeniden ürettiği ve izleyicilerin bu temsilleri alımlandığı varsayımından yola çıkılmıştır.

Sorular üzerinden yapılan bu çalışmada, Hall'un ortaya koyduğu üç okur tipi olan egemen, müzakereci ve muhalif okur bağlamında katılımcıların 'Hakan: Muhafız' dizisini Oryantalizm perspektifinden nasıl alımlandıkları tespit edilmeye çalışılmıştır. Araştırmada şu sorulara yanıt aranmıştır: S1: Hakan: Muhafız' dizisinde Oryantalist ve Self Oryantalist söylemlerle Batının egemen ideolojisi yeniden üretilmekte midir? ve katılımcılar bunu alımlamakta mıdır? S2: Hakan: Muhafız' dizisini izleyen katılımcılar daha çok hangi tür okuma yapmaktadırlar?

Araştırmada, katılımcılara yöneltilen sorular şu şekildedir:

- Hakan: Muhafız' dizisinde Oryantalist bakış kendini hissettirdi mi?
- Dizideki Oryantalist ve Self Oryantalist Bakışı Güçlendiren Nesnelere nasıl değerlendirirsiniz?

- Dizideki Oryantalist ve Self Oryantalist Bakışı Güçlendiren Karakterleri nasıl değerlendirirsiniz?
- Dizide kullanılan müziklerin Oryantalist izler taşıdığını düşünüyor musunuz?
- Dizide Türkiye'nin tasviri nasıl yapılmış?
- Hakan: Muhafız' dizisinin Türkiye'deki ilk Netflix Orijinal yapımı olmasını ve dünyaya bu şekilde lanse edilmesini nasıl değerlendirirsiniz?

### ***Araştırma Gurubu***

Çalışmada 11 kişiye, derinlemesine görüşme tekniğiyle dizi hakkında sorular sorulmuştur. Bu bağlamda her katılımcıya 6 soru sorulmuş ve katılımcılarla birer birer görüşülmüştür. Sorular dizinin 4 sezonu da göz önüne alınarak hazırlanmıştır. Katılımcılar K1,K2, K3...şeklinde kodlanmıştır.

**Tablo 1:** Katılımcılara Ait Demografik Bilgiler

| <b>Katılımcı</b>      | <b>Yaş</b> | <b>Cinsiyet</b> | <b>Medeni Hal</b> | <b>Eğitim Durumu</b> | <b>Meslek</b>     |
|-----------------------|------------|-----------------|-------------------|----------------------|-------------------|
| <b>K<sub>1</sub></b>  | 44         | Erkek           | Evli              | Doktora              | Akademisyen       |
| <b>K<sub>2</sub></b>  | 39         | Kadın           | Evli              | Lisans               | Öğretmen          |
| <b>K<sub>3</sub></b>  | 28         | Erkek           | Evli              | Yüksek Lisans        | Editör            |
| <b>K<sub>4</sub></b>  | 39         | Erkek           | Bekar             | Lisans               | Görüntü Yönetmeni |
| <b>K<sub>5</sub></b>  | 42         | Kadın           | Evli              | Yüksek Lisans        | Öğretmen          |
| <b>K<sub>6</sub></b>  | 39         | Kadın           | Bekar             | Doktora              | Akademisyen       |
| <b>K<sub>7</sub></b>  | 33         | Kadın           | Evli              | Lisans               | Öğretmen          |
| <b>K<sub>8</sub></b>  | 30         | Erkek           | Evli              | Lisans               | Akademisyen       |
| <b>K<sub>9</sub></b>  | 30         | Kadın           | Evli              | Lisans               | Mali Müşavir      |
| <b>K<sub>10</sub></b> | 36         | Kadın           | Bekar             | Lisans               | Avukat            |
| <b>K<sub>11</sub></b> | 39         | Kadın           | Evli              | Yüksek Lisans        | Öğretmen          |

### ***Verilerin Toplanması***

Çalışmada amaçlı örneklem esas alınarak, 11 kişiye, derinlemesine görüşme tekniğiyle dizi hakkında sorular sorulmuştur. Çalışmada katılımcıların dizi ile ilgili olarak yaptıkları okumalar derinlemesine görüşme tekniği ile anlaşılmaya çalışılmış, Stuart Hall ve arkadaşlarının kodlama / kod açıklama yaklaşımları çerçevesine göre analiz edilmiştir. Bu bağlamda katılımcıların diziyi nasıl alımladıkları, bu alımlamalar üzerinden var olan benzerlikler ve farklılıklar tespit edilerek literatür taramasıyla elde edilen bulgular ışığında irdelenmiştir.

### *Verilerin Analizi*

Medya özelinde izleyicilerin alımlamasına yönelik yapılan çalışmalar özünde ‘Kültürel Çalışmalar’ geleneğini yansıtmaktadır. Günümüzde izleyici araştırmalarında hala çok önemli bir yer tutan Kültürel Çalışmalar geleneği, 1957 yılında ilk kez basılan Hoggart’ın Okuryazarlığın Sonuçları, Williams’ın Kültür ve Toplum: 1870-1959 ve Thompson’ın İngiliz İşçi Sınıfının Oluşumu eserlerine dayanmaktadır. Bu üç kurucu metnin ortak noktası nedir diye bakacak olursak, kültürü en canlı ve dinamik haliyle kavrama ve araştırma çabası dikkat çeker (Özçetin, 2021, s. 161). Kültürel Çalışmalar Merkezi, dil ve anlamlar yoluyla üretilen gerçek dünyanın toplumsal izdüşümü ile ilgilenmişlerdir. Anlamlandırma ve temsil pratiklerinin kültürel yapıyı anlamlandırmada önemli olduğunu vurgulayan ekol (Barker, 1999, s. 13) ideoloji ve kültüre özerk bir alan tanır. İdeoloji ve kültüre Althusserci yapısalcılık açısından bakan Kültürel Çalışmalar Merkezi, Althusser’in Devletin İdeolojik Aygıtları ve Antonio Gramsci’nin hegemonya kavramsallaştırmalarına başvururlar (Yaylagül, 2018, s. 131).

Kültürel Çalışmalar’a kadar, Marksist eleştirel gelenek içinde medya metinleri, daha çok üretim süreci ile ilişkili olarak düşünülmüş ve gerek araççı yaklaşım gerekse ekonomi politik yaklaşımı içinde, bu metinlerin okuyucusu olan kişi ve gruplar, başlı başına önemli bir araştırma konusu olmamıştır (İnal, 1996, s. 43). Kültürel Çalışmaları geleneksel Marksist kuramdan ayıran özelliği, medya metinlerinin ideolojik anlamlar içerdiğinin farkında olması ve bu anlamlara farklı farklı perspektiflerden yaklaşılması gerektiğini öne sürmesinden gelmektedir.

Eleştirel kuramın birçok varyasyonundan biri olarak kabul edilen alımlama analizinin ilk örnekleri 1980’de Stuart Hall tarafından formüle edilmiştir. Bu modele göre herhangi bir kitle iletişim aracından iletilen mesaj, izleyici tarafından kaynağından alımlanması ve yorumlanmasına doğru giderken uğradığı değişim evreleri öne çıkartılmaktadır (Windahl & Mcquail, 1997, s. 170). Hall, medyanın etkileri üzerine yapılan araştırmalarda tek yönlü ve pasif bir izleyici anlayışının aksini savunmuş, “izleyicilere aktif bir iletişim rolü verilmesi gerektiğini ve bu yönde çalışmalar yapılması gerektiğini ilk kez vurgulamıştır “ (İrvan, 1997, s. 2005). Bu çalışma geleneğine göre izleyici aktif bir konumdadır ve bir metni kendine göre yorumlayabilmektedir. Bu bağlamda alımlama analizi, izleyici ve içerik hakkında bilgi edinmek için kullanılan nitel bir araştırma yöntemidir

Hall ve arkadaşları bütün insanların aynı metni aynı şekilde göremeyeceğini ileri sürmektedirler. Bu görüşlerinin özü, kodlama ve kodaçımı (Encoding/Decoding) iletişim süreci modeline dayanmaktadır. Bu modele göre mesajların oluşturulması ve açılması süreçleri toplumsal, ekonomik, kültürel ve ideolojik bağlamlarla alakalıdır. Hall’a göre mesajın bir etki oluşturabilmesi, bir ihtiyacı karşılayabilmesi ve bir kullanıma hizmet etmesi için, öncelikle söylem olarak gösterene uygun hale getirilmesi ve anlamlı bir biçimde kodlanması gerekmektedir. Kodlanan anlamlar, bütünü algılama, alımlama, duygu, ideoloji ve davranışlarda çok karmaşık sonuçlarıyla beraber, bir etki oluşturmakta, eğlendirmekte ya da ikna edici olabilmektedir (Aydın, 2007, s. 125). Kişiden kişiye

göre değişiklik gösterebilen bu süreç medya metinlerinin okunmasında da farklılıklara neden olmaktadır. Hall'a göre medya metinleri izleyiciler tarafından üç temel okuma şeklinde alımlanır (Hall, 2003, s. 321-325);

- Egemen ideolojiyi destekleyen bir yapıdaki 'hâkim-hegemonik okuma',
- Egemen kodları tespit ederek reddeden 'muhalif okuma',
- Belli kodların kabul edildiği, belli kodların ise reddedildiği 'müzakereci okuma'.

Hall'un ifadesiyle, "araştırmayı 'yalnızca içerik çözümlemesiyle ulaşılmış sonuçlara' indirgemeksizin, mesajın söylemsel biçiminin iletişimsel alışverişte (dolaşım yönünden) ayrıcalıklı bir yere sahip bulunduğunu, 'kodlama' ve 'kodaçıklama' momentlerinin bir bütün olarak iletişimsel süreçten 'görece özerk' olsalar da belirlenmiş momentler olduğun kabul edilmelidir" (Hall, 2005, s. 86)

Alımlama analizi özünde, izleyici-içerik bağına dayanan nitel ve ampirik nitelikte bir çözümleme gücüne sahiptir. Derinlemesine görüşme ve gözlemlerle izleyici hakkında ampirik veriler elde edilirken, bu verileri içeriğe dair verilerle karşılaştıran nitel yöntemler kullanılmaktadır. Böylece alımlamayla ilgili süreçlerin incelenmesi, medya içeriğinin kullanım ve etkileriyle ilgili bir görüş geliştirilebilmektir (Jensen & Rosengren, 2005, s. 63). Alımlama analizi çalışmalarında metin çözümlemeleri ve izleyici tepkileri çözülerek aralarındaki ilişki ortaya çıkarılmaya çalışılmaktadır. Bu noktada izleyicilerin alımlama farklılıkları, toplumsal ya da bireysel faktörlerin etkileri düşünülerek ele alınmalıdır (Höijer, 2005, s. 106). Televizyon ve izleyici araştırmalarında farklı yaklaşımların etkisi söz konusu olsa da en önemli unsurlardan birisi şüphesiz ki izleyicinin araştırılmasıdır. Bu noktada duyuşsal algılamının ötesinde, izlemeyi sosyolojik bir perspektiften ele alan araştırmacılar, çeşitli sosyal durumlarla izleyicinin anlamlandırma süreçleri arasındaki ilişkiselliğe odaklanmışlardır. Alımlama perspektifinden bakan çalışmalar niteliksel yöntemlere ağırlık vererek, daha çok odak grup veya derinlemesine görüşmelerle gelişirken, anaakım yaklaşımlar anketleri de veri sağlamada bolca kullanmışlardır. 1980 sonrası etnografinin medya çalışmalarında ağırlık kazanmasıyla, özellikle katılımcı gözlem ve görüşme yöntemleri benimsenmiştir (Morley, 1997, s. 171-173). Ayrıca medya iletileri genellikle fazla sayıda anlama sahip olduğundan izleyicilerin alımlama sürecine dair yorumlarının ve değerlendirmelerinin analizi edilmesi büyük önem taşımaktadır.

## **BULGULAR**

### ***Oryantalist Bakış***

Görüşmelerde ilk olarak 'Hakan: Muhafız' dizisinde Oryantalist bakışın kendini hissettirip hissettirmediği sorulmuştur. Oryantalizmin en sık karşılaşıldığı alanların başında sanat gelmektedir. Çünkü sanat ve toplumsal yaşam arasındaki kuvvetli bağ, oryantalist bakış açısının toplumsal düzlemde yeniden üretilebilmesini kolaylaştırmaktadır. Resimden müziğe, edebiyattan sinemaya

kadar birçok sanat formunda, sanat yapıtları aracılığıyla Oryantalizm kendini yeniden üretmektedir. Said, Oryantalist unsurları içeren filmlerin, Batı'nın Doğu'ya bakış açısını farklı formlarda kodlamasıyla Batı'nın Doğu fikrini tanımladığını ve meşrulaştırdığını ifade etmektedir: 'Bu Oryantalist sunumda yalnızca ne söylendiği değil, nasıl, kim tarafından, nerede ve kimin için söylendiği de kodlanan mesaj açısından oldukça ciddi öneme sahiptir' (Said, 2004, s. 60). Bu bağlamda katılımcıların tamamı dizide Oryantalist bakışın var olduğunu ifade ederken, soruyla ilgili bazı katılımcıların görüşleri şu şekilde olmuştur:

*K<sub>1</sub> : 21.yy. İstanbul'undan Osmanlı'ya, İstanbul'un fethinden hemen sonrasına altı yüz yıllık bir geçmişe geri dönüş yapılmasını Batı'da çok fazla görmüyoruz. Amerika'da zaten göremeyiz. Altı yüz yıllık bir tarihi yok da. İngiltere'de, Almanya'da böyle bir altı yüzyıl öncesini koruyan çok az. Bir İskoçyalı isim daha vardı galiba, ölmüyorlar, 'Highlander' diye başka hatırlamıyorum yani. Bugünü altı yüzyıl öncesiyile özdeşleştiren sanki hala aynı yerdeymişiz gibi... Hani karakterlerin erdemli olur ya Süpermen, erdemlidir, Batman, erdemlidir vs. Ama bizimki öyle değil yani. Süper güçleri olan bir denyo. İşte kızlara yazılıyor bilmem ne. Kararsız yapıyor. Eline güç geçince hemen kabadayılık taşıyor sağa sola falan filan...*

*K<sub>6</sub>: Bence dizide oryantalist öğeler kullanılmak istenmiş ama ağırlığın İstanbul da olması ve erkek ve kadın kahramanların sezonlar arasında ağırlığının yer değiştirmesi bende eşitlik algısı doğuruyor.*

*K<sub>2</sub>: Kahramanın kendine örnek aldığı kişinin ülkenin en zengini olması, onun gibi gökdelenlerde, lüks içinde yaşamak istemesi (yoksulluk = Doğu, lüks modernite = Batı)...*

Sinemada Oryantalist bakış açısı, filmde geçen mekanların tasviri, hikâye örgüsü ve karakterlerin tasarımı gibi öğelerde boy gösterebilmektedir. Bu tür oryantalist unsurları içeren filmlerde çoğu zaman Doğu, bir serüven diyarı olarak tasvir edilmektedir. Bu bağlamda katılımcılara dizi dramatisasyonunda oryantalist eğilimlerin olup olmadığıyla ilgili sorulan soruya katılımcıların tamamı mekân, karakterlerin seçimi ve kullanımında bu eğilimden bahsetmiştir. Soruyla ilgili bazı katılımcıların görüşleri şu şekilde olmuştur:

*K<sub>2</sub>: İstanbul'un çok modern mekanları varken kahramanın çok eski çarpık yapılanmanın olduğu bir mahallede yaşaması, işinin antikacı olması ve dükkanlarının tarihi kapalı çarşıda olması. Kapalı çarşının dökülmeye yüz tutmuş taraflarının gösterilmesi, ölümsüzlerin lahitlerinin Ayasofya'da olması, hikâyenin genellikle tarihi turistik mekanlarda, sarnıçlarda, tarihi depolarda geçiyor olması, 3.sezonda İstanbul'a yayılan virüsün kurtarılması için direnişin yine gecekondular mahallelerinde başlaması. Ayrıca mekanların sürekli olarak Batı'nın turistik olarak çok iyi bildiği tarihi yapılar olması, tılsım ve büyülerle süslenmiş gömleğin muhafızı güçlerine kavuşturması (aslında bu oldukça yaygın bir klişe, Arthur ve Excalibur mesela) ölümsüzlerin Batılı olan her şeyi temsil ettiğini söyleyebiliriz aslında burada, kıyafet, konuşma tarzı, yaşadıkları mekanlar, iş, maddi güç vs.*

*K<sub>3</sub>: Birçok sahnede var ve özellikle hani seçilerek konan yerler var. Bu biraz böyle göze batırılmış ve hani İstanbul'un böyle hem o zengin hayatını da bir şekilde göstermeye çalışmışlar ama bir şekilde o fakir sokaklarını göstermek istemişler. Bunu bilerek mi istemişler yoksa denk mi gelmiş bilemeyiz. Ama oryantalist mekanlar ve oyunculuklar, oyuncular olay örgüsüne bayağı eşlik ediyor diyebilirim.*

*K<sub>10</sub>: Dizide bulunan hemen her şey aşırı oryantalist öğeler içermektedir. Örnek vermek gerekirse mekân olarak sadece İstanbul'da tarihi mekanlarda geçen bir dizi söz konusu ve tarihi yarımada. Onun dışında sanki İstanbul buralardan ibaretmiş gibi bir görüntü var.*

*K<sub>11</sub>: Evet dizide fazlasıyla oryantalist öğeler bulunuyor. Hakan'ın yaşadığı yer, Faysal'ın dev gökdelendeki işyeri, virüsün yayıldığı mahalle.*

*K<sub>1</sub>: Hani bir kompleks vardır; şimdi berbat durumdayız ama eskiden süpermişiz. Kendisi babasına gram benzemezken on beşinci kuşak dedesinin aynısı. Hani orada belki bir oryantalist görüş yakalanabilir, yani o 1500'lü yıllarda ne olmuş? Çürükleri alta mı koymuşlar da sonraki nesiller kötü olmuş? Oryantalizm değil de self oryantalist yani milli kompleks bir durum.*

Katılımcıların verdikleri cevaplardan da anlaşılacağı üzere Oryantalist bakış açısıyla Doğu'nun geri kalmışlığı Said'in de bahsettiği Oryantalist bakış açısında var olan gelen temel dogmalar aracılığı ile dizi üzerinden yeniden üretilmektedir: 'akla dayalı, gelişmiş, hümanist Batı'ya karşı sapkın, geri kalmış Doğu arasındaki değişmez, mutlak farklılıktır (Said, 2017, s. 314).

### ***Oryantalist ve Self Oryantalist Bakışı Güçlendiren Nesnelere***

Katılımcıların dizi ile ilgili görüşlerine ilişkin verdikleri yanıtlar incelendiğinde, Hall'un belirttiği izleyicinin medya metinlerini üç farklı okuma yaparak alımladığı görüşü bulgulanmıştır. Dizide Oryantalist ve Self Oryantalist bakışı güçlendiren öğelerin varlığı hakkında katılımcılara sorulan; doğaüstü güçlere sahip tılsımlı gömlek, hançer, yüzük gibi nesnelere kullanılmalarını nasıl değerlendirdikleri sorusunun cevabı farklılık göstermiştir. 11 katılımcıdan 7'si bu doğaüstü güçlere sahip nesnelere Oryantalist ve Self Oryantalist bakışı güçlendirdiğini düşünerek muhalif okuma yaparken, 4 katılımcının bu nesnelere kullanımını dizinin konusu gereği normal bulduklarını belirterek hâkim okuma yapmaları dikkat çekicidir. Soruyla ilgili katılımcıların görüşleri şu şekilde olmuştur:

*K<sub>2</sub>: Fantastik kahramanlı film ve dizilerinde oldukça klişe olan kahramanı ortaya çıkarma, ona gücünü kazandırma, kötülere yok etme araçları olarak seçilmiş öğeler. Tabi bunlar Batılı film ve dizilerde kendi kültürlerine göre seçilirken (kamçı, kılıç, kalkan vs.) bizde de bizim kültüre göre seçilmiş. Öğelerin kendisine belki oryantalist bakış açısıyla seçilmişler diyemem ama dizide kullanılma şekilleri bunu yansıtıyor olabilir.*

*K<sub>9</sub>: Bana saçma gelmişti açıkçası ama filmi türü bakımından düşünürsem eğer gömlekteki desen, hançer, yüzük gibi eskiden kalan, eskiyi temsil ettiğini düşündüğüm motif, eşyalar değerli gibi gösterilmeye çalışılmış gibi.*

K<sub>10</sub>: Türkiye’de bilim ve herhangi benzeri şeyler üretilmediği için belki sanatta bunun içine dahil edilebilir. Sadece tılsımlı gömlek, dualar bu tarz şeyler ile Türkiye’yi tanıtılabilir öğeler kapsamında görüp, sadece bunlarla Türkiye hakkında dizi çekebiliyorlar.

K<sub>7</sub>: Kullanılan öğeler şimdiki zamana uygun değildi. Şu an kim zırh giyip hançerle savaşıyor ki...

K<sub>4</sub>: Bunlar bir çeşit biçim. Yani ilgi çekici olsun diye merak uyandırsın diye koyulmuş şeyler ve dizide bunların etrafında dönüyor. Fakat oyunculuk, çekilen yer, Türk ailevi yapısı, Türk yaşantısı falan bana pek uymamış gibi geliyor. Yani bazı yerlerde sırtıyor bu tip doğa üstü şeyler. İnandırıcılığı az oluyor. Sürükleyicilik var ama inandırıcılık az. O şekilde yani biraz olmamış gibi geldi bana. Yani biraz sırtıyor o doğaüstücülük.

K<sub>5</sub>: Evet, yani bir masal havası verilmeye çalışılmış. Hani sanırım hep öğeler vardır ya hani hem Türkiye’deki Osmanlı geleneğine uygun hem de genel masallara uygun. Böyle figürler konmuş. Yani karma evet karma. Aynen öyle. Tılsımlı gömlek normalde gerçekçi bir şey değil ama işte oryantalist bir öğe, masalsı. Türkiye’de Osmanlı falan hani o tarz şeyler giyinmiş olabilir diye düşünüyor. Her şeyi birleştirmiş.

K<sub>3</sub>: Bu tarz öğeler kullanmak istemek böyle bir hikâye yaratmak iyi bir deneme. Yani o denemeye baktığımızda ben doğru bir bakış açısı. Yani böyle bir dizi çekelim, çekilmemişi çekelim, yapılmamış yapalım denmesi güzel bir şey. Yol gösterici bir şey fakat becerilmiş mi? Bence becerilememiş. Yani bu kadar mitolojik dizileri izlemekten mistik mevzuları izlemekten keyif alan birisi olarak ben keyif almadım.

K<sub>1</sub>: Oryantalist diye o kısmı değerlendiremem uçan halı var zaten Doğu’da ama Batı’da işte kriptonit var, bilmem ne var. Süper kahramanların, doğa üstü güçleri olabilir. Mesela ‘Doktor Strange’ öbür dünyadan haberler verebiliyordu.

K<sub>11</sub>: Doğa üstü eşyaların kullanımı, dizi bir açıdan fantastik bir dizi olduğu için normal geldi. Sonuçta Muhafız’ın bütün dizi boyunca yaşadıkları gerçek hayatta olmayacak şeyler, bu açıdan bakarsak gömlek, yüzük, hançer olay örgüsünü destekliyor.

K<sub>8</sub>: Hançer, yüzük ve tılsımlı gömlek kullanılmasını dizinin konusu gereği normal buluyorum.

K<sub>6</sub>: Fantastik kurgu hatta doğa ustusu heyecan ve merak uyandırıcı...

Sinema oryantalist söylemleri adeta bilgi kırıntıları içine gömer yani açık bilgi şeklinde sunmaktan kaçınır. Böylece sinemada sunulmak istenen bilgiler örtük bilgiler şeklinde göstergeler üzerinden meydana getirilir ve iletilir. Göstergelerle iletilen örtük bilgi formları kurgusal akıl ile birleşerek nesneyi zihinsel ve içsel bir reaksiyonla ayrıştırır ve ona farklı anlam katar (Yanık, 2016, s. 368). Bu bağlamda katılımcıların verdikleri cevaplardan da anlaşılacağı üzere doğaüstü güçlere sahip tılsımlı gömlek, hançer, yüzük gibi nesnelerin kullanılmasıyla aktarılmak istenen Oryantalist bakış açısı dizi içerisinde bilgi kırıntıları halinde, modern Doğu’nun gerçeklerine dayanan dolaysız kanıtlar yerine

Doğu'ya dair soyutlamaların, bilhassa 'klasik' bir Doğu medeniyetini yansıtan metinlere dayalı soyutlamalarla (Said, 2017, s. 314) üstü örtük bir şekilde izleyiciye aksettirilmeye çalışılmıştır.

### ***Oryantalist ve Self Oryantalist Bakışı Güçlendiren Karakterler***

Dizide Oryantalist ve Self Oryantalist bakışı güçlendiren öğelerin varlığı hakkında katılımcılara; falcı kadın, kâhin gibi karakterlerin kullanımını nasıl değerlendirdikleri sorusunun cevabı da farklılık göstermiştir. Katılımcıların 7'si Oryantalist perspektiften egemen ideolojiyi destekleyen hâkim okumada bulunurken, 3 katılımcı muhalif okuma gerçekleştirmiş, K<sub>1</sub> ise bu görüşü derinlemesine irdeleyerek müzakereci okumada bulunmuştur:

*K<sub>10</sub>: Dizide kullanılan bu tarz öğeler kâhin gibi şeyler bana şunu anımsattı; dizi normalde Türk-İslam mitolojisiyle alakalı, tılsımlı gömlek olsun, olayların Fatih döneminde başlaması olsun, bunları anımsatma üzerine bir dizi fakat daha sonrasında bu tarz öğelere yer verilerek Türk-İslam mitolojisinden kayıp sanki Hristiyan mitolojisine geçiyor ve bu konuda gerçeklik algısı kırılıyor, gerçeklik ile olan bağlantısı kopuyor.*

*K<sub>2</sub>: Kahramanı şimdiki zaman ile geçmişe bağlayabilecek gizemli bir unsur olarak görülebilir, nitekim Atiye'de de vardır. Tabi çizilen falcı tiplemesi oryantalist bakış açısını yansıtmaktadır.*

*K<sub>5</sub>: Onlar da aslında hani oryantalist, daha böyle masal ama hani Türk kültürü değil de genel kültür olduğunu, genel efsanelerde, masallarda olduğunu düşünüyorum. Falcılık, özellikle işte falcı kadındı, kahindi, öyle karakterlerin buraya da yedirilmiş buradaki hikâye.*

*K<sub>11</sub>: Falcı ve Kâhin kullanımı yine bizim örf ve adetlerimize çok da uygun karakterler değil. Daha Batılı bir yaklaşım olmuş. Ama dizinin genelinde yine normal karşılanabilir.*

*K<sub>6</sub>: Falcı kâhin gibi karakterler mistik hava katıyor ancak orta çağ filmlerindeki kompozisyonu çağrıştırıyor.*

*K<sub>7</sub>: Kâhin genellikle yabancı dizi ve filmlerden alıntı gibi olmuş.*

*K<sub>3</sub>: Acaba burada hani ilk Türk Netflix dizisi olduğu için güven problemi yaşadıkları için midir, nedir? İşte baş senaristin Amerikalı olması yapımcıların Amerikalı olmaları yani yönetmenler Türk ama hani Amerikalıların işin çok içindeler ve dolayısıyla biraz böyle Hollywood'a kaydırmaya çalışmışlar diziyi. Aceleyle getirmişler. Bu tarz şeyleri hikâyeye sanki yedirememişler.*

*K<sub>1</sub>: Falcılık Batı'da da var. Kadının falcılık tarzı da gayet normal. Yani Delphi vardır mesela Antik Yunan'da. Hristiyanlarda bir sürü insanı cadı diye yakmışlar vesaire. Krallar da zaten fal bakıyor. Romalılar, tavuk ciğerinden fal bakarmış. Bizde de olabilir falcılık. Belki Batı'da daha çoktu zamanında. Yok ona da oryantalist bir şey diyemem ama metafizik düşüncelerde hep vardır o geleceği görebilmek. İnsanın bir ihtiyacıdır çünkü olacakları bilmek.*

Katılımcıların, dizide kullanılan falcı kadın, kâhin gibi karakterlerin kullanımını nasıl değerlendirdikleri sorusuna verdikleri cevaplardan anlaşılacağı üzere, Said'in Oryantalizmi inşa ettiği



temel dogmaların doğruluğunu ifade ettiği ‘Doğu’nun ezelden beri tek biçimli ve kendini ifade etmekten aciz olduğu fikrine bağlı kalarak, Doğu’yu Batı’ya hiç gelmeden, sadece okudukları ve gördükleri üzerinden betimleyen, tümevarımcı sistematik bir sözcük dağarcığının kaçınılmaz, bilimsel açıdan ‘nesnel’ olduğu varsayımı’ kendini göstermektedir.

### ***Oryantalist ve Self Oryantalist Bakışı Güçlendiren Ögeler: Müzik***

Dizide kullanılan müziklerin Oryantalist izler taşıyıp taşımadığını içeren soruya 11 katılımcının 8’i muhalif okumda bulunarak Oryantalist müziklerin varlığını doğrularken, 2 katılımcı müziklerin akılda kalıcı olmadığını ve hatırlamadıklarını ifade etmişlerdir. Bir katılımcı da yorum yapmamayı tercih etmiştir.

*K<sub>1</sub>: ...Batılılar Arap müziği duysun, daha uzakta Doğulu olduğunu anlasın, Arap olduğunu anlasın falan. Özellikle Kapalı Çarşı sahnesinde girerken, çıkarken oralarda oryantalist müziklerin verilmesi, ezan sesiyle beraber müziklerin eşleştirilmesi. Yani gereksizdi onlar, yani Batılılar belki daha çok işin içine giriyordur. Bir hayal dünyasına dalyordur ama başka bir hayal dünyası var. Buranın hayal dünyası da var halbuki. Yani yeni bir şey görsünler. Niye bin defa duydukları bin bir gece masalını bir daha duysunlar ki?*

*K<sub>4</sub>: Dizinin kendine çok özgün bir müziği yoktu. Oryantalist mi? Evet. Oryantalist ögeler fazlaydı müziklerde.*

*K<sub>10</sub>: Dizinin müzikleri Oryantalizme en fazla kafa tutan bölüm olabilir. Gerek klasik müzik ögeleri gerek club müzik ögeleri ile beraber hatta Cem Karaca’ya da yer verilerek bu Oryantalist ögeler kırılmaya çalışılmış.*

*K<sub>11</sub>: Müziklere gelince farklı türden müzikler karşımıza çıktı, ancak hepsi de olayları ve sahneleri destekleyici, tabii ki biraz da oryantalist ögeler içeriyor.*

### ***‘Hakan: Muhafız’ Dizisinde Türkiye’nin Tasviri***

Katılımcılara diziden Türkiye’nin nasıl görüldüğü, dramatisasyonunda gerçeğe yakın bir yerde mi yoksa Oryantalist masallarda olduğu gibi mi işlendiği ile ilgili soruya 11 katılımcıdan 10’u muhalif okumda bulunarak Oryantalist bakış açısını doğrulaması dikkat çekicidir. Ayrıca katılımcıların yarısından fazlası mekân kullanımında gökdelenler karşısında gecekondu mahallesinin kullanımını olumsuz olarak alımlayarak muhalif okumda bulunmaktadır.

*K<sub>7</sub>: Dizi en güzel şehir olan şehir olan İstanbul’u çok kötü göstermiş. Hem çekim kalitesi hem kullanılan mekanlar özellikle izbe yerlerden seçilmiş. Oryantalist gösterilmiş.*

*K<sub>5</sub>: Masalsı ögeler verilmiş. Bir yandan da gerçekçi olunmaya çalışılmış da hani biraz tek yönlü. Masala en çok üçüncü dünya ülkelerinde inanılır, en çok masalın alacağı ülke imajı verilmeye çalışılmış. Yani masanın hem masaldan beslenecek, masalın geçiciliği hem de masala inanılacağı bir ülke Türkiye.*

*K<sub>3</sub>: Biraz mistik ya da mitolojik bir dizi yaratmaya çalıştıkları için dolayısıyla hani Türkiye'yi tabii ki de tam anlamıyla İstanbul'da acaba o gökdelenlerle Kapalı Çarşı arasında o kadar çok büyük bir uçurum var mı? diye insan bir düşünüyor. ^Tam anlamıyla Türkiye'yi anlatmış mı? Anlatmamış desek bile anlatma kaygısı var mıydı? Bence yoktu. Yani Netflix her ülkede dizi yapma kararı aldı. Kendisinin olduğu her ülkede dizi yapma kararı aldı. Ama şuna çok dikkat etti. Her ülkede dizi yapalım ama bu bu diziyi bütün dünya izleyebilsin. Tüm dünyaya hitap etsin. O yüzden hani Türkiye'yi güzel anlatmalıyız. Türkiye'yi en doğru şekilde anlatmalıyız şeklinde bir kaygıları var mıydı? Bence yoktu. O yüzden onun üzerine çok durduklarını düşünmüyorum.*

*K<sub>11</sub>: Türkiye'nin, İstanbul'un çok daha güzel yerleri varken tarihi mekanlar için bir şey diyemem ama yaşadıkları gecekondulu mahalleleri, karşılaştıkları karakterler olsun tam anlamıyla ülkemizi yansıtmıyor.*

### ***'Hakan: Muhafız': Netflix Türkiye Orijinal Yapımı Olan İlk Dizi***

'Hakan: Muhafız' dizisinin Netflix'te yayınlanan ilk Netflix Türkiye Orijinal yapımı olması, tüm dünyaya bu şekilde lanse edilerek yayın hayatına başlaması dizinin uluslararası ölçekte bir izleyici kitlesinin oluştuğu anlamına da gelmektedir. Netflix gibi uluslararası platformlarda yayınlanan içeriklerin günümüzde çok daha fazla sayıda izleyiciye ulaştığı göz ardı edilmemelidir. Bu bağlamda katılımcılara -konumuz dahilinde- 'Hakan: Muhafız' dizisinin Türkiye'deki ilk Netflix Orijinal yapımı olmasını nasıl değerlendirdikleri ile ilgili soruya verilen cevaplar dikkat çekici olmakla birlikte 11 katılımcıdan 7'sinin muhalif okumda bulunması Oryantalist bakışın alımlandığını da ortaya koymaktadır. Ayrıca 3 katılımcı müzakereci okumda bulunurken, 1 katılımcı da hâkim okumada bulunmaktadır.

*K<sub>1</sub>: Eurovision'da da vardı mesela bir ilk birkaç şarkı Türkçe, sonra İngilizce söylemeye başlıyorlar. Türkçe söylüyoruz bizi anlamazlar, onların anlayacağı dilden söyleyelim. Belki puan alırsız falan. Hani bu diziyi yaparken Netflix'te yabancılar izleyecek onların anlayacağı dilden yapalım diye zorlamışlar işte. Arap müziği de oryantal de hani onların aşına olduğu şeyleri kullanmışlar. Halbuki onların bilmediği yıl, onlara otantik gelebilecek. Türk kültürüne ait öğeler varken kolayına kaçmışlar. Yani en azından kendi adıma söylüyorum Türk seyirciyi soğutmuşlar. Bir Türk seyirci olarak ben onun içine giremem. Onu ben yaşayamam, gerçekçi falan gibi hissedemem.*

*K<sub>2</sub>: Bence asıl oryantalist olan bu dizinin yapılmasıdır. Netflix platformunda yer alabilmek için seçilen ilk yapımın bu dizi olması oryantalist bakış açısını ne kadar benimsediğimizin göstergesidir. Çünkü fantastik dizi ve filmler yerine polisiye ve drama oldukça iyi örnekler vermemize rağmen doğrudan fal, büyü, kehanet, Ayasofya, tılsımlı gömlek vs. gibi Batıya ilginç gelen birçok öğeyi bir araya getiren bir dizi yapmayı tercih etmişler. Nitekim dizi Türkiye'de gerçek Türk izleyicisi tarafından çok da beğenilmemiş ve benimsenmemiştir. Çünkü dizinin hedef kitlesi Türk izleyicisi değil, yabancı izleyici memnun etmek olmuştur. Sonrasında yayınlanan 'Bir Başkadır' ve 'Fatma' dizilerinin Türk izleyici tarafından benimsenmesi de bu görüşümü desteklemektedir.*

*K<sub>3</sub>: Hakan Muhafız bende Netflix Türk dizilerinde bir şey uyandırdı. Biz Türkler de Amerikan filmi yapabiliriz. Biz Türkler de Amerikan dizisi çekebiliriz kafasıyla yapılmış bir dizi Hakan Muhafız. Niye biz Türkler Amerikan dizisi yapabiliriz, ispatlamaya çalıştık.*

*K<sub>5</sub>: Netflix'in orada işte biraz sağlamcı olduğunu düşünüyorum. Yani Türkiye deyince akla gelen öğeleri seçmiş, kültür vesaire almış. Biraz evrensel masalsı figürleri almış. İşte Türkiye güzel bir ülke. Onları göstermeye çalışmış ama çok da değinmemiş.*

*K<sub>7</sub>: Maalesef Türkiye'yi iyi anlatan bir dizi ile giriş yapılmamış sanki özellikle seçilmiş gibi...*

*K<sub>10</sub>: Bence Netflix'in yurtdışına pazarladığı ilk Türk dizisinin 'Hakan: Muhafız' olması biraz talihsiz olmuş. Bu oryantalist öğeler veya dizinin genel yapısından ziyade oyunculukların biraz başarısız olmasıyla da alakalı, bunun dışında Netflix'te benzer çok daha güzel Türk dizileri var. Konu benzer olmasa bile bunlar ilk olarak kullanılabilirdi.*

*K<sub>11</sub>: Türkiye'yi daha önce görmüş, bilen izleyiciler için tarihi mekanlar bir nostalji yaşatabilir. Fakat ilk kez Türkiye'yi dizide geçen mekanlarda Netflix gibi dünyanın dört bir yanında yayıncılık yapan ve statü sahibi bir platformda görmek Türkiye'nin olumlu imajına zarar verebilir.*

Kumar'a göre Oryantalist söylemde Batı kendini dinamik, karmaşık bir mekân-toplum şeklinde inşa ederken, karşısına konumlandığı Doğu durağan, barbar, geri kalmış toplum-mekân şeklinde tasvir edilmektedir. Anlaşılacağı üzere Oryantalist söylemde Doğu, ilerici değişiklikler için Batı müdahalesine muhtaç toplum-mekân şeklinde sunulmaktadır (Kumar, 2010, s. 258).

Bu bağlamda katılımcıların, 'Hakan: Muhafız' dizisinin Türkiye'deki ilk Netflix Orijinal yapımı olmasını Oryantalizm ekseninde nasıl değerlendirdikleri sorusuna verdikleri cevaplardan anlaşılacağı üzere, özellikle dizide kullanılan mekanların seçimi ve kullanımını katılımcılar olumsuz alımladığı anlaşılmaktadır.

## SONUÇ, TARTIŞMA VE ÖNERİLER

Özgün ismi ‘The Protector’ olan ülkemizde ‘Hakan: Muhafız’ ismiyle yayınlanan Netflix’in ilk Türk Orijinal yapımı olan dizideki Oryantalist ve Self Oryantalist unsurları izleyicilerin nasıl alımladığını ortaya çıkarmak amacıyla taşıyan bu çalışma, 11 katılımcı ile gerçekleştirilmiştir. Yaşları 28-44 arasında değişen katılımcılarla gerçekleştirilen derinlemesine görüşmeler sonucunda, kodaçım süreçlerinin katılımcıların kodlara yükledikleri anlam doğrultusunda meydana geldiği bulgulanmıştır. Öncelikle ‘Kültürel Çalışmalar Ekolü’nden esinlenen bu tarz çalışmalarda, ortaya çıkan sonuçların tüm evrene genelleme gibi durum söz konusu olamayacağını belirtilmesi gerekmektedir. Ayrıca çalışmaya konu olan Netflix’in dijital bir platform olduğu, herkesin serbest erişimine açık olmadığı, ücret ödemeyi gerektiren abonelik sistemine göre çalıştığı ve kullanıcılarının belirli bir düzeyde sosyal sermaye ve kültürel sermaye yatkınlıklarını geliştirmiş oldukları dikkate alınmalı, buna rağmen Netflix platformunun yeni izleme alışkanlıkları ekseninde gittikçe yaygınlaştığı, abone sayısının ülkemizde 3.5 milyondan, dünya genelinde 220 milyondan fazla olduğu da (Vivarelli, 2022) göz ardı edilmemelidir.

Katılımcıların verdikleri cevaplar doğrultusunda ‘Hakan: Muhafız’ dizisindeki Oryantalist ve Self Oryantalist bakışı, her katılımcının kendi artalan bilgisi, tecrübesiyle alımladığı ve yorumladığı anlaşılmaktadır. Çalışmadan elde edilen bulgular arasında tüm katılımcıların dizide ‘Oryantalist Bakış’ olduğunu ifade ederek Hall’un belirttiği egemen kodları tespit ederek reddeden ‘muhalif okuma’ da bulunmaları oldukça kıymetli bir bulgudur. Muhalif okuma’ya K<sub>10</sub>’nun “*Dizide bulunan hemen her şey aşırı oryantalist öğeler içermektedir. Örnek vermek gerekirse mekân olarak sadece İstanbul’da tarihi mekanlarda geçen bir dizi söz konusu ve tarihi yarımada. Onun dışında sanki İstanbul buralardan ibaretmiş gibi bir görüntü var.*” yorumlaması örnek olarak gösterilebilir.

Bu bakış açısıyla dizi dramatizasyonunda karakter ve mekân kullanımlarını tüm katılımcıların olumsuz bir şekilde anlamlandırma ve yine ‘muhalif okuma’da buldukları görülmektedir. İstanbul’un gökdelenler, Ayasofya gibi tarihi yapılar ve kenar mahallelerden ibaretmiş gibi gösterilmesi katılımcıların yorumlamalarından ortaya çıkmaktadır. Ayrıca K<sub>2</sub>’nin: “*Kahramanın kendine örnek aldığı kişinin ülkenin en zengini olması, onun gibi gökdelenlerde, lüks içinde yaşamak istemesi (yoksulluk = Doğu, lüks modernite = Batı)...*” ve K<sub>3</sub>’ün: “*...hani seçilerek konan yerler var. Bu biraz böyle göze batırılmış ve hani İstanbul’un böyle hem o zengin hayatını da bir şekilde göstermeye çalışmışlar ama bir şekilde o fakir sokaklarını göstermek istemişler.*” K<sub>6</sub>’nın: “*Falcı kâhin gibi karakterler mistik hava katıyor ancak orta çağ filmlerindeki kompozisyonu çağrıştırıyor.*” yorumlaması dizideki karakter ve mekân üzerinden yürütülen Oryantalist bakışı gözler önüne sermektedir. Ayrıca katılımcıların dizide kullanılan oryantal müzikler ile ilgili olumsuz anlamlandırmaları da oryantalist içeriklerin diziyeye hâkim olduğunu göstermektedir.

Dizide tılsımlı gömlek, hançer ve yüzük kullanılmasını katılımcılar, Oryantalist ve self oryantalist bakışı güçlendiren araçlar olarak alımladıkları ve ‘muhalif okuma’da buldukları görülmektedir.

K<sub>10</sub>'un: "Türkiye 'de bilim ve herhangi benzeri şeyler üretilmediği için belki sanatta bunun içine dahil edilebilir. Sadece tılsımlı gömlek, dualar bu tarz şeyler ile Türkiye 'yi tanıtılabilir öğeler kapsamında görüp, sadece bunlarla Türkiye hakkında dizi çekebiliyorlar." yorumlaması, K<sub>5</sub>'in: "... hep öğeler vardır ya hani hem Türkiye'deki Osmanlı geleneğine uygun hem de genel masallara uygun. Böyle figürler konmuş. ...Tılsımlı gömlek normalde gerçekçi bir şey değil ama işte oryantalist bir öğe, masalsı..." yorumlaması bahsedilen bu araçların amaçlarını da göstermeleri bakımından önem arz etmektedir. Bu doğrultuda katılımcılardan dördünün dizinin konusu gereği bu nesnelere kullanımının normal bulduklarını belirterek egemen ideolojiyi destekleyen bir yapıdaki 'hâkim okuma' da bulunmaları değinilmesi gereken bir unsurdur. Bu hususta K<sub>11</sub>'in: "Doğa üstü eşyaların kullanımı, dizi bir açıdan fantastik bir dizi olduğu için normal geldi. Sonuçta Muhafız'ın bütün dizi boyunca yaşadıkları gerçek hayatta olmayacak şeyler, bu açıdan bakarsak gömlek, yüzük, hançer olay örgüsünü destekliyor." yorumlaması 'hâkim okuma'ya örnek olarak gösterilebilir.

'Hakan: Muhafız' dizisi küresel ölçekte yayıncılık faaliyetinde bulunan Netflix platformunda ilk Türk Orijinal yapımı olarak lanse edilmiş ve yayınlanmıştır. Fakat özünde ihtiva eden Oryantalist bakış açısı, katılımcıların anlamlandırmalarında da belirttikleri üzere İstanbul'un yanlı bir bakış açısıyla tanıtılmasını dahası Türkiye'nin olumlu imajının zedelenmesine neden olmaktadır. Bu bağlamda katılımcıların küresel ölçekte giderek büyüyen izleyici kitlesine sahip olan Netflix platformu üzerinden Türkiye yapımı bir dizi izlediklerinin farkında olmaları, -anlamlandırmalarını bu durumun farkında olarak muhalif okuma yapmaları- yapılan derinlemesine görüşmelerden ortaya çıkan en önemli sonuç olmaktadır. Bu doğrultuda K<sub>2</sub>'nin: "Bence asıl oryantalist olan bu dizinin yapılmasıdır. Netflix platformunda yer alabilmek için seçilen ilk yapımın bu dizi olması oryantalist bakış açısını ne kadar benimsediğimizin göstergesidir. Çünkü fantastik dizi ve filmler yerine polisiye ve dramda oldukça iyi örnekler vermemize rağmen doğrudan fal, büyü, kehanet, Ayasofya, tılsımlı gömlek vs. gibi Batya ilginç gelen birçok öğeyi bir araya getiren bir dizi yapmayı tercih etmişler..." yorumlaması, K<sub>7</sub>'nin: "Maalesef Türkiye'yi iyi anlatan bir dizi ile giriş yapılmamış sanki özellikle seçilmiş gibi..." yorumlaması, ve K<sub>11</sub>'in: "...ilk kez Türkiye'yi dizide geçen mekanlarda Netflix gibi dünyanın dört bir yanında yayıncılık yapan ve statü sahibi bir platformda görmek Türkiye 'nin olumlu imajına zarar verebilir." yorumlamaları katılımcıların yapmış oldukları 'muhalif okuma'lara örnek olarak gösterilebilir.

Nihayetinde bu çalışma, -Oryantalist ve Self Oryantalist bakış açısını yansıttığı düşünülen- küresel ölçekli bir platformda yayınlanan ilk Türk dizisinin alımlanma sürecine dair bulgular sunma çabasıdır. Niteliksel bir yöntemin tercih edildiği bu çalışmanın devamında derinlemesine görüşme yönteminin yanı sıra, göstergibilimsel analiz, katılımcı gözlem, birlikte izleme gibi yöntemlerin kullanıldığı tamamlayıcı araştırmalarla çok daha kapsayıcı bilgiler elde edilmesi mümkün olacaktır.

## KAYNAKÇA

- Aydın, O. Ş. (2007). Alımlama araştırmaları ve kültürel çalışmalar geleneğinin katkısı. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (11), 119-131.
- Aydın, O. Ş. (2019). Yeni izleme biçimleri ve netflix içerikleri: Ritzer'in mcdonaldlaşma tezi ekseninde bir değerlendirme. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 00(63), 1167-1172. doi:http://dx.doi.org/10.17719/jisr.2019.3305
- Barker, C. (1999). *Television, globalization and cultural identities*. Philedelphia: Open University Press.
- Bezci, B. ve Çiftçi, Y. (2012). Self oryantalizm: İçimizdeki modernite ve/veya içselleştirdiğimiz modernleşme. *Akademik İncelemeler Dergisi (Journal of Academic Inquiries)*, 7(1), 139-166.
- Binark, M. (2007). Yeni medya çalışmalarında yeni sorular. M. Binark (Ed.), *Yeni Medya içinde*, (21-44. ss). Ankara : Dipnot Yayınları.
- Bulut, Y. (2019). *Oryantalizmin kısa tarihi*. İstanbul : Küre Yayınları.
- Çakırman, A. (2019). Oryantalizmin varsayımsal temelleri: Fikri sabit imgelem ve düşünce tarihi. *Doğu Batı Düşünce Dergisi Oryantalizm I*, 183-198.
- Djik, J. V. (2004). Digital media. D. M. John D.H. Downing (Ed.), *The Sage Handbook of Media Studies içinde*, (145-163. ss). London: Sage.
- Erdoğan, İ. ve Alemdar, K. (2010). *Öteki kuram kitle iletişim kuram ve araştırmalarının tarihsel ve eleştirel bir değerlendirmesi*. Ankara: Erk Yayınları.
- Hall, S. (2003). Kodlama ve kodaçım. B. Çoban, ve Z. Özaslan (Ed.), *Söylem ve İdeoloji içinde*, (309-326. ss). İstanbul: Su Yayınları.
- Hall, S. (2005). Kodlama, kodaçımlama. Ş. Yavuz (Dü.), *Medya ve İzleyici: Bitmeyen Tartışma içinde*, (86-99. ss). Ankara: Vadi Yayınları.
- Hobson, J. M. (2015). *Batı medeniyetinin doğulu kökenleri* (4. Baskı b.). (E. Ermert, Çev.). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Höijer, B. (2005). İzleyicilerin televizyon programlarını alımlayışı: Kuramsal ve metodolojik değerlendirme. Ş. Yavuz (Dü.), *Medya ve İzleyici: Bitmeyen Tartışma içinde*, (105-130. ss). Ankara: Vadi Yayınları.
- İnal, M. A. (1996). *Haberi okumak*. İstanbul: Temuçin Yayınları.
- İnceiplik, H. (2008). *Hollywood Sinemasında Kültürel Temsil Ve Oryantalizm*. (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi), Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Radyo ve Sinema Anabilim Dalı, Ankara.
- İrvan, S. (1997). Eleştirel yaklaşımlarda izleyici araştırmaları: Bir yöntem olarak alımlama çözümlemesi. *İlef Yıllık'94*. Ankara: Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları.
- Jensen, K. B. ve Rosengren, K. E. (2005). İzleyicinin peşindeki beş gelenek. Ş. Yavuz (Dü.), *Medya ve İzleyici: Bitmeyen Tartışma içinde*, ( 55-84. ss). Ankara: Vadi Yayınları.

- Köse, F. B. (2019). *I. Ulusal genç akademisyenler sempozyumu Prof. Dr. Fuat Sezgin ve islâmî ilimler.* (D. D. KÖSE, Dü.) Kahramanmaraş: KSÜ Siyer-i Nebi Araştırmaları Uygulama ve Araştırma Merkezi SAMER Yayınları.
- Kumar, D. (2010). Framing ıslam: The resurgence of orientalism during the bush ıı era. *Journal of Communication Inquiry*, 34(3), 254-277.
- Mert, A. (2015). Orientalism and cinema: Orientalist images ın the movie taken 2. *International Conference on the Changing World and Social Research 1*, 16-25.
- Morley, D. (1997). *Television, audiences and cultural studies.* London: Routledge.
- Önal, H. ve Baykal, K. C. (2011). Klasik oryantalizm, yeni oryantalizm ve oksidentalizm ekseninde sinemada değişen ‘ben’ ve ‘öteki’ algısı. *Journal of World of Turks*, 107-128.
- Özçetin, B. (2021). Britanya kültürel incelemeler okulu. Ö. Özer (Dü.), *Eleştirel Medya Kuramları içinde* (161-185. ss). Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Pavlik, J. ve Bridges, F. (2013). The emergence of augmented reality (AR) as a storytelling medium in journalism. *Journalism and Communication Monographs*, 15(4), 4-59.
- Rubin, A. (2007). Edward w. Said. A. Yıldız (Dü.), *Oryantalizm tartışma metinleri içinde* (17-38. ss). Ankara: Doğu Batı Yayınları.
- Ryan, M., & Kellner, D. (1997). *Politik kamera.* (E. Özsayar, Çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Said, E. (1998). *Oryantalizm sömürgeciliğin keşif kolu.* İstanbul: İrfan Yayımcılık.
- Said, E. (2000). *Haberlerin ağında ıslam.* İstanbul: Babil Yayınları.
- Said, E. (2004). *Kültür ve emperyalizm.* İstanbul: Hil Yayınları.
- Said, E. (2017). *Şarkiyatçılık batı'nın şark anlayışları* (Onuncu Baskı b.). (B. Yıldırım, Çev.). İstanbul: Metis Yayınları.
- Turna, B. B. (2002). Şarkiyatçılığı anlamak: Edward Said'in "şarkiyatçılık"ı üzerine notlar. *Doğu Batı Düşünce Dergisi Oryantalizm I*(20), 113-134.
- Uluç, G. (2009). *Medya ve oryantalizm, yabancı, farklı ve garip...öteki.* İstanbul: Anahtar Kitaplar Yayınevi.
- Vivarelli, N. (2022, 04 02). *Netflix, hbo max, amazon prime up the ante in Turkish tv production and storytelling.* Erişim Adresi variety.com: <https://variety.com/2022/tv/spotlight/turkish-tv-netflix-amazon-hbo-max-1235220335>
- Windahl, S. Ve Mcquail, D. (1997). *Kitle iletişim modelleri.* (K. Yumlu, Çev.). Ankara: İmge Kitabevi.
- Yanık, A. (2016). 18. Yüzyıl batı felsefesiyle yaratılan oryantalist Türk(iye) imajı ve sinemaya yansımaları: Imdb üzerinde bir analiz. *International Journal of Social Science*, 361-381.
- Yaylagül, L. (2018). *Kitle iletişim kuramları egemen ve eleştirel yaklaşımlar.* Ankara: Dipnot Yayınları.

Geliş Tarihi:

03.01.2022

Kabul Tarihi:

30.05.2022

Yayımlanma Tarihi:

15.06.2022

Kaynakça Gösterimi: Özsoylu, H. M., & Turanlı, M. (2022). Eğitim sistemi ve eğitime yapılan harcamaların orta ve üst düzey kadın yönetici istihdamına etkisi. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 21(43), 196-211. doi: 10.46928/iticusbe.1052921

## EĞİTİM SİSTEMİ VE EĞİTİME YAPILAN HARCAMALARIN ORTA VE ÜST DÜZEY KADIN YÖNETİCİ İSTİHDAMINA ETKİSİ\*

*Araştırma*

Hacer Merve Özsoylu 

Sorumlu Yazar (Correspondence)

[merveomeroglu@gmail.com](mailto:merveomeroglu@gmail.com)

Münevver Turanlı  

İstanbul Ticaret Üniversitesi

[mturanli@ticaret.edu.tr](mailto:mturanli@ticaret.edu.tr)

H. Merve Özsoylu Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi mezunu olup yüksek lisansını İstanbul Ticaret Üniversitesi İşletme Analitiği alanında tamamlamıştır.

Prof. Dr. Münevver Turanlı, İstanbul Ticaret Üniversitesi İnsan ve Toplum Bilimleri Fakültesi İstatistik Bölümü öğretim üyesidir. Uzmanlık alanları İstatistik, İstatistiksel Analiz, Karar Teorisi, Nicel Yöntemler gibi konulardır.

---

\* Bu makale Hacer Merve Özsoylu'nun "Eğitim Sistemi ve Eğitime Yapılan Harcamaların Orta ve Üst Düzey Kadın Yönetici İstihdamına Etkisi" başlıklı yüksek lisans tezinden üretilmiştir.



# EĞİTİM SİSTEMİ VE EĞİTİME YAPILAN HARCAMALARIN ORTA VE ÜST DÜZEY KADIN YÖNETİCİ İSTİHDAMINA ETKİSİ

Hacer Merve Özsoylu  
[merveomeroglu@gmail.com](mailto:merveomeroglu@gmail.com)  
Münevver Turanlı  
[mturanli@ticaret.edu.tr](mailto:mturanli@ticaret.edu.tr)

## Özet

**Amaç:** Bu araştırma, eğitim sistemi ve gayri safi milli hasıla üzerinden eğitime yapılan harcamaların, orta ve üst düzey kadın yönetici istihdamı üzerinde etkisi olup olmadığını açıklamak amacıyla yapılmıştır.

**Yöntem:** Çalışma nicel bir araştırma olarak tasarlanmış olup bir ülkenin zorunlu eğitim süresi, eğitime yaptığı harcama ve okullaşma oranı kullanılarak, orta ve üst düzey kadın yönetici istihdamı üzerindeki etkisini belirlemek amacıyla, IBM SPSS İstatistik programının 24. versiyonu kullanılarak, çoklu doğrusal regresyon analizi yapılmıştır.

**Bulgular:** Yapılan testlerle çoklu doğrusal regresyon analizinin tüm varsayımları sağlanmış ve anlamlı bir model ortaya konulmuştur. Gayri safi milli hasıladan eğitime yapılan harcama oranı ile okula gitmeyen öğrenci oranının, kadın yönetici istihdamı üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olduğu; zorunlu eğitim süresinin ise tek başına kadın yönetici istihdamında anlamlı etkiye sahip olmadığı görülmüştür. Ancak bu değişken, modelden çıkarıldığında bağımsız değişkenlerin bağımlı değişkeni açıklama oranları ile karşılaştırma oranlarında düşüş gözlemlenmiştir.

**Özgünlük:** Literatür incelendiğinde eğitim ve eğitim harcamaları ile istihdam konusu üzerinde sıklıkla çalışmalar yapıldığı görülmüş, ancak bu unsurların kadın yönetici istihdamıyla ele alındığı bir çalışmaya rastlanmamıştır. Bu nedenle, araştırma bulgularının özellikle kadın istihdamı konusuna anlamlı bir katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Kadın İstihdamı, Kadın Yönetici İstihdamı, Eğitim Harcamaları, Zorunlu Eğitim Süresi, Okullaşma, Okula Gitmeyen Öğrenciler, Cam Tavan, Çoklu Doğrusal Regresyon

**JEL Sınıflandırması:** H52, J21

# **THE EFFECT OF THE EDUCATION SYSTEM AND EDUCATION EXPENDITURE ON FEMALE SHARE OF EMPLOYMENT IN SENIOR AND MIDDLE MANAGEMENT**

## **Abstract**

**Purpose:** This research was carried out to explain whether the education system and the education expenditures made from the gross national product have an effect on the female share of employment in senior and middle management.

**Method:** The research was designed as a quantitative study and multiple linear regression analysis was conducted using IBM SPSS Istatistic version 24 to determine the effect of compulsory education duration, expenditures on education, and the rate of out of school students on middle and senior female employment.

**Findings:** With the tests, it was seen that all the assumptions of the multiple regression analysis were met and a meaningful model was created. The ratio of expenditure on education from gross national product and the rate of out-of-school students have a significant effect on female manager employment; On the other hand, it has been observed that the compulsory education period alone does not have a significant effect on the employment of female managers. However, when this variable was removed from the model, a decrease was observed in the ratios of independent variables explaining the dependent variable and in the comparison ratios.

**Originality:** When the literature is examined, it is seen that there are frequent studies on education and training expenditures and employment, but there is no study in which these factors are discussed with the employment of female managers. For this reason, it is thought that the research findings will make a significant contribution to the issue of women's employment.

**Keywords:** Women's Employment, Employment of Women Managers, Expenditure on Education, Duration of Compulsory Education, Schooling, Out of School Students, Glass Ceiling, Multiple Linear Regression

**JEL Classification:** H52, J2

## GİRİŞ

Ülkelerin eğitim sistemi birbirlerinden farklı dinamikler içermektedir. Ancak her eğitim sistemi bireyin gelişimini sürdürmesine, sosyokültürel yapısını güçlendirmesine katkı sağlamayı amaçlarken aynı zamanda insan sermayesinin niteliğinin yükselmesi konusunda belirleyici rol oynamaktadır. Çünkü özellikle eğitim alanında desteklenen her eylemin doğası, gelişmeye ve ilerlemeye doğru yol almaktadır.

Nitekim güçlü bir eğitim sisteminin oluşturduğu nitelikli insan sermayesi, üretimi ve ekonomik kalkınmayı beraberinde getirmektedir. Özellikle dünyanın birçok yerinde, ülkelerin nüfusunun yarısı veya yarısından fazlasını kadın nüfusunun oluşturduğu dikkate alındığında, kadının toplumsal rolünün iyi belirlenmesi önem arz etmektedir. Bu bağlamda kadının istihdamdaki konumu ve eğitimden aldığı pay toplumsal gelişmenin yönünün belirlenmesinde önemli bir etken olarak karşımıza çıkmaktadır. Kadının öğrenme ve uygulama kabiliyetlerinin ortaya çıkarılması katma değer üretiminde de yeni bir vizyon sağlayabilir. Öyle ki yeterlilik ve yetenek koşulları doğrultusunda gerçekleştirilen adil istihdam koşullarında özellikle kadınların yöneticilik pozisyonlarında daha çok yer edinmesi verimlilik ve ekonomik gelişme döngüsüne ivme kazandırabilir.

Toplumsal bir bakış açısıyla değerlendirildiğinde, sıklıkla kadınların günlük hayatta ya da iş hayatında ayrımcılığa maruz kaldığı durumlar ortaya çıkmakta, bu durum medyada veya diğer platformlarda tartışma konusu olmaktadır. Literatürde de kadının toplumsal rolünün tayini ve maruz kaldığı problemler farklı bakış açıları ve değerlendirmeler ile psikolojik, sosyolojik ekonomik vb. açıdan araştırılmaktadır.

Bu kapsamda çalışmada, 22 ülkenin verileri kullanılarak eğitim sistemi ve gayri safi milli hasıla üzerinden eğitime yapılan harcamaların, orta ve üst düzey kadın yönetici istihdamı üzerinde etkisi olup olmadığı incelenmiştir. Kadınların toplumda karşı karşıya kaldığı sorunları açıklamak amacıyla çalışmada özellikle, ülkelerin zorunlu eğitim süresi, ilkokul çağında okula gitmeyen çocukların oranı değişkenlerine de yer verilmiştir. Çalışmada kullanılan veriler Dünya Bankası'ndan elde edilmiş ve IBM SPSS İstatistik programının 24. versiyonu ile çoklu doğrusal regresyon yöntemi kullanılarak analiz edilmiştir. Çalışmadan elde edilen sonuçlara göre gayri safi milli hasıladan eğitime yapılan harcama oranı ile okula gitmeyen öğrenci oranının, kadın yönetici istihdamı üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olduğu; zorunlu eğitim süresinin ise tek başına kadın yönetici istihdamında anlamlı etkiye sahip olmadığı görülmüştür.

## KAVRAMSAL VE KURAMSAL ÇERÇEVE

“Eğitim, insanları belli amaçlara göre yetiştirme sürecidir” (Fidan, 1996: 4).

Ekonomik ve sosyal kalkınmayı meydana getiren başlıca unsur eğitimidir; toplumlar eğitim ile gelişmişlik ve refah düzeyini arttırarak ülke ekonomisine ve kalkınmasına katkıda bulunur. Çünkü eğitim, kalkınmanın gerçekleşmesi için ihtiyaç duyulan insan gücünü yetiştirir.

“Eğitim sistemiyle ilgili bazı düzenlemeler, eğitim talebi ile ilgili kararları etkilemek üzere kullanılır. Örneğin yeni öğrenim alanları açmak, giriş koşullarını değiştirmek, genel ve mesleki programları bütünleştirmek gibi reformlar, öğrenci gereksinimlerini karşılamak ve seçme davranışını yönlendirmek üzere kullanılabilir” (Ünal, 1996: 156).

Eğitime ilişkin talebi belirleyen faktörler bireysel, ailevi, toplumsal, ülkenin eğitim sistemi, maliyet ve istihdam koşulları olarak sıralanabilir. “Eğitimin bireysel talebinin, gelir beklentisi ve işgücü piyasası koşullarından önemli ölçüde etkilendiği genel kabul gören bir konudur. Bu nedenle ailenin gelir düzeyi ile birlikte beklenen gelir veya eğitimin beklenen getiri oranı, istihdam koşulları ve meslek seçimi gibi etkenler eğitimin bireysel talebini etkilediği söylenebilir” (Ünal, 1996: 146). Eğitim talebini belirleyen ailevi-toplumsal unsurlar açısından Yılmaz ve Sarpkaya (2016)’ya göre dar gelirli aileler, ekonomik açıdan üst sınıftaki ailelere göre eğitim konusunda çocuklarının geleceğine daha az yatırım yapmaktadır. Ancak bu kapsamda yalnızca ekonomik faktörler değil bireyin toplum içinde saygın bir konumda bulunma ve kendine sosyal bir çevre oluşturma isteği de belirleyici olabilmektedir. Eğitim talebini belirleyen başka bir unsur da maliyet unsurlarıdır. Bireysel maliyetler bireyin kendisi ya da ailesi tarafından eğitime ilişkin direkt maliyetleri içerirken toplumsal maliyet ise devlet ya da diğer yatırımcılar tarafından yapılan direkt maliyetleri içerir. Yılmaz ve Sarpkaya (2016), toplumun istihdam politikalarının eğitim talepleri üzerinde belirleyici unsur olduğunu belirterek bireylerin eğitimden daha fazla fayda sağlamayı hedeflediğini ifade etmiştir. Ancak bazı ülkelerde eğitim ve istihdam arasındaki dengenin halen sağlanamamış olması, işsizlik düzeylerinin fazla olması ve istihdam dışında kalan fakat yükseköğretim kurumlarından mezun bireylerin sayısının fazla olması durumlarında; eğitim talebi karşılanırsa dahi nitelik konusunda sorunlar olabileceği ve kişisel gelişimden ziyade, toplumda daha iyi bir statü elde edebilmek amacıyla eğitim talebi oluşturulduğu sonucuna varılmaktadır.

“Eğitim etkinliklerinin istenilen düzeyde yürütülmesi; her şeyden önce yeterli parasal kaynakların araştırılması, çeşitli alt kesimler arasında dengeli biçimde bölüştürülmesi ve eldeki kaynakların etkili bir biçimde kullanılmasını zorunlu kılmaktadır” (Adem, 1993: 183).

Eğitime yapılan harcamaların verimliliği bireysel ve toplumsal fayda olmak üzere iki şekilde incelenmektedir. Bireysel fayda, yüksek eğitim seviyesine sahip bir kişinin, düşük eğitim seviyesine sahip bir kişiden daha fazla gelir elde etmesi anlamında kullanılmaktadır. Toplumsal fayda ise, eğitimin GSMH’ye ve toplum geneline sağladığı yarardır. Eğitim seviyesi yüksek bir toplumda suç

oranları daha düşük, nüfus planlaması daha önemli ve çocukların daha iyi eğitim alması için ailenin çabası yüksek olduğundan toplumsal faydanın rakamlarla açıklanabilmesi daha güçtür.

Bir toplumun eğitim uygulamaları için ayırdığı kaynak, o toplumun gelişmişlik düzeyiyle yakından ilişkilidir. Çünkü ekonomisi güçlü toplumlar eğitime daha fazla kaynak ayırabilmektedir. Bu bağlamda bir ülkenin eğitim sistemi incelenirken, ekonomik yapının da göz ardı edilmemesi gerekir. Gülbeden (1991)'e göre eğitime yapılan harcamaların bir çeşit sermaye olduğu düşünüldüğünde bu sermayenin, milli gelire ve onun büyümesine ne kadar katkısı olduğu sorusu önem kazanmaktadır.

Ayrıca bir ülkenin gayri safi milli gelir içinden eğitime ayırdığı pay, o ülkedeki farklı gelir düzeyindeki ailelerin içinde bulunduğu eğitimde fırsat eşitsizliği durumunun ortadan kaldırılabilmesi için büyük önem taşımaktadır.

“Eğitim niteliğindeki artışın toplumsal düzeyde birçok açıdan dışsal fayda sağladığı dikkate alındığında eğitim harcamalarının iyi bir planlamayla yapılması önem arz etmektedir. Çünkü eğitim hizmetlerine ayrılan bütçenin nasıl kullanıldığı ve eğitime yönelik yapılan harcamaların miktarı, eğitim hizmetlerinin niteliğini ve niceliğini doğrudan etkileyebilmektedir” (Yorulmaz ve diğerleri, 2017: 178). Ulutürk (1998)'e göre eğitim harcamalarının getirisi, çoğu kez alternatif yatırım harcamalarına göre daha uzun sürede elde edilir. En az on ile yirmi yıllık bir temel eğitim ve daha üst eğitim için geçecek süreye gerek duyulduğu dikkate alınır, bu tür harcamaların uzun dönemli planlarla düzenlenmesi gerekliliği ortaya çıkar.

Gelişmiş ülkelerde ekonominin artan orandaki başarısının anahtarını ‘bilgi’ işçileri oluşturmaktadır. Yeni gelişmekte olan bu bilgi ekonomisinden kişilerin ve toplumların faydalanabilmeleri, büyük oranda sahip oldukları beşeri sermayeye, yani eğitim, kalite ve yeteneklere bağlıdır. Sonuç olarak, hükümetler gün geçtikçe insan sermayesi çitasını yükseltmeye önem vermeye başlamaktadır.

Kadın istihdamı, erken cumhuriyet döneminden bu yana, çözümlenmeyi bekleyen bir mesele konumundadır. Bu noktada tarihi süreçler göz önüne alındığında, kadınların istihdama katılım oranının arzu edilen seviyede olmamasının topluma özgü temel nedenleri arasında; öncelikle toplumsal cinsiyet temelli işbölümü, kırsal kesimden kente doğru yapılan göç, tarımda yaşanan çözümlenme, geleneksel aile sisteminin zayıflaması, bunun sonucu olarak da aile ve çalışma hayatının dengelenmesinde yaşanan sorunlar ile kadınların eğitim seviyesinin düşük olması, önemli faktörler olarak tespit edilmektedir (Hotar, 2011: 84).

Kadınların iş hayatında aktif olmalarının hem bireysel hem de toplumsal sonuçları mevcuttur (Ecevit, 2010: 2).

- İstihdam edilen kadınlar, ekonomik bağımsızdır ve evdeki karar alma süreçlerinde daha etkilidir. Kadınlar ve erkekler arasındaki eşitliğin sağlanabilmesinin en önemli şartlarından biri, kadınların istihdam edilmesidir.

- İş hayatında kadınların daha fazla yer alması, yoksulluğun azalması bağlamında oldukça önemlidir. Böylece hane içi gelir daha yüksek olduğundan standartları daha yüksek bir hayat oluşacak ve buna bağlı olarak da GSMH’de artış yaşanacaktır.

Örneğin 100 yıl önce Avrupa’nın gayri safi milli geliri düşük bir ülkesi olan Norveç, günümüzde özellikle kadın iş gücüyle birlikte dünyanın gelir seviyesi en yüksek ülkeleri arasında gösterilmektedir.

## **YÖNTEM**

Bu çalışmada kadınların iş yaşamında orta ve üst düzey yönetici vasfıyla var olma nedenleri, eğitim faktörleri ile açıklanmaya çalışılmıştır. Bu eğitim faktörleri ülkelerin zorunlu eğitim süresi, GSMH üzerinden eğitime yapılan harcama ve ilkökul çağında okula gitmeyen öğrenci oranı olarak ele alınmıştır.

Analizde 22 ülkenin, 2017 yılında orta ve üst kademe yönetimde kadınların istihdam payı (%), devletin GSMH üzerinden yaptığı eğitim harcamaları (%), ilkökul çağında okula gitmeyen çocukların oranı (%) ve yıl bazında zorunlu eğitim süresi kullanılmıştır.

Araştırmanın evrenini dünya genelinde orta ve üst düzey yönetici olarak istihdam edilen kadınlar oluşturmaktadır.

Çalışmanın analiz kısmı için IBM SPSS İstatistik programının 24. versiyonu kullanılmıştır.

Çalışma verileri açık erişimli Dünya Bankasından, kayıp veri içermeyecek şekilde alınmış olup 2017 yılı göstergelerini içermektedir. Analiz sırasında uç değer içerdiği için Zambiya, Cook's D. sonuçlarına göre veri setinden çıkarılmıştır.

Çoklu Regresyon analizinde

Bağımlı Değişken (y) : Orta ve Üst Düzey Yönetici Kadın İstihdam Oranı

Bağımsız Değişken ( $x_1$ ): Eğitime Yapılan Harcama (GSMH’ye oran)

Bağımsız Değişken ( $x_2$ ): Okula Gitmeyen Çocuk Oranı (%)

Bağımsız Değişken ( $x_3$ ): Zorunlu Eğitim Süresi (Yıl) olarak gösterilmiştir.

Araştırmaya ait hipotezler aşağıdaki şekilde oluşturulmuştur:

### **Hipotez 1**

**H<sub>0</sub>**: Gayri safi milli gelir üzerinden eğitime yapılan harcama oranının, modele anlamlı etkisi yoktur.

**H<sub>a</sub>**: Gayri safi milli gelir üzerinden eğitime yapılan harcama oranının, modele anlamlı etkisi vardır.

### **Hipotez 2**

**H<sub>0</sub>**: Okula gitmeyen çocuk oranının, modele anlamlı etkisi yoktur.

**H<sub>a</sub>**: Okula gitmeyen çocuk oranının, modele anlamlı etkisi vardır.

### Hipotez 3

**H<sub>0</sub>**: Zorunlu eğitim süresinin, modele anlamlı etkisi yoktur.

**H<sub>a</sub>**: Zorunlu eğitim süresinin, modele anlamlı etkisi vardır.

### BULGULAR

Bu çalışmada bir ülkenin zorunlu eğitim süresi, eğitime yaptığı harcama ve okullaşma oranı kullanılarak, orta ve üst düzey kadın yönetici istihdamı üzerindeki etkisini belirlemek amacıyla çoklu doğrusal regresyon analizi yapılmıştır.

**Tablo 1.** Tanımlayıcı İstatistikler

|                | İstihdam | Harcama | Okula Gitmeyen | Eğitim Süresi |
|----------------|----------|---------|----------------|---------------|
| Ortalama       | 29.8123  | 5.3556  | 0.80964        | 11.1364       |
| Standart Sapma | 5.70532  | 1.30208 | 1.17849        | 1.88466       |
| Veri Sayısı    | 22       | 22      | 22             | 22            |

Veri setinde kayıp veri bulunmamakta her bir değişken için 22 adet gözlem verisi bulunmaktadır.

Tabloya göre  $\bar{y}$  (İstihdam) 29.81,  $\bar{x}_1$  (Harcama) 5.36,  $\bar{x}_2$  (Okula Gitmeyen) 0.81,  $\bar{x}_3$  (Eğitim Süresi) 11.14; standart sapmaların ise  $y$  için 5.71,  $x_1$  için 1.30,  $x_2$  için 1.18,  $x_3$  için 1.88 olduğu görülmektedir.

Tabachnick ve Fidell (2013)'e göre bir verinin normal dağıldığını söyleyebilmek için çarpıklık ve basıklık değerlerinin 1.5 ile -1.5 aralığında olması gerekmektedir.

**Tablo 2.** Çarpıklık ve Basıklık Değerleri

|              | Çarpıklık | Basıklık |
|--------------|-----------|----------|
| İstihdam (y) | -0.478    | -0.134   |

Çarpıklık ve basıklık değerleri 1.5 ile -1.5 aralığında olduğundan bağımlı değişken olan istihdam, normal dağılıma uygundur.

Ayrıca Kim (2013)'e göre çarpıklık ve basıklık değerlerinin kendi standart hatalarına bölünmesiyle bulunan değerlerin, yani  $z$  skorlarının -1.96 ve + 1.96 arasında olması normallik varsayımının sağlandığı anlamına gelmektedir.

**Tablo 3.** Çarpıklık ve Basıklık Değerleri

|           | Değer  | Standart Hata | Z Skorları |
|-----------|--------|---------------|------------|
| Çarpıklık | -0.478 | 0.491         | -0.973     |
| Basıklık  | -0.134 | 0.953         | -0.14      |

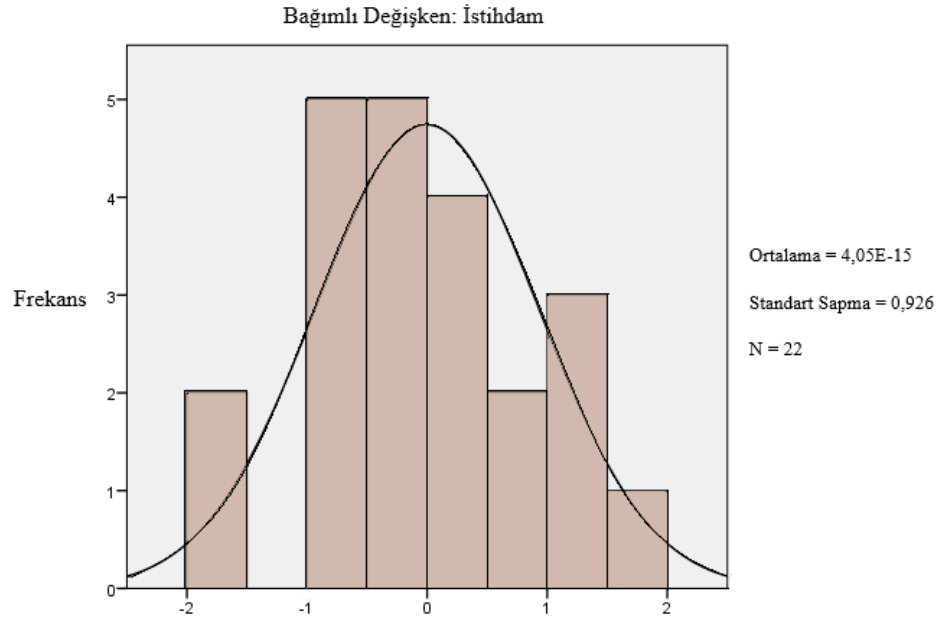
Z skorlarının  $-+1.96$  aralığında olduğu görüldüğünden normal dağılım olduğu görülmektedir.

Bunlarla birlikte kısaca Wilk testi olarak anılan, 50 gözlemden az veri setinin normal dağılıma uygunluğunda Samuel Shapiro ve Martin Wilk tarafından geliştirilen test de normal dağılımın sınanmasında sıklıkla kullanılmaktadır.

$H_0$  : Veriler normal dağılmaktadır.

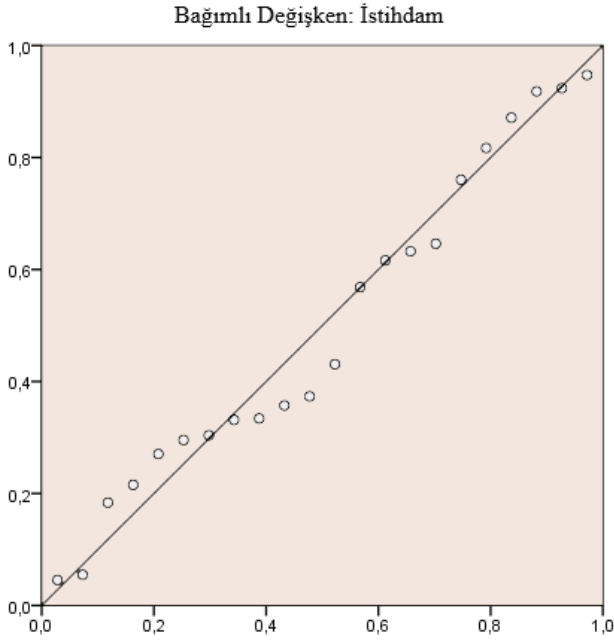
$H_a$  : Veriler normal dağılmamaktadır.

Shapiro-Wilk testi sonucu 0.663 olduğundan, yani 0.05'ten büyük olduğundan veriler normal dağılmış olup  $H_0$  hipotezi kabul edilmiştir.



**Şekil 1.** Histogram

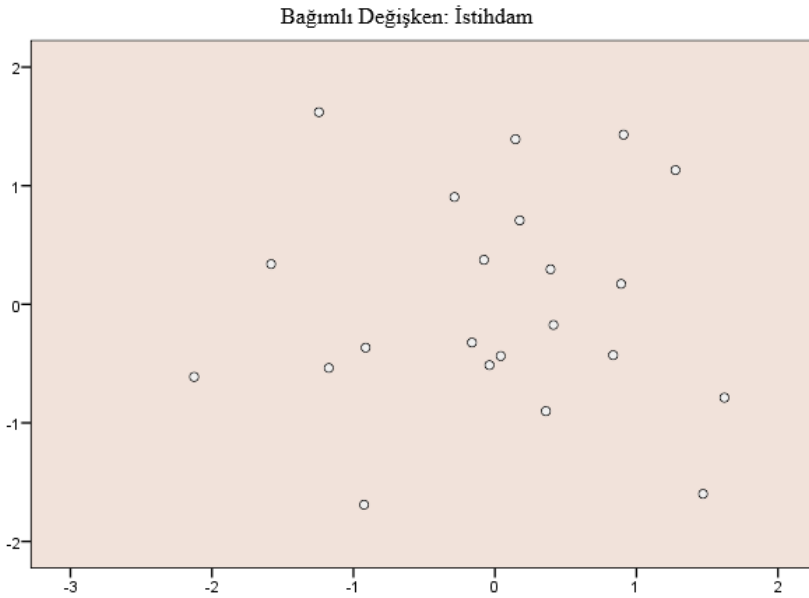




**Şekil 2.** Plot

Şekil 1 ve 2 incelendiğinde hataların normal dağıldığı görülmektedir.

Hata terimlerinin her birinin dağılım varyansının birbirine eşit ve sabit olması gerekmektedir. Bir modelde hata teriminin varyansı sabit olursa homoskedastisiteden söz edilebilir.



**Şekil 3.** Dağılım Grafiği

Şekil 3 incelendiğinde hata terimlerinin eşit dağıldığı görülmektedir. Yani eşvaryanslılığın (varyans homojenliğinin) mevcut olduğu görülmektedir.

Çoklu doğrusallık (bağlantı) sorunu, regresyon modelindeki bağımsız (açıklayıcı) değişkenler arasında yüksek derecede korelasyon olmamasıdır. Berry ve Feldman'a göre bağımsız değişkenler arasında çoklu doğrusallığın olmaması için korelasyon değerlerinin 0.80'in altında olması gerekmektedir.

**Tablo 4.** Korelasyonlar

|                    |                        | İstihdam | Eğitim Harcaması | Okula Gitmeyen Öğrenci | Eğitim Süresi |
|--------------------|------------------------|----------|------------------|------------------------|---------------|
| Pearson Korelasyon | İstihdam               | 1.000    | 0.853            | -0.650                 | 0.224         |
|                    | Eğitim Harcaması       | 0.853    | 1.000            | -0.520                 | 0.126         |
|                    | Okula Gitmeyen Öğrenci | -0.650   | -0.520           | 1.000                  | -0.016        |
|                    | Eğitim Süresi          | 0.224    | 0.126            | -0.016                 | 1.000         |
| Sig. (1-tailed)    | İstihdam               |          | 0.000            | 0.001                  | 0.158         |
|                    | Eğitim Harcaması       | 0.000    |                  | 0.007                  | 0.288         |
|                    | Okula Gitmeyen Öğrenci | 0.001    | 0.007            |                        | 0.472         |
|                    | Eğitim Süresi          | 0.158    | 0.288            | 0.472                  |               |

Eğitim harcamaları, okula gitmeyen öğrenci sayıları ve zorunlu eğitim süresi değişkenlerinin korelasyon tablosuna bakıldığında, tüm değerlerin 0.80'in altında olduğu görüldüğünden çoklu doğrusallık sorunu bulunmamaktadır. Ayrıca bağımlı değişken ile bağımsız değişkenlerin ilişkili olması beklenmektedir. Orta ve üst düzey kadın yönetici istihdamı ile bağımsız değişkenler kontrol edildiğinde eğitim harcamaları ve okula gitmeyen öğrenci sayısı arasında güçlü bir ilişki olduğu görülmektedir. Ancak bağımlı değişken ile zorunlu eğitim süresi arasında zayıf bir ilişki mevcuttur.

Çoklu bağlantı durumunun tespiti için varyans şişme değerlerine de bakılmaktadır. Pan ve Jackson (2008) ile Allison (1999), değişkenler arasında çoklu doğrusallık olmaması için VIF (Variance Inflation Factor) değerinin 2.5'in altında olması gerektiğini belirtmiştir.

**Tablo 5.** Katsayılar<sup>a</sup> (VIF)

| Model |                        | Korelasyonlar |         |        | Doğrusallık İstatistikleri |       |
|-------|------------------------|---------------|---------|--------|----------------------------|-------|
|       |                        | Zero-order    | Partial | Part   | Hata Payı                  | VIF   |
| 1     | Eğitim Harcamaları     | 0.853         | 0.794   | 0.579  | 0.716                      | 1.397 |
|       | Okula Gitmeyen Öğrenci | -0.650        | -0.490  | -0.249 | 0.727                      | 1.375 |
|       | Eğitim Süresi          | 0.224         | 0.285   | 0.132  | 0.981                      | 1.020 |

a. Bağımlı Değişken: İstihdam

Tablo 5'te VIF değerleri 1.5'in de altında olduğu görüldüğünden çoklu bağlantı sorunu bulunmamaktadır.

Uç değerleri, Mahalonobis, Cook's ve Centered Leverage ile kontrol edilmektedir. Regresyon modelinde üç bağımsız değişken bulunduğundan Ki-kare tablosuna göre 0.001 için en yüksek değer 16.266 olması gerekmektedir. Cook (1982)'a göre, Cook's D.'in en yüksek değerinin 1'in altında olması gerekmektedir.

**Tablo 6.** Kalıntılar<sup>a</sup>

|                      | En Düşük | En Yüksek |
|----------------------|----------|-----------|
| Mahalonobis Distance | 0.086    | 14.058    |
| Cook's D. (Distance) | 0.001    | 0.822     |

a. Bağımlı Değişken: İstihdam

Tablo 6'da görüldüğü üzere Mahalonobis'in en yüksek değeri 14.06 yani, 16.266'dan küçük ve Cook's değeri 0.822 yani 1'den küçük olduğundan veri setinde uç değer bulunmamaktadır.

Tüm varsayımların geçerliliği test edildiğinden çoklu doğrusal regresyon analizi gerçekleştirilebilir.

### Model Hipotezi

$H_0$  : Model anlamlı değildir.

$H_a$  : Model anlamlıdır.

**Tablo 7.** Anova<sup>a</sup>

|   | Model      | Özet Kareler | df | Ortalama Kare | F      | Anlamlılık        |
|---|------------|--------------|----|---------------|--------|-------------------|
| 1 | Regresyon  | 549.063      | 3  | 183.021       | 24.493 | ,000 <sup>b</sup> |
|   | Kalıntılar | 134.502      | 18 | 7.472         |        |                   |
|   | Toplam     | 683.565      | 21 |               |        |                   |

a. Bağımlı Değişken: İstihdam

b. Tahmin Değişkenleri (Sabit), Eğitim Harcamaları, Okula Gitmeyen Öğrenciler, Eğitim Süresi

Tablo 7'nin anlamlılık değeri 0.05'ten küçük olduğundan  $H_0$  reddedilir; yani model anlamlıdır.

**Tablo 8.** Model Özeti<sup>b</sup>

| Model | R                 | R <sup>2</sup> | Düzeltilmiş R <sup>2</sup> | Standart Tahmin Hatası | Durbin-Watson |
|-------|-------------------|----------------|----------------------------|------------------------|---------------|
| 1     | ,896 <sup>a</sup> | 0.803          | 0.770                      | 2.733556               | 2.034         |

a. Bağımlı Değişken: İstihdam

b. Tahmin Değişkenleri (Sabit), Eğitim Harcamaları, Okula Gitmeyen Öğrenciler, Eğitim Süresi

Tablo 8’de görülen özet istatistiklerinde istihdamın; eğitim harcamaları, okula gitmeyen öğrenciler ve eğitim süresiyle açıklandığı çoklu doğrusal regresyon modeline ait belirlilik katsayısının 0.77 olduğu görülmektedir.  $R^2$  değerinin 0.77 olması da modelin anlamlılığının yüksek olduğunu göstermektedir.

Tablo 7 ve 8 incelendiğinde:

Analiz sonucunda anlamlı bir regresyon modeli oluşturulmuş,  $F(3, 18) = 24.493$ ,  $p < 0.001$  ve bağımlı değişkendeki varyansın %77’si ( $R^2_{\text{adjusted}} = .77$ ) bağımsız değişkenler tarafından açıklanmıştır.

**Tablo 9.** Katsayılar<sup>a</sup>

| Model | Standartlaştırılmamış Katsayılar |               | Standartlaştırılmış Katsayılar | t      | Sig.   |       |
|-------|----------------------------------|---------------|--------------------------------|--------|--------|-------|
|       | B                                | Standart Hata | Beta                           |        |        |       |
| 1     | Sabit                            | 10.414        | 4.478                          |        | 2.326  | 0.032 |
|       | Eğitim Harcamaları               | 2.996         | 0.541                          | 0.684  | 5.534  | 0.000 |
|       | Okula Gitmeyen Öğrenci           | -1.416        | 0.594                          | -0.293 | -2.386 | 0.028 |
|       | Eğitim Süresi                    | 0.404         | 0.320                          | 0.133  | 1.264  | 0.222 |

a. Bağımlı Değişken: İstihdam

Tablo 9’a göre modelde bulunan Harcama ve Okula Gitmeyen bağımsız değişkenleri anlamlı, Eğitim Süresi bağımsız değişkeni anlamsızdır.

Buna göre:

Harcama, Orta ve Üst Düzey Kadın Yönetici İstihdamını olumlu ve anlamlı olarak açıklamaktadır,  $\beta = .684$ ,  $t(18) = 5.534$ ,  $p < .001 = .63$

Okula Gitmeyen Öğrenci Oranı, Orta ve Üst Düzey Kadın Yönetici İstihdamını olumsuz ve anlamlı olarak açıklamaktadır.  $\beta = -.293$ ,  $t(18) = -2.386$ ,  $p < .05 = .062$

Eğitim Süresi, Orta ve Üst Düzey Kadın Yönetici İstihdamını anlamlı olarak açıklamamaktadır.  $\beta = .133$ ,  $t(18) = 1.264$ ,  $p > .05 = .0174$

Tablo 9’a bakıldığında regresyon modeli şu şekilde oluşmaktadır:

$$\hat{Y} = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_i X_i$$

$$\text{Orta ve Üst Düzey Kadın İstihdamı} = 10.414 + 2.996 * \text{Harcama} + -1.416 * \text{Okula Gitmeyen Öğrenci} + .404 * \text{Eğitim Süresi}$$

$H_1$  hipotezinde,  $H_0$  reddedilmiş ve gayri safi milli gelir üzerinden eğitime yapılan harcama oranının, modele anlamlı etkisi olduğu kabul edilmiştir.

$H_2$  hipotezinde,  $H_0$  reddedilmiş ve okula gitmeyen öğrenci oranının, modele anlamlı etkisi olduğu kabul edilmiştir.

$H_3$  hipotezinde,  $H_0$  kabul edilmiş ve zorunlu eğitim süresinin, modelde anlamlı etkisi olmadığı kabul edilmiştir.

Çalışmanın tez kısmında anlamsız olan zorunlu eğitim süresi modelden çıkarılarak ikinci bir analiz yapılmış ve sonuçlar karşılaştırmalı olarak paylaşılmıştır.

## **SONUÇ, TARTIŞMA VE ÖNERİLER**

Değişim ve dönüşümün hızlandığı günümüz koşullarında kadının toplumsal rolünün tayininde en önemli noktalardan biri kadın iş gücünün çalışma koşullarının ve etkilerinin doğru analiz edilmesi ve değerlendirilmesidir. Giderek artan kadın nüfusu, doğru sistem yapılanmasının ve kadın ayrımcılığının topluma olan etkilerinin belirlenmesini önemli hale getirmiştir. Bu bağlamda çalışmada eğitim sistemi ve gayri safi milli hasıla üzerinden eğitime yapılan harcamaların, orta ve üst düzey kadın yönetici istihdamı üzerinde etkisi olup olmadığı incelenmiştir.

Çalışmanın uygulama bölümünde belirtildiği üzere kurulan ilk modelde anlamsız çıkan değişken model dışında bırakılarak, ikinci bir model daha kurulduğu ancak kurulan ikinci modelin açıklama oranında ve bağımsız değişkenlerin anlamlılığında azalma görüldüğü belirtilmiştir. Bu durumdan yola çıkılarak anlamsız olan değişkenin modelde tutulması ya da anlamsız değişkenin modelden çıkarılması kararı ile karşılaşılmaktadır. İstihdamın eğitim süresi ile olan ilişkisi kapsamında literatür incelemesi yapıldığında genel görüş, 'İnsan Sermayesi Kuramı' çerçevesinde iki faktör arasında doğrusal bir bağ olduğu yönündedir. Bu nedene ek olarak oluşturulan ilk modelin açıklayıcılığı daha fazla olduğundan, zorunlu eğitim süresi değişkeninin modelde tutulması daha uygun görülmüştür.

Yapılan analiz sonucunda dünya genelindeki ülkeler incelendiğinde eğitime daha fazla pay ayıran ülkelerin ekonomik düzeyinin ve dolayısıyla gelişmişlik seviyesinin daha fazla olduğu görüldüğünden; buradan gelişmiş ülkelerin kadın istihdam oranının daha fazla olduğu sonucu çıkarılabilmektedir. Orta ve üst düzey kadın yönetici istihdamı ile okula gitmeyen öğrenci sayısının ters orantılı olduğu ve okula gitmeyen öğrenci sayısı ile ülkelerin sosyal gelişmişlikleri arasındaki bağlantı göz önünde bulundurulduğunda, ülkelerin insani gelişmişlik düzeyleri üzerinde kadın yönetici istihdamının da dolaylı etkiye sahip olduğu sonucuna varılabilir. Eğitim harcamalarına, GSMH üzerinden ayrılan payın arttıkça kadın yönetici istihdamının da arttığı, yani eğitime yapılan harcamaların kadın istihdamına olumlu etkileri olduğu gözlemlenmiştir.

Bu hususlardan hareketle kadın yönetici istihdamının fazla olduğu ülkelerde eğitime ayrılan bütçe payının yüksek, okula gitmeyen öğrenci oranının düşük olduğu sonucuna varılmıştır. İngiltere, İsveç, Norveç gibi ileri gelişmişlik düzeyine sahip ülkeler bu duruma örnek olarak verilebilir. Eğitim seviyesi yüksek olan ülkelerin sistematiği incelendiğinde, eğitim sistemlerine ilişkin kararlar alınırken öğretmenlerin hatta velilerin karar verme sürecinde yer aldığı görülmektedir. Çünkü öğrenciyi, öğretmeni ve veliyi okul yönetimine katan sistemlerde öğrencilerin, genel özellikleri ve yetiştikleri sosyokültürel ortam doğrultusunda hareket edilmektedir.

Yapılan araştırmalar sırasında PISA başarı ortalaması yüksek ülkelerde, zorunlu eğitim süresinin farklılık göstermekte olduğu yani genel başarının, eğitim süresinin yılı ile paralellik göstermediği tespit edilmiştir. Buradan başarı faktöründe esas önemli unsurun, zorunlu eğitim yılının değil verilen eğitimin niteliğinin olduğu anlaşılmaktadır. İnsani gelişmişlik endeksini yükseltmenin başlıca yolu eğitimin niteliğini arttırmaktan geçmektedir. Ayrıca eğitime yapılan toplam harcamanın yanında öğrenci başına düşen harcamaların da incelenmesi gerekmektedir. Çünkü bir ülkenin genç nüfusu fazla ise her geçen yıl eğitime katılma oranı da aynı derecede artacaktır.

Kadın istihdamında yaşanan sorunlar, zaman zaman gündeme gelen ancak çözüme kavuşamayan problemlerden biridir. Bu problemler kadının medeni hali ya da çocuk sahibi olup olmadığıyla ilgilidir. Kadın istihdamında yaşanan bu sorunların devletin iş kanununda bazı düzenlemeler yaparak önüne geçilebileceği düşünölmektedir. Örneğin çocuk sahibi olan çiftlerde yalnızca anneye değil, babaya da belli izin süresi tanınmasının, durumu eşit hale getirebileceği düşünölmektedir. Diğer bir ifade ile esnek çalışma saatleri yalnızca çocuğu olan kadınlara değil, erkeklere de verilirse işveren açısından kadınlar, ayrımcılığa uğrayan ve kariyer planlamasında geri plana itilen taraf olmayacaktır. Böylece çocuk sahibi olan kadınlar ve erkekler, işverenler açısından aynı bakış açısı ile değerlendirilebilecektir. Bunun dışında ücretli izin hakkını kullanan anneye ödenecek sigorta ve beraberindeki maaş yükünün devlet tarafından karşılanması, işverenin yükünü hafifletmek adına yararlı olacaktır.

Bu hususta yasalarda koruma ölçüsü ne kadar artarsa, arka planda kadınların istihdama dahil olması o kadar güçleşmektedir. Yukarıda ifade edilen çalışmaların yanında kadınlar için koruyucu olmaktan ziyade eşitlik ilkesini uygulayan, ‘ebeveynlik’ politikaları ve düzenlemelerinin, bahsi geçen sorunların önüne geçebileceği düşünölmektedir.

## KAYNAKÇA

- Adem, M. (1993). Ulusal eğitim politikamız ve finansmanı. *Ankara Üniversitesi Eğitim Fakültesi Yayınları*, 172.
- Ecevit, Y. (2010). *İşgücü piyasasında toplumsal cinsiyet eşitliği el kitabı*. Ankara: Pelin Ofset.
- Fidan, N. (1996). *Okulda öğrenme ve öğretme*. Ankara: Alkım Yayınevi.
- Gülbeden D. (1991). *Eğitimin etkenliği ve Türkiye’de öğretim ile ekonomik gelişme ölçüleri arasındaki ilişkiler*. Ankara: Milli Prodüktivite Merkezi Yayınları.
- Hotar, N. (2011). Ekonomik toplumsal kalkınma ve kadın istihdamı. *TÜRK – İŞ Dergisi*, (392), 84-86.
- Ulutürk, S. (1998). *Türkiye’de planlı dönemde kamu harcamalarının gelişimi ve devletin ekonomideki rolü*. Ankara: Akçağ Yayınları.
- Ünal, L. I. (1996). *Eğitim ve yetiştirme ekonomisi*. Ankara: Torun Matbaası.
- Yılmaz T., & Sarpkaya R. (2016). *Eğitim ekonomisi*. Ankara: Anı Yayınları.
- Yorulmaz, Y. İ., Çolak, İ. & Ekinci, C. E. (2017). An evaluation of PISA 2015 achievements of OECD countries with in income distribution and education expenditures, *Turkish Journal of Education*. 6(4), 169-185.

Geliş Tarihi:

06.01.2022

Kabul Tarihi:

21.04.2022

Yayımlanma Tarihi:

15.06.2022



Kaynakça Gösterimi: Çiçek, B., Şahin, H., & Erkal, S. (2022).

0-6 yaş çocuğu olan ebeveynlerin ev kazalarına yönelik güvenlik önlemlerinin incelenmesi: Covid-19 salgın dönemi örneği. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 21(43), 212-230.

doi: 10.46928/iticusbe.1053663

## 0-6 YAŞ ÇOCUĞU OLAN EBEVEYNLERİN EV KAZALARINA YÖNELİK GÜVENLİK ÖNLEMLERİNİN İNCELENMESİ: COVID-19 SALGIN DÖNEMİ ÖRNEĞİ

*Araştırma*

Birgül Çiçek  

Sorumlu Yazar (Correspondence)



Hacettepe Üniversitesi

[birgulaydin@hacettepe.edu.tr](mailto:birgulaydin@hacettepe.edu.tr)

Hande Şahin 

Kırıkkale Üniversitesi

[hande\\_k1979@yahoo.com](mailto:hande_k1979@yahoo.com)

Sibel Erkal  

Hacettepe Üniversitesi

[serkal@hacettepe.edu.tr](mailto:serkal@hacettepe.edu.tr)

Birgül Çiçek, Hacettepe Üniversitesi İ.İ.B.F. Aile ve Tüketici Bilimleri bölümünde Arş. Gör. olarak çalışmaktadır. Aile yaşam dönemleri, aile içi rol ve sorumluluklar, toplumsal cinsiyet ve 0-6 yaş çocuğu olan ebeveynlerin sorunları ile ilgili araştırmalar yapmaktadır.

Hande Şahin, Kırıkkale Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi Sosyal Hizmet Bölümünde profesördür. Yaşlı ve engelli sorunları, yaşam kalitesi, risk altındaki çocuklar ve gençler, çocuk istismar ve ihmali gibi konuları içeren dersler vermekte ve bu alanlarda araştırmalar yayınlamaktadır.

Sibel Erkal, Hacettepe Üniversitesi İ.İ.B.F. Aile ve Tüketici Bilimleri Bölümünde profesördür. Kurum ev idaresi, kişisel ve toplumsal sağlık, ev kazaları, iş kazaları, hijyen, şiddet, çevre gibi konuları içeren dersler vermekte ve bu alanlarda araştırmalar yayınlamaktadır.



# 0-6 YAŞ ÇOCUĞU OLAN EBEVEYNLERİN EV KAZALARINA YÖNELİK GÜVENLİK ÖNLEMLERİNİN İNCELENMESİ: COVID-19 SALGIN DÖNEMİ ÖRNEĞİ

Birgül Çiçek  
[birgulaydin@hacettepe.edu.tr](mailto:birgulaydin@hacettepe.edu.tr)  
Hande Şahin  
[hande\\_k1979@yahoo.com](mailto:hande_k1979@yahoo.com)  
Sibel Erkal  
[serkal@hacettepe.edu.tr](mailto:serkal@hacettepe.edu.tr)

## Özet

**Amaç:** Bu araştırma, Covid-19 salgınının ülkemizde görülmeye başladığı 11 Mart 2020- 13 Temmuz 2021 tarihleri arasında 0-6 yaş çocuklarının ev kaza oranlarının belirlenmesi, ebeveynlerin salgın dönemine ilişkin bazı bireysel ve ailesel özelliklerinin ortaya konulması, ev kazaları ve kazaların önlenmesine ilişkin bilgi birikimlerinin çeşitli sosyo-demografik değişkenler açısından incelenmesi amacıyla yapılmıştır.

**Yöntem:** Araştırmanın çalışma grubunu, farklı illerde yaşayan, tüm çocukları 0-6 yaş grubunda olan ve Covid-19 salgın sürecinde evden ya da esnek çalışma sistemiyle çalışan, araştırmaya katılmayı gönüllü olarak kabul eden 540 ebeveyn oluşturmaktadır. Araştırma verileri, araştırmacılar tarafından hazırlanmış “Sosyo-demografik Bilgi Formu” ile Çınar ve Görak (2003) tarafından geliştirilen “0-6 Yaş Grubu Çocuğu Olan Annelerin Ev Kazalarına Yönelik Güvenlik Önlemlerini Tanılama Ölçeği” kullanılarak toplanmıştır.

**Bulgular:** Salgın döneminde 0-6 yaş çocuklarının ev kazası geçirme oranı %24,8 olarak bulunmuştur. Ebeveynlerin ev kazalarına yönelik güvenlik önlemlerini tanılama ölçeği puan ortalaması orta düzeyin üzerinde belirlenmiştir. Kadınların erkeklere, Covid-19 salgın döneminde çocuklarının ev kazası geçirmediğini belirtenlerin ev kazası yaşadığını belirtenlere göre ölçekten aldıkları puanların daha yüksek olduğu sonucuna varılmıştır ( $p<0,01$ ,  $p<0,001$ ). Ayrıca Covid-19 salgın döneminde kaza geçiren 0-6 yaş gurubu çocuklarının ( $n=134$ ) %12,7’sinin anne ya da babasının Covid-19 tanısı aldıkları dönemde ev kazası yaşadığı belirlenmiştir. Elde edilen bulgular alan yazındaki güncel salgın dönemi ve salgın öncesi çalışmalar çerçevesinde tartışılmış, salgın döneminde çocuklarda yaşanabilecek ev kazalarının önlenmesi amacıyla bireylere, ilgili kurum ve kuruluşlara önerilerde bulunulmuştur.

**Özgünlük:** Salgın döneminde konu ile ilgili az sayıda akademik çalışmalara rastlanıldığından bu çalışmanın alan yazına katkı sağlayacağı, konu ile ilgili yapılacak benzer çalışmalara öncülük edeceği düşünülmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Covid-19, Ev Kazası, Yaralanma, 0-6 Yaş Grubu Çocuk

**JEL Sınıflandırması:** I18, J13

# EXAMINATION OF SAFETY MEASURES AGAINST HOME ACCIDENTS OF PARENTS WITH CHILDREN AGED 0-6 YEARS: THE COVID-19 PANDEMIC

## Abstract

**Purpose:** This study aims to determine the home accident rates of children aged 0-6 between the dates of 11 March 2020 and 13 July 2021, when the epidemic started to appear in our country, to reveal some individual and familial characteristics of parents regarding the epidemic period, to collect information on home accidents and prevention of accidents in various socio-demographic forms.

**Method:** The study group of the research consists of 540 parents living in Turkey, all children in the 0-6 age group, working from home or with a flexible working system during the Covid-19 epidemic, and voluntarily accepting to participate in the research. The research data were collected using the "Socio-demographic Information Form" prepared by the researchers and the "Scale for Diagnosing Safety Measures for Home Accidents of Mothers with 0-6 Age Group Children" developed by Çınar and Görak (2003).

**Findings:** The rate of children aged 0-6 having a home accident during the epidemic was found to be 24.8%. The mean score of the parents' scale for diagnosing safety measures for home accidents was determined above the medium level. It was concluded that women and men, and those who stated that their child/s did not have a home accident during the Covid-19 epidemic had higher scores from the scale than those who stated that they had a home accident ( $p<0.01$ ,  $p<0.001$ ). In addition, it was determined that 12.7% of 0-6 age group children ( $n=134$ ) who had an accident during the Covid-19 epidemic period had a home accident when their mother or father was diagnosed with Covid-19. The findings were discussed within the framework of the current epidemic period and pre-epidemic studies in the literature, and suggestions were made to individuals, relevant institutions and organizations in order to prevent home accidents that may occur in children during the epidemic period.

**Originality:** Since there are few academic studies on the subject during the epidemic period, it is thought that this study will contribute to the field by filling the gap in the literature and lead similar studies to be made on the subject.

**Keywords:** Covid-19 Pandemic, Home Accident, Injury, 0-6 Age Group Children

**JEL Classification:** I18, J13

## GİRİŞ

İnsanlık tarihi boyunca pek çok salgın hastalık ile karşılaşmıştır. Bu salgınların en yenisi olan Covid-19 salgını hem dünyada hem de Türkiye’de sağlık, psikolojik, sosyolojik ve ekonomik açılardan değişime ve dönüşüme neden olmuştur. Bunun sonucunda bireylerin tutum ve davranışları, yaşam tarzları, alışkanlıkları etkilenmiştir. Korona virüs hastalığı (COVID-19), tüm dünyada 5 milyondan fazla insanı etkileyen yaklaşık %3,7 ölüm oranına sahip SARS-COV-2'nin (Severe Acute Respiratory Syndrome-Coronavirus 2) neden olduğu bulaştırıcılığı çok yüksek viral bir enfeksiyondur (Guo vd., 2019). Dünya Sağlık Örgütü (WHO) tarafından "uluslararası önemi haiz halk sağlığı acil durumu" olarak tanımlanmıştır (WHO, 2020). 11 Mart 2020 tarihinde COVID-19 salgını ‘pandemi’ olarak ilan edilmiş (Rahman, 2021) ve aynı gün ülkemizde ilk vaka görülmüştür (T.C. Sağlık Bakanlığı, 2020). Salgının ülkemizde görülmeye başlamasıyla birlikte alınan önlemlerden olan karantinalar, 20 yaş altı bireylere yönelik sokağa çıkma yasakları, ebeveynlerin evden çalışması, korona virüsün okul öncesi yaş dönemi çocuklarda görülmeye başlanması ve çocukların bulaştırma özelliklerinin olması (Danish Health Authority, 2021) ebeveynlerde korku, endişe gibi duygular yaratmıştır. Bu nedenle okul öncesi kurumlara giden ya da bakıcı/büyük ebeveynler tarafından bakılan çocukların evlerde kaldığı düşünülmektedir. Hareketli yaşamları olan, evlerde okulda ve parkta oynadıkları gibi salgın döneminde evde oyunlar oynamak isteyen çocukların riskli davranış sergilemesi sonucunda ev kazası yaşamaları kaçınılmaz olacaktır (Balcı, Sezer ve Durmuş, 2020).

### ***Çocukluk Dönemi Ev Kazaları***

Çocukluk döneminde yaşanan ev kazaları küresel bir sağlık sorunu olup tüm yaş gruplarında önemli bir kaza ve yaralanma nedenidir. Çocukların zamanının büyük kısmını evde geçirmeleri, tehlikelerin bilincinde olmamaları, çevresel risklere duyarlı ve açık olmaları, bulma ve öğrenme konusunda meraklı olmaları gibi nedenlerle 0-6 yaş çocuklar ev kazalarına oldukça açıktır (Erkal, 2010). Ev kazası; “*evin içinde veya eve ait balkon, bahçe, havuz, garaj gibi evin yakın çevresinde meydana gelen kazalar*” şeklinde tanımlanmaktadır (Erdem, Bolu ve Mayda, 2017; Karatepe ve Akış, 2013). Beş yaş altı çocuklarda en fazla yaralanmaya neden olan ev kazaları sırasıyla düşmeler, yanıklar, zehirlenmelerdir. Kazaların tipi ne olursa olsun; yapılan çalışmalarda, ev kazalarının bazen çevredeki olumsuz durumlardan, bazen de hatalı davranışlardan; fakat genellikle bu iki durumun birleşmesinden ileri geldiği bildirilmektedir (Özmen vd., 2007). Bu nedenle yaralanmaların yaşanmasını önlemek amacı ile koruyucu önlemlerin alınması ve güvenli bir yaşam alanı sağlanması yetişkinlerin sorumluluğundadır (Celep ve Yardımcı, 2021).

Günümüzde ebeveynlerin ev kazalarına yönelik önlemler almasına yardımcı birçok güvenlik ürünleri mevcuttur. Bu ürünlerin kullanımının yaygınlaştırılması (pencere ve dolapların açılmasını önleyici kilitler, parmak koruyucular, merdivenler için güvenlik bariyerleri, yatak kenarlıkları, mobilyalar için köşe koruyucular, priz kapak/kilitleri, ocak düğme emniyetleri, havuz, balkon güvenlik filesi) ile ebeveynlerin güvenlik önlemlerine ilişkin tutum ve farkındalığının artırılması, ev kazalarının

önlenmesini dolayısıyla kaza sonucunda oluşan yaralanma oranlarını azaltacağı bilinmektedir (Üçüncü, 2017).

### ***Covid-19 Salgını ve 0-6 Yaş Çocuklarda Ev Kazaları***

Tüm dünyada salgının yayılmasını önlemek amacıyla hükümetler tarafından çeşitli politikalar geliştirilmiştir. Alınan tedbirlerden biri olan evden çalışma yöntemi, Covid-19'un bulaşma riskini azaltmak için çeşitli düzeylerde uygulamaya konulmuştur. Yeni tip koronavirüsün yakın temas, solunum ile bir insandan diğerine geçmesi sosyal mesafe adı verilen koruyucu tedbirlerin sosyal ve iş hayatında uygulanmasına neden olmuştur. Bu bağlamda, evden çalışma sosyal mesafe kuralı temelinde çalışanları, ailelerini ve toplum sağlığını koruma amaçlı bir çalışma yöntemi olarak değerlendirilmektedir. Evden çalışabilecek bireylere bu yöntemi uygulayarak, işgücünün belirli bir kısmına bulaşma riskini azaltacak bir politika izlenmiş (Akca ve Küçüköğlü-Tepe, 2021), Türkiye'de 2020/4 no'lu Cumhurbaşkanlığı Genelgesi kapsamında evden çalışmanın yasal altyapısı oluşturulmuştur (Resmi Gazete, 2020). Çalışmada, özellikle salgının yayılımının engellenmesi amacıyla evden çalışma ya da esnek çalışma sistemiyle (haftanın belli günlerinde evden, diğer günlerde iş yerinde) çalışan ve tüm çocukları okul öncesi yaşta olan ebeveynlere odaklanılmıştır. Evden çalışma sistemiyle birlikte evde geçirilen sürenin çoğalması nedeniyle ev kazalarının artması söz konusu olmuştur (Akca ve Küçüköğlü-Tepe, 2021). Bozkurt (2020) salgınla birlikte evden/online çalışan kadınların, bu süreçte çocuk bakımı ve temizlik işlerine ilişkin hizmet aldığı yardımcılarını kaybettiğini belirtmektedir. Özel alan ile kamusal alanın sorumluluklarını bir arada yürütmek zorunda kalan ebeveynlerin rol ve sorumluluklarına ek olarak bir de okul öncesi yaşta çocukların bakımına ilişkin sorumlulukların eklenmesi ev kazası yaşanma riskini artırmıştır.

Nitekim yurt içinde ve yurt dışında salgın döneminde çocukların yaşadıkları ev kazalarının epidemiyolojisini inceleyen çalışmaların yapıldığı görülmektedir. Neill, Carter, Jones, vd. (2021) İngiltere'de salgın nedeniyle ilk karantinanın yaşandığı 2020 yılının Mart ve Mayıs aylarında 17 yaş altı çocuğu olan ebeveynlerin hasta veya ev kazası yaşayan çocukları için yardım arayışlarını belirlemek amacıyla yaptığı çalışmada, (n=198) ev kazası yaşayan 0-5 yaş çocukların oranının %3,7 (17 çocuk) olduğu bulunmuştur. Ebeveynlerin hastalık ya da ev kazası durumunda internet, telefon uygulamaları, sosyal medya, aile, arkadaş ya da sağlık çalışanı olan aile üyeleri aracılığıyla bilgiye ulaştıklarını veya sahip oldukları bilgileri kullandıklarını belirlemişlerdir. Bunun yanı sıra hastalık ve ev kazasına ilişkin bilgilenmek amacıyla hiçbir ebeveynin televizyon, radyo ve yazılı basın gibi geleneksel medya kaynaklarından yararlanmadığı sonucuna varılmıştır. Wong, Hung ve Leung (2021) Hong Kong'da pediatrik cerrahi gerektiren ev kazalarında Covid-19 salgını ve salgına yönelik alınan tedbirlerin etkisinin incelendiği retrospektif çalışmada; çocuklarda en çok yabancı cisim yutma, yanma haşlanma ve düşme kaza tipleri görülmüştür. Hastaneye başvuran toplam 35 çocuğun yaş ortalaması 3 olarak bulunmuştur. 2018 ve 2019 yılları ile karşılaştırıldığında; 2020 yılında yaşanan ev kazası oranlarının, yabancı cisim yutma sonucu yaşanan ev kazalarının ve cerrahi

gerektiren ev kazalarının arttığı belirtilmektedir. Bressan, Gallo, Tirelli, Gregori ve Da Dalt (2021) salgın sürecinde karantina günlerini kapsayan 8 Mart – 20 Nisan 2020 tarihleri arasında yaşanan ve hastaneye yapılan başvuruları inceleyerek ev kazalarının sıklığının araştırıldığı çalışmada, en çok travma, zehirlenme, yanık, yabancı cisim yutma ya da soluk borusu, kulak gibi organlara cisim kaçması nedenleriyle kaza yaşandığı belirlenmiştir. Ayrıca çalışmada pandemi döneminde yaşanan ev kazalarının bir önceki yıla göre önemli ölçüde arttığı ve çocuk sağlığı için COVID-19'dan daha ciddi bir tehdit oluşturduğu sonucuna varılmıştır. Gielen vd. (2021) İngiltere’de salgın öncesinde yaşanan tüm kazaların %44,’ünü ev kazalarının oluşturduğunu belirterek; salgın döneminde yaptığı çalışmada ev kazasının görülme oranını %28,0 olarak belirtmiştir. Evde daha fazla zaman geçirdiğini belirten ailelerin çocuklarında ev kazası sonucunda yaralanma ve yabancı cisim yutmanın diğer ailelere göre daha fazla olduğu bulunmuştur. Claudet vd. (2020) karantina günlerinde (17 Mart- 19 Nisan 2020) çocuklarda yaşanan ev kazalarını son 3 yılın verilerine göre incelediği çalışmada, 2- 5 yaş grubu çocuklarda görülen ev kaza oranlarının arttığı belirlenmiştir. Düşmelere bağlı travma, kesici delici alet yaralanmalarının yaşandığı belirtilmekle birlikte; son 3 yıla göre pencereden düşme olaylarının bu dönemde arttığı sonucuna varılmıştır. Güteryüz, Çolak, Güneysu ve Fidancı (2021) bir üniversite çocuk acil servisinde 2019 yılı ve salgın döneminde (Mart-Haziran 2020) ev kazaları nedeniyle yapılan başvuruları karşıladıkları retrospektif çalışmada; 2019 yılında çocuk acil servise başvuran tüm vakaların %9,46’sının ev kazası olduğu, 2020’de bu oranın %24,43 olduğu, Covid-19 salgın döneminde çocuk ev kaza vakalarının sayısında artış görüldüğü belirtilmiştir.

Ulusal medyada görsel ve yazılı çıkan haberlerde salgın döneminde çocuklarda ev kazalarının arttığı ifade edilmektedir (AA Haber, 2020; CNN Türk, 2020; Sözcü, 2020). Nitekim Balcı, Sezer ve Durmuş (2020) da salgın döneminde çocuklarda ev kazaları ve yaralanmalarda artış olabileceğini, ebeveynlerin tedbirleri artırmaları gerektiğini ifade etmektedir. Buradan hareketle, salgının ülkemizde görülmeye başladığı 11 Mart 2020 tarihinden araştırmanın yapıldığı 15 Haziran-13 Temmuz 2021 tarihleri arasında 0-6 yaş grubu çocukların ev kaza oranlarının belirlenmesi çalışmanın temel amacını oluşturmaktadır. Ayrıca ebeveynlerin salgın dönemine ilişkin bazı bireysel ve ailesel özelliklerinin ortaya konulması, ev kazaları ve kazaların önlenmesine ilişkin bilgi birikimlerinin belirlenmesi de çalışmanın diğer amacını oluşturmaktadır. Bununla birlikte ebeveynlerin bazı değişkenler ile (cinsiyet, çocuk sayısı vb.) ev kazalarına yönelik güvenlik önlemlerini tanılama düzeyleri arasındaki ilişki incelenmiştir. Çalışma, Türkiye’de yaşayan, tüm çocukları 0-6 yaş grubunda olan ve Covid-19 salgın sürecinde evden ya da esnek çalışma sistemiyle (haftanın belli günlerinde evden, diğer günlerde iş yerinde) çalışan farklı sosyo-demografik özelliklere sahip ebeveynlere yönelik planlanmıştır. Araştırmanın çalışma grubunu ise basit rastgele örnekleme yoluyla sosyal medya uygulamaları üzerinden çalışmaya katılmayı gönüllü olarak kabul eden 540 ebeveyn oluşturmaktadır.

İlgili alan yazın incelendiğinde; yurt dışında salgın döneminde çocukların yaşadıkları ev kazalarının epidemiyolojisini inceleyen (Claudet vd., 2020; Gielen vd., 2020; Keays, Friedman ve Gagnon, 2020;

Bressan vd., 2021; Neill vd., 2021; Wong vd., 2021) çalışmalara rastlanılmış olmakla birlikte, ülkemizde de farklı türde (editöre mektup ve bilimsel makale) az sayıda akademik çalışmalara (Balcı, Sezer ve Durmuş, 2020; Güteryüz vd. 2021) rastlanılmıştır. Yapılan çalışmaların daha çok retrospektif şekilde kaza vakalarının incelendiği çalışmalar olduğu ve kazaların epidemiyolojisinin ortaya konulması amacıyla yapıldığı görülmektedir. Kazaların önlenmesi noktasında bu tarz çalışmaların kaza tipleri, nedenleri, nerede yaşandığı, tedavi yöntemleri vb. konularda bilgi vermesi açısından önemi büyük olmakla birlikte; yaptığımız çalışmanın salgın döneminde evden çalışan ebeveynlerin ev kazalarına yönelik aldıkları güvenlik önlemlerinin belirlenmesi amacı, çalışmamızı diğer çalışmalardan farklı kılan yönüdür. Bu nedenle alan yazındaki boşluğu doldurarak alana katkı sağlayacağı, konu ile ilgili yapılacak benzer çalışmalara öncülük edeceği düşünülmektedir.

Çalışmaya başlamadan önce literatür taraması yapılmış, aşağıda yer alan araştırma soruları oluşturulmuştur:

- 1) 0-6 yaş çocuklarının salgın döneminde ev kazası yaşama durumu nasıldır?
- 2) Ebeveynlerin cinsiyetine göre salgın döneminde ev kazalarına yönelik güvenlik önlemlerini tanılama düzeyleri farklılık göstermekte midir?
- 3) Ebeveynlerin çocuk sayısına göre salgın döneminde ev kazalarına yönelik güvenlik önlemlerini tanılama düzeyleri farklılık göstermekte midir?
- 4) Ebeveynlerin salgın dönemindeki çalışma şekline göre ev kazalarına yönelik güvenlik önlemlerini tanılama düzeyleri farklılık göstermekte midir?
- 5) 0-6 yaş çocuklarının salgın döneminde herhangi bir okul öncesi kurumuna gitme durumlarına göre ebeveynlerin ev kazalarına yönelik güvenlik önlemlerini tanılama düzeyleri farklılık göstermekte midir?
- 6) Çocuk/ların salgın döneminde ev kazası geçirme durumuna göre ebeveynlerin ev kazalarına yönelik güvenlik önlemlerini tanılama düzeyleri farklılık göstermekte midir?
- 7) Salgın döneminde ev kazası geçiren çocuklar, ebeveynleri Covid-19 tanısı aldığı dönemde mi kaza geçirmiştir?

## **YÖNTEM**

### ***Evren-Örneklem/Araştırma Gurubu***

Araştırmanın çalışma evreni, evli, tüm çocukları 0-6 yaş grubunda olan ve Covid-19 salgın sürecinde evden ya da esnek çalışma sistemiyle (haftanın belli günlerinde evden, diğer günlerde iş yerinde) çalışan anne ve babalar oluşturmaktadır. Bu evrenden seçkisiz örnekleme yolu ile seçilen, çalışmaya katılmayı gönüllü olarak kabul eden ve farklı illerde yaşayan, tüm çocukları 0-6 yaş grubunda olan, Covid-19 salgın sürecinde evden ya da esnek çalışma sistemiyle çalışan farklı sosyo-demografik özelliklere sahip 540 ebeveyn oluşturmaktadır.

Çalışmaya katılan bireylerin %79,8'i kadın, %20,2'si erkektir. Katılımcıların %55,9'u 26-35, %28,7'si 36-45 yaş grubunda yer almaktadır. Bireylerin %93,3'ünün evli, %44,2'sinin 5000 TL ve altında, %21,7'sinin 5001 TL- 7500 TL aralığında toplam aylık geliri olduğu belirlenmiştir. Katılımcılar arasında %41,1 ile lisans mezunu olanlar ilk sırada yer alırken, bunu %24,1 ile lise mezunları izlemektedir. Aile tipleri açısından katılımcıların %84,4'ü çekirdek aileye sahiptir. Evli katılımcıların (n=504) eşlerinin çalışma durumu incelendiğinde; %79,8'inin eşi tam zamanlı çalışmaktadır. Katılımcıların %73,3'ünün 1, %22,4'ünün 2 çocuğu olduğu saptanmıştır.

### ***Veri Toplama Araçları***

Veri toplama amacıyla anket formu hazırlanmıştır. Hazırlanan anket formu 2 bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde, araştırmaya katılan bireylerin sosyo-demografik bilgilerini (cinsiyet, yaş, eğitim düzeyi, ailenin toplam aylık geliri vb.) belirlemeye yönelik sorular yer almaktadır. İkinci bölümde ise, Çınar ve Görak (2003) tarafından geliştirilen “0-6 Yaş Grubu Çocuğu Olan Annelerin Ev Kazalarına Yönelik Güvenlik Önlemlerini Tanılama Ölçeği” kullanılmıştır. Ölçek 34 olumlu, 6 olumsuz ifade içeren 40 maddeden oluşmaktadır. Ölçek Beşli Likert (5. Her zaman, 4. Çoğu zaman, 3. Bazen, 2. Nadiren, 1. Hiçbir zaman) şeklindedir. Olumsuz ifade içeren maddeler 6, 9, 23, 26, 30, 40'ncı maddeler olup, puanları tersine çevrilerek kullanılmaktadır. Ölçeğin Cronbach Alfa katsayısı 0.82'dir. Ölçekten alınabilecek en düşük puan 40, en yüksek puan 200'dür. Ölçekten alınan yüksek puan ebeveynlerin çocuğunu ev kazalarından korumaya yönelik önlemleri en üst düzeyde aldığını göstermektedir.

### ***Verilerin Toplanması/İşlem***

Araştırmanın verileri, 15 Haziran-13 Temmuz 2021 tarihleri arasında çevrimiçi anket formu aracılığıyla basit rastgele örnekleme yoluyla sosyal medya uygulamaları üzerinden her aileden bir ebeveynin katılımıyla elde edilmiştir. Katılımcılara çevrim içi anket formuna erişimlerinden önce anket formu üzerinde çalışma hakkında bilgi verilmiş olup araştırmanın amacı, araştırma formuyla elde edilen bilgilerin bilimsel amaçla kullanılacağı, bilimsel etik kuralları çerçevesinde gizlilik içinde değerlendirileceği ve başka bir amaçla kullanılmayacağı belirtilmiştir. Çalışmaya katılan bireylerin çocuklarının ev kazası geçirme durumu, ülkemizde salgının başlangıcı olan 11 Mart 2020 tarihinden 13 Temmuz 2021 tarihine kadar geçen süreyi kapsamaktadır.

### ***Verilerin Değerlendirilmesi ve Analizi***

Araştırmanın verileri SPSS.24 programında değerlendirilmiştir. Katılımcılara ilişkin demografik ve açıklayıcı bilgiler frekans, yüzde, ortalama ve standart sapma gibi tanımlayıcı istatistiklerle ifade edilmiştir. Bununla birlikte, değişkenler arasında ilişkinin belirlenmesi için grup sayısı iki ise (cinsiyet, Covid-19 salgın döneminde çalışma şekli ve Covid-19 salgın döneminde çocukların ev kazası geçirme durumu) İki Grup Arasındaki Farkın Anlamlılık Testi yapılmıştır. Grup sayısı ikiden fazla ise (çocuk sayısı ve çocukların salgın döneminde herhangi bir okul öncesi kurumuna gitme

durumu) Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) kullanılmıştır. Analizlerden elde edilen sonuçlar \* $p < 0,05$ , \*\* $p < 0,01$ , \*\*\* $p < 0,001$  anlamlılık düzeylerinde değerlendirilmiştir.

Bu çalışma, Hacettepe Üniversitesi Etik Komisyonu tarafından 8 Haziran 2021 tarihinde yapılan toplantıda (Sayı: E- 35853172) etik açıdan uygun bulmuştur.

### ***Araştırmanın Sınırlılıkları***

Çınar ve Görak (2003) tarafından geliştirilen “0-6 Yaş Grubu Çocuğu Olan Annelerin Ev Kazalarına Yönelik Güvenlik Önlemlerini Tanılama Ölçeği” annelere yönelik hazırlanmıştır. Ancak bu çalışmada babalarında salgın döneminde evden çalıştığı ya da esnek çalışma sistemiyle (haftanın belli günlerinde evden, diğer günlerde iş yerinde) çalıştığı düşüncesiyle araştırmaya annelerin yanı sıra babalarda dâhil edilmiş olup, her aileden yalnızca bir ebeveynin katılımı sağlanmıştır.

Çalışmaya katılan bireylerden anket formundaki sorulara salgın dönemi (ülkemizde salgının başladığı 11 Mart 2020 tarihinden itibaren) göz önünde bulundurularak cevap vermeleri istenmiştir.

Ayrıca araştırmanın sonuçları ebeveynlerin Covid-19 salgın döneminde 0-6 yaş çocukların ev kazalarına yönelik alınan önlemlerin bazı değişkenler açısından incelenmesi amacıyla kullanılan “0-6 Yaş Grubu Çocuğu Olan Annelerin Ev Kazalarına Yönelik Güvenlik Önlemlerini Tanılama Ölçeği”nin ölçtüğü nitelikler ve araştırmacıların gerçekleştirdiği analizler ile sınırlıdır. Bununla birlikte, araştırmanın salgın döneminde yapılmış olması nedeniyle çevrimiçi anket hazırlanmıştır ve tüm yanıtlar çevrim içi ortamda elde edilmiştir. Bu nedenle çalışmadan elde edilen veriler internet imkânı olan ve araştırmaya katılmayı kabul eden ebeveynlerle sınırlıdır.

## **BULGULAR**

### ***Çalışmaya Katılan Ebeveynlerin Covid-19 Salgın Dönemine İlişkin Bireysel ve Ailesel Özelliklerine İlişkin Bulgular***

Araştırma kapsamına alınan katılımcıların %23,1’inin Covid-19 tanısı aldığı belirlenmiştir. Covid-19 salgın döneminde bireylerin %65,4’ü bazı günler evden bazı günler iş yerinden %34,6’sı ise haftanın tüm günü evden (uzaktan çalışma) çalıştığını belirtmiştir. Katılımcıları Covid-19 salgın döneminde çocuk bakımı ve çocuklarla ilgili konularda sorumluluk alma durumları incelendiğinde; bireylerin yarıya yakını (%49,1) büyük ölçüde kendisinin sorumlu olduğunu belirtirken; %27,2’si eşinin ve kendisinin eşit olarak sorumlu olduklarını, %11,3’ü ise büyük ölçüde eşinin sorumlu olduğunu ifade etmiştir. Katılımcıların %40,4’ünün çocuk/larının salgın öncesinde herhangi bir okul öncesi kurumuna gittiği, %59,6’sının ise gitmediği belirlenmiştir. Salgın döneminde ise çocuk/larının herhangi bir okul öncesi kurumuna gittiğini belirtenlerin oranında düşüş yaşanmıştır. Yalnızca %19,1’inin çocuk/ları okul öncesi kuruma giderken, %62,4’ünün gitmediği, %18,5’inin ise düzenli olarak gitmediği belirlenmiştir. Araştırma kapsamına alınan katılımcıların, çocuk/larının salgın döneminde ev kazası geçirdiğini belirtenlerin oranı %24,8 olarak bulunmuştur. Covid-19 salgın döneminde ev kazası geçiren çocukların (n=134) %12,7’sinin anne ya da babasının Covid-19 tanısı



aldıkları zaman ev kazası yaşadığı belirlenmiştir. Ayrıca katılımcıların %65,0'i salgın sürecinde çocuklarda ev kazalarının arttığını düşünmektedir (Tablo 1).

**Tablo 1.** Çalışmaya Katılan Ebeveynlerin Covid-19 Salgın Dönemine İlişkin Bireysel ve Ailesel Özelliklerine Göre Dağılımı

| <b>Değişkenler</b>   | <b>Gruplar</b>                            | <b>n</b>   | <b>%</b>   |
|--|---|------------|------------|
| Covid-19 Tanısı Alma Durumu  | Evet                                      | 125        | 23,1       |
|  | Hayır                                     | 415        | 76,9       |
| Covid-19 Salgın Döneminde Çalışma Şekli  | Bazı günler evden bazı günler iş yerinden | 353        | 65,4       |
|  | Tüm günler evden (uzaktan çalışma)        | 187        | 34,6       |
| Covid-19 Salgın Döneminde Çocuk Bakımı ve Çocuklarla İlgili Konularda Sorumluluk Alma Durumu | Büyük ölçüde kendi                        | 265        | 49,1       |
|  | Büyük ölçüde eşi                          | 61         | 11,3       |
|  | Eşi ve kendi hemen hemen eşit             | 147        | 27,2       |
|  | Büyük ölçüde bakıcı                       | 7          | 1,3        |
|  | Büyük ölçüde büyük ebeveynler             | 51         | 9,4        |
|  | Diğer akrabalar (Teyze/hala vb.)          | 9          | 1,7        |
| Salgın Öncesinde Herhangi Bir Okul Öncesi Kurumuna Gitme Durumu                              | Evet                                      | 218        | 40,4       |
|  | Hayır                                     | 322        | 59,6       |
| Çocukların Salgın Döneminde Herhangi Bir Okul Öncesi Kurumuna Gitme Durumu                   | Evet                                      | 103        | 19,1       |
|  | Hayır                                     | 337        | 62,4       |
|  | Düzenli olarak gitmedi                    | 100        | 18,5       |
| Çocuk/larının Covid-19 Salgın Döneminde Ev Kazası Geçirme Durumu                             | Evet                                      | 134        | 24,8       |
|  | Hayır                                     | 406        | 75,2       |
| Ev kazası Geçiren Çocuk/ların Ebeveynlerinin Covid-19 Tanısı Alma Durumu (n=134)             | Evet                                      | 17         | 12,7       |
|  | Hayır                                     | 117        | 87,3       |
| Salgın Sürecinde Çocuklarda Ev Kazalarının Artma Durumuna İlişkin Görüşleri                  | Evet                                      | 351        | 65,0       |
|  | Hayır                                     | 189        | 35,0       |
| <b>Toplam</b>  |   | <b>540</b> | <b>100</b> |

### ***Çalışmaya Katılan Bireylerin Ev Kazası ve Önlemleri Hakkında Bilgilerine İlişkin Bulgular***

Araştırma kapsamına alınan katılımcılar arasında acil yardım numaralarını bildiğini belirtenler (%96,3) en yüksek orandadır. Ebeveynlerin %90,7'si ev kazalarının önlenabilir olduğunu düşünmektedir. Katılımcıların okul öncesi çocuklara yönelik ev kazaları ile ilgili bilgilendirme/egitim alma durumları incelendiğinde; %67,2'sinin herhangi bir bilgilendirme/egitim almadıkları, %32,8'inin ise bilgilendirme/egitim aldıkları belirlenmiştir. Ev kazaları ile ilgili bilgilendirme/egitim aldığını belirten katılımcılara bilgi kaynakları sorulmuş olup, birden fazla cevap verebilecekleri belirtilmiştir. Ebeveynlerin bilgi kaynakları (n=177) incelendiğinde; internet/sosyal medya (%22,5), okul/öğretmen (%17,5), aile büyükleri (%14,7), konu ile ilgili seminerler (%12,1), sosyal çevre (komşu, arkadaş vb.) (%11,7), kitap/dergi/gazete (%8,1) aracılığıyla bilgi edindikleri belirlenmiştir (Tablo 2).

**Tablo 2.** Çalışmaya Katılan Bireylerin Ev Kazası ve Önlemlerine İlişkin Bilgilerine Göre Dağılımı

| Değişkenler  | Gruplar   | n          | %          |
|--|---|------------|------------|
| Acil Yardım Numaralarını Bilme Durumları                   | Evet  | 520        | 96,3       |
|  | Hayır   | 20         | 3,7        |
| Ev Kazalarının Önlenabilir Olma Durumuna İlişkin Görüşleri | Evet  | 490        | 90,7       |
|  | Hayır   | 50         | 9,3        |
| Ev Kazaları ile İlgili Bilgi/Eğitim Alma Durumu            | Evet  | 177        | 32,8       |
|  | Hayır   | 363        | 67,2       |
| Bilgi Kaynakları (n=177) *                                 | Okul / Öğretmen   | 52         | 17,5       |
|  | TV / Radyo  | 17         | 5,7        |
|  | İnternet / Sosyal Medya   | 67         | 22,5       |
|  | Seminer   | 36         | 12,1       |
|  | Aile Büyükleri  | 44         | 14,7       |
|  | Kitap / Dergi / Gazete  | 24         | 8,1        |
|  | Sağlık Çalışanları (hemşire, doktor, Sosyal Çevre (komşu, arkadaş vb) | 20         | 6,7        |
|  | Diğer   | 35         | 11,7       |
|  | 3   | 1          |            |
| <b>Toplam</b>  |   | <b>540</b> | <b>100</b> |

### ***“0-6 Yaş Grubu Çocuğu Olan Annelerin Ev Kazalarına Yönelik Güvenlik Önlemlerini Tanılama Ölçeği”nin tanımlayıcı istatistiklerine İlişkin Bulgular***

Çalışmaya katılan bireylerin ev kazalarına yönelik güvenlik önlemlerini tanılama ölçeği puan ortalaması  $\bar{x}=177,55\pm 16,43$  olarak bulunmuştur. Ölçekten alınabilecek en yüksek puanın 200 olduğu göz önüne alındığında, orta düzeyin üzerinde güvenlik önlemlerini tanıladıkları düşünülebilir (Tablo 3).

**Tablo 3.** “0-6 Yaş Grubu Çocuğu Olan Annelerin Ev Kazalarına Yönelik Güvenlik Önlemlerini Tanılama Ölçeği”nin Tanımlayıcı İstatistikleri

|   | n   | Min-max | Ort.   | Sdt. Sapma |
|---|-----|---------|--------|------------|
| <b>0-6 Yaş Grubu Çocuğu Olan Annelerin Ev Kazalarına Yönelik Güvenlik Önlemlerini Tanılama Ölçeği</b> | 540 | 116-200 | 177,55 | 16,43      |

### ***Katılımcuların Bazı Değişkenlerine Göre Ev Kazalarına Yönelik Güvenlik Önlemlerini Tanılamaya İlişkin Bulgular***

Araştırma kapsamına alınan ebeveynlerin ev kazalarına yönelik güvenlik önlemlerinin cinsiyet ( $p<0,001$ ) ve çocuk/ların Covid-19 salgın döneminde ev kazası geçirme durumu ( $p<0,01$ ) açısından incelendiğinde istatistiksel olarak anlamlı bir fark tespit edilmiştir. Elde edilen bu sonuçlara göre kadınların ( $\bar{x}=179,34\pm 15,13$ ) erkeklere ( $\bar{x}=170,48\pm 19,31$ ) oranla ölçekten aldıkları puan yüksek bulunmuştur. Covid-19 salgın döneminde çocuk/ların ev kazası geçirmediğini belirten ebeveynlerin

ölçekten aldıkları puan ortalaması ( $\bar{x}=178,74\pm15,95$ ), ev kazası geçirdiğini belirtenlere ( $\bar{x}=173,97\pm17,47$ ) göre daha yüksek olduğu sonucuna varılmıştır (Tablo 4).

Ebeveynlerin çocuk sayısı, Covid-19 salgın döneminde çalışma şekli ve çocuk/ların salgın döneminde herhangi bir okul öncesi kurumuna gitme durumu ile ev kazalarına yönelik güvenlik önlemleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamıştır ( $p>0,05$ ) Buna göre katılımcıların çocuk sayısı, Covid-19 salgın döneminde çalışma şekli ve çocuk/ların salgın döneminde herhangi bir okul öncesi kurumuna gitme durumu ne olursa olsun benzer şekilde ev kazalarına yönelik güvenlik önlemleri aldıkları söylenebilir (Tablo 4).

**Tablo 4.** Katılımcıların Bazı Değişkenlerine Göre Ev Kazalarına Yönelik Güvenlik Önlemlerini Tanılamaya İlişkin T Testi ve ANOVA Sonuçları

| Değişkenler  | Gruplar                                   | Ort.±S.S     | t / F  | p               | Fark       |
|--|---|--------------|--------|-----------------|------------|
| Cinsiyet   | Kadın                                     | 179,34±15,13 | 5,145  | <b>0,000***</b> | <b>1-2</b> |
|  | Erkek                                     | 170,48±19,31 |        |                 |            |
| Çocuk Sayısı   | 1   | 177,09±16,83 | 0,689  | 0,503           | -          |
|  | 2   | 179,09±15,22 |        |                 |            |
|  | 3   | 177,55±15,68 |        |                 |            |
| Covid-19 Salgın Döneminde Çalışma Şekli                                    | Bazı günler evden bazı günler iş yerinden | 176,83±16,76 | -1,430 | 0,153           | -          |
|  | Tüm günler evden (uzaktan çalışma)        | 178,91±15,75 |        |                 |            |
| Çocukların Salgın Döneminde Herhangi Bir Okul Öncesi Kurumuna Gitme Durumu | Evet                                      | 179,38±15,29 | 1,557  | 0,212           | -          |
|  | Hayır                                     | 176,59±17,04 |        |                 |            |
| Çocuk/ların Covid-19 Salgın Döneminde Ev Kazası Geçirme Durumu             | Evet                                      | 173,97±17,47 | -2,934 | <b>0,003**</b>  | <b>1-2</b> |
|  | Hayır                                     | 178,74±15,95 |        |                 |            |

p<0,05, \*\* p<0,01, \*\*\* p<0,001

## TARTIŞMA

Korona virüs salgını nedeniyle 16 Mart 2020’de okulların kapatılması, “Evde Kal” uygulaması ve 4 Nisan 2020’den itibaren 20 yaş altı grubun evden çıkma yasağı ile çocuklar evlerde kapalı ortamlarda kalmak zorunda bırakılmıştır. Çocukların alışkın oldukları hareketlilik ile ev içinde riskli davranışlar sergilemeleri, evde kalan diğer aile bireyleri ile beraber yaşam alanlarının kısıtlanması, evde oldukları için sıkılıp sokak ve parklarda oynamaya alıştıkları oyunları ev içinde oynamaya çalışmaları gibi nedenlerle salgın günlerinde çocuklarda ev kazaları ve yaralanmalarında artış yaşanması öngörülmektedir (Balcı, Sezer ve Durmuş, 2020; Bressan vd., 2021). Nitekim çalışmamıza katılan bireylerin çocuk/larının salgın döneminde ev kazası geçirme oranı %24,8 olarak bulunmuştur. Gielen vd.’nin (2021) salgın döneminde yaptığı çalışmada ev kazasının görülme durumu %26,0 olarak

belirtilmiş ve salgın sürecinde evde kalma ve okulların kapanması ile beraber evdeki tehlikeli ortamlara daha fazla maruz kalmanın 2020 yılında yaşanan ev kazalarının nedeni olduğu vurgulanmıştır (Gielen vd., 2021). Wong vd.'nin (2021) çalışmasında, önceki yıllara kıyasla Covid-19 salgın sürecinde Hong Kong Çocuk Hastanesi cerrahi servisine başvuran çocuk ev kazalarında artış olduğu belirtilmiştir. Ancak Keays vd. (2020) Kanada Hastaneleri Yaralanma Raporlama ve Önleme Programından (CHIRPP) elde edilen veriler ile Pediatrik Travma Merkezi olan Montreal Çocuk Hastanesinde yaralanma ile ilgili acil servis kayıtlarını incelemişlerdir. Covid-19 karantina döneminde (iki aya ait verileri 16 Mart - 15 Mayıs 2020), 2015-2019 yıllarının ortalamasına göre 2020 yılı iki aylık dönemde acil servise yaralanma nedeniyle olan müracaatta anlamlı bir düşüş olduğu, 2 ile 5 yaş arası çocuklarda en az %35 azalma görüldüğü belirtilmiştir. Çalışmadan elde edilen kaza oranı, diğer çalışmalarla karşılaştırıldığında benzer oranlarda olduğu söylenebilir. Ancak Türkiye genelinde salgın döneminde yaşanan kazaları belirlemeye yönelik 0-6 yaş çocuğa sahip tüm ebeveynlerle geniş çaplı araştırmalar yapılması veya tüm hastanelerin çocuk acillerine başvuran ev kazası sayılarını inceleyen çalışmaların yapılması ile bu oranda artış olabileceği düşünülmektedir.

Covid-19 salgın döneminde bireylerin %65,4'ü bazı günler evden bazı günler iş yerinden %34,6'sı ise haftanın tüm günü evden (uzaktan çalışma) çalıştığını belirtmiştir. Bu oranlarda, ebeveynlerin özel alan ile kamusal alanın sorumluluklarını bir arada yürütmek zorunda kaldıklarını, okul öncesi yaşta olan çocuklarının bakımına ilişkin sorumlulukların eklendiğini göstermektedir.

Katılımcıların yarıya yakını (%49,1) salgın döneminde çocuk bakımı ve çocuklarla ilgili konularda büyük ölçüde kendisinin sorumlu olduğunu, %27,2'si eşinin ve kendisinin eşit olarak sorumlu olduklarını ifade etmiştir. Çalışmaya katılan ebeveynlerin yaklaşık %80,0'inin kadın olduğu göz önüne alındığında, iş yaşamına ilişkin sorumluluklarıyla birlikte çocuk bakımını üstlendikleri söylenebilir. Ancak eşiyile beraber eşit şekilde sorumluluk aldığını belirtenlerin oranının da azımsanmayacak büyüklükte olduğu görülmektedir. Bu sonuç, aile içerisinde toplumsal cinsiyet rolleri açısından eşitlikçi yaklaşımın –çocuk bakımının anne ve babaların ortak sorumluluğunda olduğunun- bir göstergesi olması nedeniyle değerli bir bulgu olduğu söylenebilir.

Katılımcıların %40,4'ünün çocuk/larının salgın öncesinde herhangi bir okul öncesi kurumuna gittiğini belirtirken, salgın döneminde bu oran %19,1'e düşmüştür. Salgının ülkemize görülmeye başlamasıyla birlikte alınan önlemlerden olan karantinalar, ekonomik nedenler, korona virüsün okul öncesi yaş dönemi çocuklarda görülmesi ve çocukların bulaştırma özelliklerinin olması (Danish Health Authority, 2021) gibi nedenler okul öncesi kurumlara giden ya da bakıcı veya büyük ebeveynler tarafından bakılan çocukların evlerde kaldığı düşünülmektedir.

Covid-19 salgın döneminde kaza geçiren 0-6 yaş grubu çocukların (n=134) %12,7'sinin anne ya da babasının Covid-19 tanısı aldıkları zaman ev kazası yaşadığı belirlenmiştir. Bu sonuç covid-19 tanısı alan ebeveynlerin hastalık semptomlarının etkisiyle bu dönemde çocuklarını yeterince takip edemediklerini, tam olarak ilgilenemediklerini ve ev kazası ile karşılaştıklarını düşündürmektedir.

Covid-19 salgınının hala devam ettiği düşünüldüğünde evde çocuklar için güvenli ortamların oluşturulmasının önemi daha da artmaktadır.

Araştırma kapsamına alınan katılımcılar arasında acil yardım numaralarını bildiğini belirtenler (%96,3) yüksek orandadır. Çalışmada ebeveynler arasında acil yardım numarasını bildiğini belirtenlerin yüksek oranda olması, ev kazası yaşanması durumunda nereye başvurulması gerektiği ya da nereden yardım isteneceğine ilişkin bilgi sahibi olduklarının bir göstergesi olması nedeniyle memnuniyet vericidir.

Katılımcıların %32,8'inin okul öncesi çocuklara yönelik ev kazaları ile ilgili bilgilendirme/egitim aldıkları belirlenmiştir. Bilgilendirme/egitim aldığını belirten ebeveynlerin bilgi kaynakları incelendiğinde; sırasıyla internet/sosyal medya, okul/öğretmen, aile büyükleri, konu ile ilgili seminer, sosyal çevre (komşu, arkadaş vb.), kitap/dergi/gazete, sağlık çalışanları (hemşire, doktor, aile hekimi), TV/radyo aracılığıyla bilgi edindikleri belirlenmiştir. Thein, Lee ve Bun (2005) medyanın ev kazalarının önlenmesinde önemli rol oynadığını bildirmiştir. Pravin (2017) tarafından yapılan çalışmada; araştırmaya katılan annelerin %55,6'sının ev kazalarını önleme konusunda kitle iletişim araçları aracılığıyla bilgi sahibi olduğu belirtilmiştir. Çalışmaya katılan bireylerin yarısından fazlasının ev kazaları ile ilgili eğitim/bilgilendirme almamış olması bu konuda yurt içi ve yut dışı literatür ışığında konunun uzmanları tarafından güncel bilgilerin ve önlemlerin paylaşıldığı ebeveynlere yönelik sosyal medya, kitle iletişim araçları, okul öncesi kurumlar vb. aracılığıyla bilgi ve farkındalığı artırmak amacıyla verilecek eğitimlere daha fazla ihtiyaç olduğunu göstermektedir. Çalışmamızda ebeveynlerin 0-6 yaş çocukların ev kazalarına yönelik bilgi kaynakları açısından sağlık çalışanları (hemşire, doktor, aile hekimi) ile TV/radyo oranlarının düşük olduğu bulunmuştur. Oysaki salgın koşulları düşünüldüğünde, öncelikle ailelere hizmet veren aile sağlığı merkezlerinde çalışan sağlık personeli tarafından ya da geniş kitlelere ulaşabilmenin en kolay yollarından biri olan kitle iletişim araçları aracılığıyla salgın döneminde ev kazalarının önlenmesine ilişkin alınabilecek tedbirlere yönelik bilgilendirmelerin yapılması gerektiği düşünülmektedir. Özellikle salgın sürecinde evde kalınan sürenin de artmasıyla beraber kitle iletişim araçlarının bilgilendirme amacıyla kullanılması geniş kitlelere ulaşmaya yardımcı olacaktır.

Çalışmaya katılan bireylerin ev kazalarına yönelik güvenlik önlemlerini tanılama ölçeği puan ortalaması  $\bar{x}=177,55 \pm 16,43$  olarak bulunmuştur. Ölçekten alınabilecek en yüksek puanın 200 olduğu göz önüne alındığında, orta düzeyin üzerinde güvenlik önlemlerini tanıladıkları düşünülebilir.

Uzaktan eğitim, salgın öncesine oranla sosyal yaşamın kısıtlanması gibi nedenler düşünüldüğünde, evde güvenlik önlemlerinin alınması gerekmektedir. Nitekim çalışmaya katılan ebeveynlerin ev kazalarına yönelik güvenlik önlemleri ölçeğinden orta düzeyin üzerinde puan almaları memnun edici olmakla birlikte, bu dönemde %24,8 oranında ev kazası görülmesi ve çocuğunun ev kazası yaşadığını belirten ebeveynlerin ölçekten düşük puan almaları, evde güvenlik önlemleri konusunda düzenlemeler yapılması gerektiğini düşündürmektedir. Salgın öncesinde yapılan çalışmalar

incelendiğinde, Altundağ ve Öztürk'ün (2005) çalışmasında 1-3 yaş grubu çocuğu olan annelerin aynı ölçekten aldıkları puan ortalaması  $\bar{x}=158.98\pm 14.48$ , Koştu'nun (2005) çalışmasında,  $\bar{x}=162.13\pm 22.39$ , Karatepe ve Akış'ın (2013) çalışmalarında  $\bar{x}=162,91 \pm 20,34$ , Erdem, Bolu ve Mayda'nın (2017) çalışmasında  $\bar{x}=168,03\pm 20,49$ , Aydoğdu, Ateş ve Set'in (2019) çalışmasında  $\bar{x}=176.6\pm 16.2$ , Tural-Büyük ve Güdek-Seferoğlu'nun (2020) araştırmasında  $\bar{x}=162.00\pm 22.22$  olarak belirtilmiştir. Bu çalışmada ölçekten alınan puan ortalaması, diğer çalışmalardaki puan ortalamasına göre daha yüksek bulunmuştur. Bu da araştırmaya katılan bireylerin ev kazalarına yönelik güvenlik önlemlerini almada bilinçli olduklarını göstermektedir. Çalışmamızda ölçek puan ortalamasının orta düzeyin üzerinde olması katılımcıların eğitim durumlarından etkilenebileceği, ebeveynlerin %45,9'unun lisans ve lisansüstü eğitim düzeyine sahip olmalarından kaynaklandığı düşünülmektedir.

Çalışmada kadınların erkeklere, Covid-19 salgın döneminde çocuk/larının ev kazası geçirmediğini belirtenlerin, ev kazası geçirdiğini belirtenlere göre ölçekten aldıkları puanların daha yüksek olduğu sonucuna varılmıştır. Bu durum çalışmadan beklenen bir bulgu olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu sonuca göre, kadınların ve salgın döneminde çocuklarının ev kazası yaşamadığını belirten ebeveynlerin evde kazalara karşı farkındalıklarının daha yüksek olduğu, evde güvenlik önlemlerini aldıkları söylenebilir. Kadınların ölçekten aldıkları puanın yüksek olması yaşadığımız toplumun kadına geleneksel olarak atfettiği annelik rolü nedeniyle kadınların çocuk bakımından ve ev içi düzenlemelerden esas sorumlu olduğu düşünülmesi ve bu konularda babalara oranla daha fazla sorumlu olmalarıyla açıklanabilir. Ancak eşitlikçi rol bakış açısıyla çocuğun bakımından ve sağlığından anne kadar babanın da sorumlu olması gerektiği düşünüldüğünde, özellikle ev kazalarını önleme konusunda babalara yönelik eğitimler planlanmasının yararlı olacağı açıktır. Sonuç olarak, annelerin ve babaların ev kazalarına yönelik güvenlik önlemlerini tanılama düzeyinin geliştirilmesiyle beraber ev kazalarının görülme sıklığının daha azalacağı düşünülmektedir. Karatepe ve Akış'ın (2013); Erdem, Bolu ve Mayda'nın (2017) salgın öncesi dönemde yaptıkları çalışmada da çocuğu ev kazası geçirmiş olanların ölçek puan ortalaması geçirmeyenlere göre daha düşük bulunmuştur. Bu sonuç, pandemi döneminde yaptığımız çalışma bulgularımızı destekler niteliktedir.

Ebeveynlerin sahip olduğu çocuk sayısı, Covid-19 salgın döneminde çalışma şekli ve çocuk/ların salgın döneminde herhangi bir okul öncesi kurumuna gitme durumu ile ev kazalarına yönelik güvenlik önlemleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamıştır. Buna göre katılımcıların çocuk sayısı, Covid-19 salgın döneminde çalışma şekli ve çocuk/ların salgın döneminde herhangi bir okul öncesi kurumuna gitme durumu ne olursa olsun benzer şekilde ev kazalarına yönelik güvenlik önlemleri aldıkları söylenebilir. Bu konuda ilgili değişkenlerin ebeveynlerin ev kazalarına yönelik güvenlik önlemlerini tanılamaya ilişkin etkilerinin belirlenmesi amacıyla nitel ve nicel çalışmalar yapılabilir.

## SONUÇ VE ÖNERİLER

Çalışmada, salgının ülkemizde görülmeye başladığı 11 Mart 2020- 13 Temmuz 2021 tarihleri arasında 0-6 yaş çocukların ev kaza oranlarının belirlenmesi, ebeveynlerin salgın dönemine ilişkin bazı bireysel ve ailesel özelliklerinin ortaya konulması, ev kazaları ve kazaların önlenmesine ilişkin bilgi birikimlerinin çeşitli sosyo-demografik değişkenler açısından incelenmesi amaçlanmıştır. Araştırma, Türkiye’de yaşayan, tüm çocukları 0-6 yaş grubunda olan ve Covid-19 salgın sürecinde evden ya da esnek çalışma sistemiyle çalışan 540 ebeveyn ile yürütülmüştür.

Araştırma sonucunda; Covid-19 salgın döneminde 0-6 yaş gurubu çocuklarda ev kazası görülme oranının %24,8 olduğu belirlenmiştir. Katılımcıların %65,0’i ise salgın sürecinde çocuklarda ev kazalarının arttığını düşünmektedir. Elde edilen bulgulara göre, evde acilen güvenlik önlemlerinin alınmasına ihtiyaç duyulmaktadır. Kaza geçiren 0-6 yaş gurubu çocukların %12,7’sinin anne ya da babasının Covid-19 tanısı aldıkları zaman ev kazası yaşaması ve Covid-19 salgınının hala devam etmesi, evde çocuklar için güvenli ortamların oluşturulmasının önemini daha da artırmaktadır. Çalışmaya katılan bireylerin ev kazalarına yönelik güvenlik önlemlerini tanılama düzeyleri ise orta düzeyin üzerinde bulunmuştur.

Araştırma kapsamına alınan kadınların ve Covid-19 salgın döneminde çocuk/ların ev kazası geçirmediğini belirten ebeveynlerin ölçekten daha yüksek puan aldıkları bulunmuştur. Bununla birlikte ölçek puan ortalamasının çocuk sayısı, ebeveynlerin Covid-19 salgın döneminde çalışma şekli ve çocuk/ların salgın döneminde herhangi bir okul öncesi kurumuna gitme durumundan etkilenmediği belirlenmiştir.

Ev kazalarının önlenmesinde eğitimin önemli bir faktör olduğu düşünüldüğünde; ailelere 0-6 yaş grubu çocukların ev kazalarına ilişkin risk faktörleri, ev kazalarını önlemeye yönelik güvenlik önlemleri konusunda eğitimler planlanmalı ve uygulanmalıdır. Salgın döneminde ev kazaları konusunda bilgilendirmede kitle iletişim araçları aracılığıyla evde alınabilecek güvenlik önlemlerine ilişkin bilgilendirme yapılması, böylece kısa sürede daha geniş kitlelere ulaşılması, ev içinde kaza riskleri azaltılmış alanların oluşturulması ve çocuklara kazalara maruz kalmadan evde oyun oynayabileceği, rahat hareket edebileceği alanların oluşturulması konularında eğitimler verilmelidir. Bu konuda yerel yönetimlere, tüm özel ve kamu kurum ve kuruluşlarına, sivil toplum örgütleri başta olmak üzere birçok kuruma farklı görevler düşmektedir. Ayrıca bireylerin sosyal izolasyon sürecinde daha az dışarı çıktıkları bilinmektedir. Ancak iş, alışveriş, sağlık vb. konularda dışarı çıktıkları zamanlarda buldukları toplu taşıma araçları, iş yerleri, marketler, hastaneler vb. yerlerde T.C. Sağlık Bakanlığı’nın hazırlamış olduğu “Koronavirüs Riskine Karşı 14 Kural” afişleri gibi ev kazalarından korunmaya yönelik hazırlanmış, ebeveynleri bilgilendirmeye farkındalıklarını artırmaya yönelik afişler asılabilir. Ayrıca Türkiye genelinde geniş çaplı benzer çalışmaların yapılarak sonuçlarının paylaşılması önerilebilir.

## KAYNAKÇA

- AA Haber. (2020, 30 Temmuz). *Salgın döneminde çocuklarda ev kazalarının görülme oranı arttı.* <https://www.aa.com.tr/tr/saglik/salgin-doneminde-cocuklarda-ev-kazalarinin-gorulme-orani-artti/1927162>
- Akca, M. & Küçükkoğu-Tepe, M. (2021). COVID-19 ve iş yaşamına etkileri: evden çalışma. *Journal of International Management, Educational and Economics Perspectives* 8(1), 71–81.
- Altundağ, S. & Öztürk, M.C. (2005). Annelerin ev kazalarına yönelik güvenlik önlemleri alma konusundaki tutumların saptanması, *III. Ulusal Ana Çocuk Sağlığı Kongresi Bildiri Özetleri*, 22-24 Eylül, İzmir.
- Aydoğdu, Z. A., Ateş, E. & Set, T. (2019). Assessment of mothers' measures against home accidents for 0–6-year-old children. *Turk Pediatri Ars*, 54(3), 149–156.
- Balcı, E., Sezer, L. & Durmuş, H. (2020). “Corona Günleri”nde çocuklarda ev kazaları artışı. *Türkiye Çocuk Hastalıkları Dergisi*, 14, 458-459.
- Bressan, S., Gallo, E., Tirelli, F., Gregori, D. & Da Dalt, L. (2021). Lockdown: more domestic accidents than COVID-19 in children. *Arch Dis Child.*, 106(2):e3. doi: 10.1136/archdischild-2020-319547.
- Bozkurt, V. (2020, Nisan 24). *Salgının belirsizliği huzursuzluğu artırdı.* <https://www.hurriyet.com.tr/amp/yazarlar/sibel-bagci-uzun/salginin-belirsizligihuzursuzlugu-artirdi-41501744>
- Celep, G. & Yardımcı, F. (2021). Annelerin evde gerçekleşen istenmeyen yaralanmaların önlenmesine ilişkin aldıkları güvenlik önlemleri. *STED*, 30(2), 96-106.
- Claudet, I., Marchand-Tonel, C., Ricco, L., Houzé-Cerfon, C.H., Lang, T. & Bréhin, C. (2020). During the COVID-19 Quarantine, Home Has Been More Harmful Than the Virus for Children!, *Pediatric Emergency Care*, 36(9)-pe538-e540 doi: 10.1097/PEC.0000000000002205
- CNN Türk. (2020, Kasım 4). Pandemi çocuklarda ev kazası riskini artırıyor. <https://www.cnnturk.com/saglik/pandemi-cocuklarda-ev-kazasi-riskini-artiriyor>
- Çınar, N. D. & Görak, G. (2003). 0-6 Yaş Çocuklarda Annenin Ev Kazalarına Yönelik Güvenlik Önlemlerini Tanılama Ölçeğinin geliştirilmesi, geçerlik ve güvenilirlik çalışması, *Çocuk Forumu*, 6, 22-27.
- Danish Health Authority (2021, Ağustos 8). *Çocuklar ve COVID-19 hakkında bilinmesi gerekenler.* [https://www.sst.dk/media/Udgivelser/2021/Corona/Genaabning/Skoler/Oversættelser/Om\\_boern\\_og\\_COVID19\\_kort\\_tilgaengeligturkisk.ashx?la=da&hash=FFDAC8131E267489A9C597089AA8426E42418DB1](https://www.sst.dk/media/Udgivelser/2021/Corona/Genaabning/Skoler/Oversættelser/Om_boern_og_COVID19_kort_tilgaengeligturkisk.ashx?la=da&hash=FFDAC8131E267489A9C597089AA8426E42418DB1)



- Erdem, S.S., Bolu, F. & Mayda, A.S. (2017). Annelerin ev kazalarına yönelik güvenlik önlemlerinin tanımlanması. *Konuralp Tıp Dergisi*, 9(2), 117-123.
- Erkal, S. (2010). Identification of the number of home accidents per year involving children in the 0-6 age group and the measures taken by mothers to prevent home accidents. *The Turkish Journal of Pediatrics*, 52(2), 150-157.
- Gielen, A. C., Bachman, G., Badaki-Makun, O., Johnson, R.M., McDonald, E., Omaki, E. et al. (2020). National survey of home injuries during the time of COVID-19: Who is at risk? *Injury Epidemiology*,7(63). <https://doi.org/10.1186/s40621-020-00291-w>
- Güleryüz, O., Çolak,Ö., Güneysu, S.T. & Fidancı, I. (2021). The home accident cases applying to the pediatric emergency department during the Covid-19 pandemic: What did the pandemic change? *Authorea*, 13, 1-11.
- Guo, Y.R., Cao, Q.D., Hong, Z.S., Tan, Y.Y., Chen, S.D., Jin, H.J. et al. (2020). The origin, transmission and clinical therapies on Coronavirus Disease 2019 (COVID-19) outbreak—an update on the status. *Military Medical Res*, 7(1), 1-10.
- Karatepe, T. U. & Akış, N. (2013). 0-6 yaş çocuklarda ev kazası geçirme sıklığı ve ilişkili faktörler. *Uludağ Üniversitesi Tıp Fakültesi Dergisi*, 39(3), 165-168.
- Keays, G., Friedman, D. & Gagnon, I. (2020). Pediatric injuries in the time of COVID-19 health promotion and chronic disease prevention in Canada. *Research, Policy and Practice*, 40 (11/12), 336-341.
- Koştü, M. (2005). 0-6 yaş grubunda çocuğu olan annelerin ev kazalarından çocuklarını korumaya yönelik aldıkları güvenlik önlemlerinin belirlenmesi. *III. Ulusal Ana Çocuk Sağlığı Kongresi Bildiri Özetleri*, 22-24 Eylül, İzmir.
- Neill, S., Carter, R., Jones. R. et al. (2021). Caring for a sick or injured child during the COVID-19 pandemic lockdown in 2020 in the UK: an online survey of parents' experiences. *Health Expect*, 1-11. doi/10.1111/hex.13347
- Özmen, D., Ergin, D., Şen, N. & Çetinkaya-Çakmakçı, A. (2007). 0-6 yaş grubu çocuğu olan annelerin ev kazalarına yönelik güvenlik önlemlerinin tanımlanması. *Aile ve Toplum*, 3(12), 13-20.
- Pravin, R. G. (2017). A study to assess mothers knowledge and their practices in prevention of home accidents among toddler. *Int. J. Life. Sci. Scienti. Res*, 3(3), 992-994.
- Rahman, S. (2021). Tıp Fakültesi öğrencilerinin Covid-19 fobi durumlarının değerlendirilmesi. *Fırat Üniversitesi Sağlık Bilimleri Tıp Dergisi*, 35(1), 68-73.
- Resmi Gazete. (2020, Ağustos 8). 2020/4 no'lu Cumhurbaşkanlığı Genelgesi. <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2020/03/20200322M1-1.pdf>

- SÖZCÜ. (2020, Kasım 4). *Dr. Açıkgöz: Pandemi çocuklarda ev kazası riskini artırıyor.* <https://www.sozcu.com.tr/2020/saglik/dr-acikgoz-pandemi-cocuklarda-ev-kazasi-riskini-artiriyor-6111117/>
- T.C. Sağlık Bakanlığı. (2020, Ağustos 8). *COVID-19 Nedir?* <https://covid19.saglik.gov.tr/TR-66300/covid-19-nedir-.html>
- Thein, M.M., Lee, B.W. & Bun, P.Y. (2005). Knowledge, attitude and practices of childhood injuries and their prevention by primary caregivers in Singapore. *Singapore Med J*, 46, 122-126.
- Tural-Büyük, E. & Güdek-Seferoğlu, E. (2020). Annelerin çocuklarının ev kazaları ile ilişkili güvenlik önlemlerini tanılaması. *Samsun Sağlık Bilimleri Dergisi*, 5(2), 201-206.
- Üçüncü, M. M. (2017). *0-6 Yaş grubu çocuğu olan annelerin ev kazaları ve korunma yolları konusundaki bilgi, tutum ve davranışları ile sosyodemografik özelliklerin buna etkisi.* [Uzmanlık Tezi, Şişli Hamidiye Etfal Eğitim ve Araştırma Hastanesi Sağlık Bilimleri Üniversitesi].[https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezDetay.jsp?id=xJAvh3wTb73AiNwv\\_gkqpQ&no=e0ELIFRP8JcM1UP1WVzmzmg](https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezDetay.jsp?id=xJAvh3wTb73AiNwv_gkqpQ&no=e0ELIFRP8JcM1UP1WVzmzmg)
- World Health Organization. (2020, August 8) *Coronavirus disease 2019 (COVID-19) Situation Report–51.*[https://www.who.int/docs/default-source/coronaviruse/situation-reports/20200311-sitrep-51-covid-19.pdf?sfvrsn=1ba62e57\\_10](https://www.who.int/docs/default-source/coronaviruse/situation-reports/20200311-sitrep-51-covid-19.pdf?sfvrsn=1ba62e57_10)
- Wong, T. W. K., Hung, J. W. S & Leung, M. W. Y. (2021). Pediatric domestic accidents during COVID-19 pandemic in Hong Kong. *Surg Pract*, 25, 32–37.

Geliş Tarihi:

07.01.2022

Kabul Tarihi:

05.05.2022


Yayınlanma Tarihi:

15.06.2022

Kaynakça Gösterimi: Özgül, T., & Fidan, Y. (2022).  
Entelektüel sermaye ve kurumsal itibarın  
örgütsel performans ilişkisinde bilgi yönetiminin  
aracı rolü. *İstanbul Ticaret Üniversitesi  
Sosyal Bilimler Dergisi*, 21(43), 231-252.  
doi: 10.46928/iticusbe.1052334

## ENTELEKTÜEL SERMAYE VE KURUMSAL İTİBARIN ÖRGÜTSEL PERFORMANS İLİŞKİSİNDE BİLGİ YÖNETİMİNİN ARACI ROLÜ <sup>1</sup>



*Araştırma*

Türkan Özgül 

Sorumlu Yazar (Correspondence)

İstanbul Medipol Üniversitesi

[tozgul@medipol.edu.tr](mailto:tozgul@medipol.edu.tr)

Yahya Fidan  

İstanbul Ticaret Üniversitesi

[yfidan@ticaret.edu.tr](mailto:yfidan@ticaret.edu.tr)

Türkan Özgül, İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Doktora Programı öğrencisidir. İstanbul Medipol Üniversitesi Sağlık Uygulama ve Araştırma Merkezi'nde üst düzey yönetici olarak görev yapmaktadır.

Prof. Dr. Yahya Fidan, Yönetim ve Strateji uzmanı olup İstanbul Ticaret Üniversitesi İşletme Fakültesi Lojistik Yönetimi Lisans Programı'nda Bölüm Başkanıdır. Aynı zamanda Lojistik Yönetimi Yüksek Lisans Program Başkanlığını da yürütmektedir.

---

<sup>1</sup> Bu çalışma, İstanbul Ticaret Üniversitesi, SBE, İşletme ABD'nde İşletme Doktora Programında Türkan Özgül tarafından Prof. Dr. Yahya Fidan danışmanlığında yapılan Doktora Tezinden yararlanılarak hazırlanmıştır.

# ENTELEKTÜEL SERMAYE VE KURUMSAL İTİBARIN ÖRGÜTSEL PERFORMANS İLİŞKİSİNDE BİLGİ YÖNETİMİNİN ARACI ROLÜ

Türkan Özgül  
[tozgul@medipol.edu.tr](mailto:tozgul@medipol.edu.tr)  
Yahya Fidan  
[yfidan@ticaret.edu.tr](mailto:yfidan@ticaret.edu.tr)

## Özet

Sağlık hizmetleri dünyanın birçok ülkesinde özel, kâr amacı gütmeyen özel ve kamu olmak üzere çeşitli kurum ve kuruluşlar tarafından sunulmaktadır. Farklı mülkiyete sahip bu sağlık işletmeleri rekabet üstünlüğü elde etmek için kendilerine özgü politika ve stratejiler izlemektedir. Günümüz işletmelerinde rekabet üstünlüğü sağlamak için en önemli kriter rakiplerden farklılaşmaktır. Son yıllarda işletmeler bu farklılaşmayı ortaya koyabilmek için entelektüel sermaye ve bilgi yönetimine yatırım yapmaktadır.

**Amaç:** Bu çalışmada entelektüel sermaye, kurumsal itibar ve kurumsal performans arasındaki ilişkide bilgi yönetiminin aracılık rolünün ortaya konulması amaçlanmıştır.

**Yöntem:** Araştırmada veri toplamak için anket yöntemi kullanılmıştır. İstanbul'da faaliyet gösteren sağlık işletmelerinin yöneticileri ile anket gerçekleştirilmiştir. Anket sonuçlarının doğruluğunu kontrol etmek ve anlamak için faktör analizi ve güvenilirlik testleri uygulanmış, aracı etki analizi için yapısal eşitlik modellemesinden yararlanılmıştır. Bu kapsamda aracı etki analizi ile "bilgi yönetiminin aracı rolü" analiz edilmiştir.

**Bulgular:** Yapılan analizlere göre entelektüel sermaye, kurumsal itibar üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı bir etkiye sahip iken bilgi yönetiminin anlamlı bir etkiye sahip olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Bilgi yönetiminin aracılık etkisi için yapılan analizlerin sonucunda bilgi yönetiminin entelektüel sermaye ile kurumsal performans arasında aracılık rolü olduğu tespit edilmiştir.

**Özgünlük:** Son zamanlarda işletmelerde bilginin önemi her geçen gün artmakta ve bilginin yönetimi önem kazanmaktadır. Bilginin işletmelerdeki değerinin belirlenmesi, entelektüel sermaye ile kurumsallaşma arasındaki rolünün tespiti, rekabette belirleyici olacaktır.

**Anahtar Kelimeler:** Entelektüel Sermaye, Kurumsal İtibar, Kurumsal Performans, Bilgi Yönetimi, Sağlık Sektörü

**JEL Sınıflandırılması:** M1, M12, C12

# **THE INTERMEDIARY ROLE OF KNOWLEDGE MANAGEMENT IN THE RELATIONSHIP OF INTELLECTUAL CAPITAL AND CORPORATE REPUTATION WITH ORGANIZATIONAL PERFORMANCE**

## **Abstract**

Health services are provided by various institutions and organizations, including private, non-profit private and public, in many countries of the world. These healthcare businesses with different ownership follow their own policies and strategies to gain competitive advantage. The most important criterion to provide competitive advantage in today's businesses is to differentiate from competitors. In recent years, businesses have been investing in intellectual capital and knowledge management in order to reveal this differentiation.

**Purpose:** In this study, it is aimed to reveal the mediating role of knowledge management in the relationship between intellectual capital, corporate reputation, and corporate performance.

**Method:** Questionnaire method was used to collect data in the study. A survey was conducted with the managers of health enterprises operating in Istanbul. Factor analysis and reliability tests were applied to control and understand the accuracy of the survey results, and structural equation modeling was used for mediating effect analysis. In this context, "the mediating role of knowledge management" was analyzed with mediator effect analysis.

**Findings:** According to the analyzes, it was concluded that while intellectual capital has a positive and significant effect on corporate reputation, knowledge management does not have a significant effect. As a result of the analyzes made for the mediation effect of knowledge management, it has been determined that knowledge management has a mediating role between intellectual capital and corporate performance.

**Originality:** Recently, the importance of information in businesses is increasing day by day and the management of information is gaining importance. Determining the value of knowledge in businesses and determining its role between intellectual capital and institutionalization will be decisive in competition.

**Keywords:** Intellectual Capital, Corporate Reputation, Corporate Performance, Knowledge Management, Health Sector

**JEL Classification:** M1, M12, C12

## GİRİŞ

Serbest piyasa ekonomisine geçişle birlikte sağlık sektöründe rekabet başlamıştır. Teknolojik gelişmeler ve küreselleşmenin etkisiyle işletmeler için en önemli rekabet avantajı konumundaki insan kaynağı, hammadde ve sermaye gibi unsurlar yerini bilgiye bırakmışlardır. Bilgi yönetimi işletmeler için en önemli rekabet unsuruna dönüşmüş ve bu sebeple günümüze bilgi çağı, bilgi dönemi veya bilgi devri adı verilmiştir. Belirsizliklerin fazla ve değişimin çok hızlı olduğu günümüz ekonomilerinde rekabet üstünlüğünün kaynağı bilgi ve onun uzantısı olan tüm değerlerdir. Bu nedenle işletmelerin başarısının anahtarı bilgiyi üretmek ve üretilen bilgiyi örgütün tüm fonksiyonları ile paylaşmakta yatmaktadır (Atlı, 2014, s. 6).

Bilgi yönetimi, bilginin önem kazanması ile birlikte sıkça ele alınan bir kavram olmuştur. Bilgi yönetimi kavramı 1970’lerde Peter Drucker tarafından ifade edilmiş, 1980’lerde Sveiby ve Nonaka & Takeuchi’nin çalışmaları ile geliştirilmiştir (Uriarte, 2008, s. 32). Yönetim dehası olarak bilinen Drucker (1993), “*Kapitalizm Sonrası Toplum (Post Capitalist Society)*” adlı eserinde gelecekte işletmeler için bilginin değerinin hızla yükseleceğini, İşletmelerin bilgi ile organize olacağını ve bilgi çağının başlayacağını belirtmektedir. Hangi toplum, örgüt ya da birey bilgiye sahip olur ve bunu yeni bilgileri üretmek için kullanırsa rakiplerinden daha ileride olacak, bunu yapamayanlar ise rekabet karşısında zorlanacaklardır.

Bilgi yönetiminin tanımı ve çerçevesi ise günümüzde hala tartışılmaya devam etmektedir ve bu konuda ortak bir görüş birliği bulunmamaktadır (Saito vd., 2007, s. 99). Üzerinde tam olarak uzlaşmış bir tanımı olmasa da bilgi yönetimi gelişimini sürdürmekte olan bir alandır (Dalkir & Liebowitz, 2011, s. 15). Bilgi yönetimini tek bir açıdan incelemek, tek boyuta indirgemek, sadece teknolojik ve yönetsel açıdan değerlendirmek beklenen sonucu hiç bir zaman vermeyeceği gibi yapılan çalışmaların çoğunlukla başarısızlıkla sonuçlanmasına sebep olacaktır (Moteleb & Woodman, 2007, s. 60). Bilginin paylaşımı ve kullanımı ile birlikte artan bir özelliğinin olması, örgütsel başarı için bilginin etkin kullanılmasını zorunlu hale getirmektedir. Bu nedenle bilgi yönetiminin önemi, ancak farklı perspektiflerden ve daha kapsamlı olarak ele alınması ile anlaşılabilir.

Örgüte katkı oluşturan unsurlar maddi varlıklardan maddi olmayan varlıklara doğru yönelmiştir. Maddi olmayan varlıklar; “entelektüel varlıklar” ve “kurumsal itibar” olarak adlandırılmaktadır. İlk olarak 1990’lı yılların başlarında ele alınan entelektüel sermaye, Thomas Stewart’ ın 1991 yılında yazdığı “*Beyin Gücü (Brain Power)*” adlı makalesi ile popülerleşmiş, akademik çalışmalar ile de her geçen gün önemini artırmıştır (Karacan, 2004, s. 180). Bilgi yönetimi enstrümanlarından biri olarak kabul edilen entelektüel sermaye genel anlamda; bilginin kâra dönüştürülmüş halidir (Tan & Gül, 2012, s. 540).

Entelektüel sermaye; fikirlerinin, yeniliklerinin, teknolojilerinin, genel bilgilerinin, veri kullanma yeteneklerinin, ilişkilerinin, süreçlerinin bir bütün olarak ele alınması olarak da düşünülebilir.

Kurumsal itibar ise işletmelerin paydaş gruplarının, işletmeye ait algısının göstergesidir. Başka bir ifadeyle işçilerin, yöneticilerin, müşterilerin, medya organlarının ve tedarikçilerin işletmeye karşı olan tutum ve davranışları ile işletmeyle aralarında oluşan bağı ifade eder (Chun, 2005, s. 101). İşletmelerin kurumsal itibarı, paydaşları ile iletişiminden oluşur. Bununla birlikte işletme dış çevresinin kendi aralarındaki bilgi paylaşımıyla da oluşabilir (Deephouse, 2000, s. 1101). Kurumsal imaj, kurumsal kimlik, marka değeri, tanınabilirlik olarak da literatürde sıkça ele alınan kavramlarla doğrudan bağlantılı olan kurumsal itibar; tüm paydaşların, kurumsal faaliyetlere ilişkin bütün algılarının toplamını ifade etmektedir (Walker, 2010, s. 62).

Sağlık işletmelerinin tercih edilme noktasında kurumsal itibarın önemi büyüktür. Diğer taraftan hali hazırda var olan müşteriler için kurumsal İtibarın gelişimi sürdürülmelidir. Bu süreçte entelektüel sermaye ve bilgi yönetimi organizasyonun stratejik amaçları bakımından ciddi öneme sahip somut olmayan kavramlar olarak karşımıza çıkmaktadır. Özellikle rekabetin yüksek olduğu piyasalarda önemi giderek artan bu kavramların sağlık işletmeleri için önemi hizmet sektöründe faaliyet göstermeleri nedeniyle daha da fazladır.

Kurumsal performans kavramı ise, şirketlerin belirli bir süre sonundaki çıktısı ya da amaca ulaşma derecesi şeklinde ifade edilmektedir. Kurumsal performans, kurumların faaliyet sonuçlarını ortaya koyan tüm sayısal ve sayısal olmayan göstergeleri nitelemektedir (Burke & Nelson, 1997, s. 332). Kurumsal performans, bilgi ve yeteneklerin en üst düzeyde kullanımını, şirketlerin belirli dönemlerde hedeflerini gerçekleştirme başarısını, aldıkları kararların etkinliğini ve paydaşlarının beklentilerini karşılama derecelerini ölçümleyen bir göstergedir (Waggoner vd., 1999, s. 60). Sağlık hizmeti sunan kurumlar bazı yapısal ve yönetsel özellikleri sebebiyle diğer işletmelerden farklıdır. Ancak, günümüz ekonomik koşullarında diğer sektörlerdeki işletmeler gibi rakipleri ile pazarda rekabet etmek zorundadır. Gelişmiş ülkelerde sağlık hizmeti sunan özel hastaneler için kurumsal performans ölçümleri hem akademik hem de sektörel çalışmalarda sıkça yapılmaktadır. Bu bağlamda yüksek kurumsal performans gösteren kurumların karakteristik özelliklerinin neler olduğu iyi anlaşılmalıdır.

Bu çalışma 4 dört ana bölümden oluşmaktadır. Çalışmanın birinci bölümü olan giriş bölümünde konu ile ilgili genel bilgilere, ikinci bölümünde literatürde yer alan çalışmalara yer verilmiştir. Üçüncü bölümde ise yöntem hakkında bilgi verilmiş ve yapılan analizler tablolar halinde paylaşılmıştır. Çalışmanın son bölümünde uygulamaya ait bulgu ve sonuçlar ile gelecekte yapılacak çalışmalara yönelik öneriler yer almaktadır.

## LİTERATÜR

Bilginin kendisi bir ürün olarak değer ifade etmeye başlamış ve sosyolojik olarak sanayi toplumundan teknoloji toplumuna geçilmiştir. Böyle bir dönemde işletmeler, insan sermayesine ve yapısal sermayeye daha fazla yatırım yaparak rekabet gücünü korumaya çalışmaktadır (Demirkol, 2007, s. 45). Entelektüel sermayeyi artırmak için, bilgi oluşum sürecini doğru olarak ele almak, anlamak ve yönetmek gerekir (Marr vd., 2003, s. 775). Entelektüel sermayeden maksimum kazanç elde etmek için ise bilgi yönetimi aracılığıyla zihinlerdeki bilgiyi tüm çalışanlarla paylaşmak gerekmektedir (Uriarte, 2008, s. 93). Bu paylaşımın örgütün etkinliğine ve dolayısıyla performansına katkı yapacağı açıktır.

Literatürde en çok entelektüel sermaye ile karlılık arasındaki ilişki incelenmiş ve aralarında pozitif bir ilişki olduğu tespit edilmiştir (Iswati & Anshori, 2007, s. 1395; F-Jardón & Susana Martos, 2009, s. 615; Rehman vd., 2013, s. 1257). İşletmenin maddi olmayan kaynaklarının, kurum performansı üzerindeki etkisini araştıran çalışmalarda; entelektüel sermayenin önemine işaret edilerek soyut kaynakların, kurum performansı üzerinde etkili olduğu belirtilmiştir (Low, 2000, s. 260; Firer & Williams, 2003, s. 358). Johannessen vd. (2005), entelektüel sermaye kavramının yapısını ve değer oluşturma konusundaki rolünü ele alırken, Tzeng ve Goo (2005), entelektüel sermaye ile kurumsal değer arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Verma ve Dhar (2016), entelektüel sermayenin örgütsel etkinliği etkisinin devlet kurumlarında özel sektörden daha yüksek olduğu ve örgütsel etkinliği, kamu sektöründe insan ve yapısal sermayenin etkilediği, özel sektörde ise örgütsel verimliliği entelektüel sermaye unsurlarının hepsinin (insan–yapısal–müşteri sermayesi) etkilediği bulgularına ulaşmışlardır. Entelektüel sermayenin, rekabet avantajına olan etkisi üzerine gerçekleştirilen çalışmada; ilişkisel sermaye ve yapısal sermayenin rekabet avantajı üzerinde olumlu bir etkisi olduğu, ancak insan sermayesinin rekabet avantajı üzerine doğrudan bir etkisine rastlanmadığı sonucuna ulaşılmıştır (Yaseen vd., 2016, s. 173). Lönnqvist vd. (2009), işletmelerin stratejik hedefleri ile entelektüel sermaye yönetim modelinin uyumunu ve değişim yönetimi için entelektüel sermaye yönetim modelinin önemini belirlemiştir. Berzkalne ve Zelgalve (2014), işletme değerini belirlemek için finansal tablolarını incelemiş ve aynı işletmelerin entelektüel sermaye değerini belirlemek için Entelektüel Katma Değer Katsayısı Yöntemi (VAIC) kullanmışlardır. Entelektüel sermayenin artması işletmenin değerini artırır hipoteziyle yola çıkılan çalışmada karmaşık ve tutarlı olmayan sonuçlar elde edilmiştir.

Kurumsal itibar ile ilgili çalışmaların en popüler isimlerinden birisi olan Fombrun (1996) örgüt itibarını, bir kurumun tüm bileşenleri için, algısal bir temsil olarak tanımlamakta ve yöneticilerin, çalışanların, müşterilerin, tedarikçilerin, yatırımcıların ve diğer tüm paydaşlarının gözünde iyi, kötü, zayıf, güçlü gibi duygusal tepkiler ile ifade edilmekte olduğunu belirtmektedir. Gotsi ve Wilson (2001) ise itibarı çalışma ortamı çerçevesinde değerlendirmişler, çalışanların kurum misyon ve hedeflerini benimsedikçe verimlilik ve sadakatlerini arttıracaklarını, nihai olarak kurumun değerlerini benimseyerek tutumlarını



buna göre şekillendireceklerini belirtmişlerdir. Günümüzde birçok işletme, en önemli varlıklarının marka veya isimleri ile itibarları olduğunu ifade etmektedir. Bir işletme için, itibarın hem maddi hem de maddi olmayan pek çok yararı olabilmektedir.

Literatürde kurumsal itibar ile ilgili çalışmalar, markanın itibarı ile markanın finansal göstergeleri arasında olumlu yönde ilişki olduğunu göstermektedir (Roberts & Dowling, 2002, s. 1090). Ayrıca kurumsal itibarın personel performansını ve kuruma bağlılığı artırdığı (Dutton vd., 1994, s. 260), üstün nitelikli personelleri işletmeye çektiği (Stuart, 2002, s. 43), müşteri sadakatini artırdığı, piyasada ciddi bir rekabet üstünlüğü oluşturduğu, işletmenin ürün ve hizmetlerine gelen talepleri anlamlı ve pozitif yönlü olarak etkilediği (Yoon vd., 1993, s. 225) belirtilmektedir.

Kurumsal performans ile ilgili literatürdeki çalışmalar örgütsel performansın nasıl daha iyi ölçümleneceği üzerine yoğunlaşmıştır. Yeniyurt (2003), çok uluslu firmalar için entegre bir performans değerlendirmesi üzerine kavramsal bir model önerisinde bulunmuş, kavramsal modeli, BSC, Skandia Navigator ve EVA (Economic Value Added) temelinde şekillendirilmiştir. Kavramsal model; finansal, müşteri, iç-süreçler, inovasyon ve organizasyon kültürü olmak üzere 5 boyuttan oluşturulmuştur. Arslan (2010), aynı sektörde üretim yapan işletmelerin kurumsal performanslarının araştırılması için finansal tablolardan hesaplanan göstergeleri esas almıştır. Çalışmada Bulank-TOPSIS (Technique For Order Preference By Similarity To An Ideal Solution) yöntemi ile işletmeler, performansları açısından ardışık 3 yıl için sıralanmıştır. Grigoroudis vd. (2012), kar amacı gütmeyen, rekabetten uzak, sosyal nitelik taşıyan kamu sağlık kuruluşları için BSC (Balanced Scorecard) temelinde bir performans ölçüm sistemi geliştirilmesi amacıyla 4 (dört) boyut ve hem finansal hem de finansal olmayan nitelikte toplam 24 (yirmi dört) gösterge belirlemişlerdir. Kunkel vd. (2007), sağlık sektöründe Donabedian'ın yapı-süreç-sonuç modeline ait temel model boyutlarının birbirlerine olan ilişkilerini incelemişler; yapı boyutunun, süreç boyutu ve sonuç boyutu ile yüksek seviyede pozitif yönde ilişkili olduğunu tespit etmişlerdir.

Yapılan çalışmalar, bilgi yönetiminin başarısına katkı sağlayan en önemli faktörün örgüt kültürü olduğu yönündedir (Gol vd., 2001, s.212). Amerika ve Avrupa'nın önde gelen 431 şirketinde yapılan bir araştırma da bilgi yönetimi uygulamalarında ortaya çıkan en önemli zorluğun insanların davranışlarının değiştirilmesi olduğu vurgulanmakta ve uygun olmayan bir örgüt kültürünün varlığı gösterilmektedir (Storey & Barnett, 2000, s. 154). Javed vd. (2012), bilgi yönetiminin organizasyonel öğrenme ile müşteri ve çalışan tatmini arasında tam aracılık etkisi olduğunu belirtmişler, Imran (2014), bilgi yönetiminin kurumsal performansa pozitif etkisini tespit etmiştir.Yapılan bazı çalışmalarda bilgi yönetimi-inovasyon ilişkisi ve bilgi yönetimi-rekabet avantajı ilişkisi araştırılmış, bilgi yönetiminin inovasyon çıktılarını pozitif etkilediği (Leal-Rodríguez vd., 2013, s. 69; Kör & Maden, 2013, s. 300; Lai vd., 2014, s. 736) gibi bilgi yönetiminin rekabet avantajını da pozitif etkilediği (Mundra vd., 2011, s. 24; Kaveh vd. 2015, s. 657) sonuçlarına varılmıştır.

Literatürde; çalışmada ele alınan boyutların aralarındaki ilişkiyi inceleyen çalışmalar görmek mümkündür. Seleim ve Khalil (2011), entelektüel sermaye ve bilgi yönetimi ilişkisi üzerine bir model kurgulayarak, iki değişkenin birbirine etkilerini araştırmışlardır. Araştırma sonucuna göre; “entelektüel sermaye boyutları bilgi yönetimi süreçlerini pozitif etkiler” hipotezi güçlü açıklama oranı ile kabul edilmiştir. Sullivan (1998), değer odaklı entelektüel sermayenin, işletmenin itibarını ve pazar payını arttıracığını ve sürdürülebilir bir rekabet silahına dönüştürülebileceğini belirtmektedir.

Kurumsal itibarın bir işletmenin sahip olduğu en kritik, stratejik ve kalıcı varlık olduğu ve işletmelerde finansal tablolarda gösterilmeyen maddi olmayan varlıkları (entelektüel sermaye) etkilediği (Cravens vd., 2003, s. 210), işletmelerin kurumsal itibarlarındaki dalgalanmanın ise entelektüel sermayelerini olumsuz yönde etkileyeceği belirtilmektedir (Andriessen, 2004, s. 240). Amerika'nın en çok beğenilen şirketleri araştırmasında kurumsal itibar; şerefiye, müşteri hizmetleri ve entelektüel sermaye üzerinden ölçümlenmiştir (Black vd., 2000, s. 40). Entelektüel sermaye, zayıf stratejik planlama süreçleri, tehlikeli çalışma koşulları ve kötü kurumsal itibar gibi birçok şeye olumlu etki eder (Harvey & Lusch, 1999, s. 90).

Son zamanlarda yapılan pek çok araştırmada entelektüel sermaye ve firma performansı arasında pozitif ve anlamlı bir ilişkinin olduğu belirtilmektedir (Bassi & Van Buren, 1999, s. 439; Riahi-Belkaoui, 2003, s. 225). Entelektüel sermaye ile firmanın piyasa değeri ve finansal performansları arasında olumlu bir ilişki olduğu gösterilmiştir (Chen vd., 2005, s. 174). Hsu & Fang (2009) orta ve küçük işletmelerin bulunduğu endüstriyel sektörlerde yaptıkları çalışmada; entelektüel sermaye, örgütsel öğrenme yeteneği ve ürün geliştirme performansı arasındaki ilişkiyi incelenmiş, insan sermayesi ve ilişki sermayenin örgütsel öğrenme yeteneği aracılık rolü ile yeni ürün geliştirme performansını etkilediği ve yapısal sermayenin örgütsel öğrenme kabiliyetini pozitif yönde etkilediği ancak yeni ürün geliştirme performansı üzerinde negatif etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Kurumsal itibar ve kurumsal performansı birlikte ele alan ve bankacılık sektörü üzerine yapılan çalışmada panel veri analizi kullanılarak kurumsal itibarın, kurumsal performansa uzun ve kısa vadede etkisi incelenmiştir (Ramos & Casado-Molina, 2021, s. 129). Ileanu vd. (2015) çalışmalarında Romanya'da bulunan 162 küçük ve orta ölçekli işletmelerin yöneticilerine odaklanılmışlardır. Yapısal eşitlik modeliyle yapılan çalışma sonucunda entelektüel sermayenin her bir bileşeninin (insan- yapısal- müşteri) işletme performansı ile pozitif yönde direkt olarak ilişkili olduğu bulguları elde edilmiştir. Abdullah ve Sofian (2012), çalışmalarında; entelektüel sermayeyi insan, yapısal, ilişki sermaye olarak dört faktöre ayırarak, kurumsal performansla olan ilişkilerini korelasyon analiziyle incelemiştir. Entelektüel sermayenin dört faktörü ile kurumsal performans arasında anlamlı ve olumlu yönlü bir ilişkiye sahip olduğu sonucuna varılmıştır. Buna ek olarak en güçlü ilişkinin kurumsal performansla ilişki sermaye arasında ortaya çıktığı sonucuna ulaşılmıştır.

Fombrun (1996), değer oluşturmada anahtar unsurun algıda bilgi yönetimi yapmak olduğunu, bilgi teknolojilerinin süratli gelişimi ve farklı iletişim araçlarının açılmasının bilgi paylaşımını artırarak çalışanların kurumsal bağlılığını artırdığını, işletmelerin çalışanlarıyla karşılıklı güven kurarak itibarlarını sürdürebileceklerini ifade etmektedir. Tanrıverdi ve Venkatraman (2004), çapraz iş bilgi stratejilerinin ortak performansa etkisini tespit etmek için yaptıkları çalışmada; ürün-bilgi ilişkisi, müşteri-bilgi ilişkisi ve yönetim-bilgi ilişkisi kaynaklı stratejilerin ortak performansı iyileştirmediğini, ancak bu ilişkilerden kaynaklanan stratejilerin pazar ve muhasebe tabanlı performansı oldukça artırdığını tespit etmişlerdir. Hammond ve Slocum (1996), işletmenin bir önceki dönem finansal performansının ileriki dönem kurumsal itibarı üzerinde etkisi olduğunu belirtmişlerdir. Roberts ve Dowling (2002), çalışmalarında yüksek itibara sahip olan işletmelerin daha yüksek kâra ulaşma ihtimallerinin daha yüksek olduğunu ifade etmişlerdir. Çınaroğlu ve Şahin (2012), çalışmalarında; kurumsal itibar ve markanın imaj algısı arasında pozitif yönlü ilişki olduğunu tespit etmişlerdir. Pek çok çalışmada bilgi yönetimi uygulamalarının işletme performansı ile ilişkisinin anlamlı olduğu tespit edilmiştir (Gold vd., 2001, s. 210; Gholami vd., 2013, s. 215).

Literatür incelendiğinde söz konusu dört boyutun ilişkili olduğu görülmektedir. Fakat literatürde dört boyutu bir arada ele alan çalışmaya rastlanılmamıştır.

## **UYGULAMA**

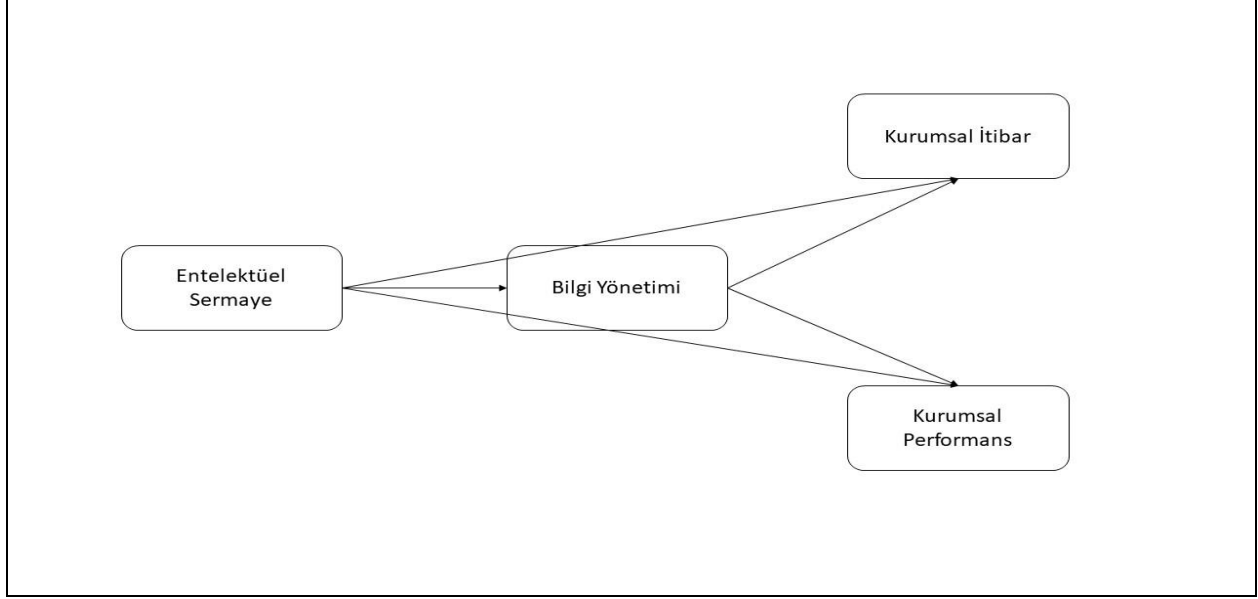
### ***Araştırmanın Amacı***

Sağlık işletmelerinde bilgi teknolojilerinin gelişimine paralel olarak artan miktarda veri, bilgi ve kanıt vardır, ancak bu bilgi genellikle icra noktasında verimli ve etkili bir şekilde uygulamaya konulamaz. Sürekli ve açık olan bu bilgi akışı içerisinde genelde örtülü kalan entelektüel sermayenin nasıl filtreleneceği, çıkarılacağı, entegre edileceği ve dağıtılacağı önemli bir sorunsal olarak gündeme gelmektedir. Bundan dolayı bilginin aracı rolünün analizine ihtiyaç duyulmuştur.

Sağlık işletmeleri birden fazla paydaşa yanıt vermeye çalışırken, aynı zamanda diğer sağlık kurum ve kuruluşları ile rekabet edebilmeli ve performans hedeflerine ulaşabilmelidir. Bunlara ek olarak; sağlık hizmet sunumu ile ilgili hizmet çeşitliği, hizmetlere, hizmet kalitesi, müşteri memnuniyeti, kurumsal imaj ve itibar gibi unsurlarında göz ardı edilmemesi gerekir. Bu çalışmada entelektüel sermaye, bilgi yönetimi, kurumsal itibar ve kurumsal performans arasındaki ilişkiyi ortaya çıkarmak, entelektüel sermaye ve bilgi yönetiminin işletmeler için stratejik öneminin daha kolay anlaşılmasına ve işletmelerde stratejik yönetim aracı olarak kullanılmasına katkı sağlamak amaçlanmıştır.

### ***Araştırmanın Tasarımı ve Modeli***

Sağlık işletmelerinde; entelektüel sermaye, kurumsal itibar ve kurumsal performans arasındaki ilişki ve bilgi yönetiminin aracılık rolü şekil 1'deki model kapsamında incelenmiştir.



**Şekil 1.** Araştırma Tasarımı ve Modeli

### **Araştırmanın Hipotezleri**

- H1: Entelektüel sermaye bilgi yönetimine etki eder.
- H2: Entelektüel sermaye kurumsal itibara etki eder.
- H3: Entelektüel sermaye kurumsal performansa etki eder.
- H4: Bilgi yönetimi kurumsal itibara etki eder.
- H5: Bilgi yönetimi kurumsal performansa etki eder.
- H6: Kurumsal itibar kurumsal performansa etki eder.
- H7: Entelektüel sermayenin kurumsal itibara etkisinde bilgi yönetiminin aracılık rolü vardır.
- H8: Entelektüel sermayenin kurumsal performansa etkisinde bilgi yönetiminin aracılık rolü vardır.

### ***Araştırma Örnekleme***

Çalışmanın amacı doğrultusunda uygulanan anket yöntemi ile hastanelerde yönetici pozisyonunda çalışan 505 katılımcıya ulaşılmıştır. Katılımcıların cinsiyet, yaş aralığı, eğitim durumu ve kurum bilgilerine ait tanımlayıcı özellikleri bu bölümde analiz edilmiştir. Örnekleme ait frekans ve yüzde dağılım bilgileri tablo 1'de verilmiştir.

**Tablo 1.** Tanımlayıcı Analiz Bulguları

| <b>Tanımlayıcı Özellikler</b> |                      | <b>N</b> | <b>%</b> |
|-------------------------------|----------------------|----------|----------|
| Cinsiyet                      | Erkek                | 323      | 63,96    |
|                               | Kadın                | 182      | 36,04    |
| Yaş Aralığı                   | 20-30 yaş            | 88       | 17,43    |
|                               | 31-40 yaş            | 149      | 29,50    |
|                               | 41-50 yaş            | 170      | 33,66    |
|                               | 51-60 yaş            | 89       | 17,62    |
|                               | 61 yaş ve üstü       | 9        | 1,78     |
| Eğitim Durumu                 | Lisans üstü          | 259      | 51,29    |
|                               | Lise ve öncesi       | 20       | 3,96     |
|                               | Ön lisans-Lisans     | 226      | 44,75    |
| Kurumu                        | Kamu Kurumu          | 200      | 39,60    |
|                               | Özel Hastane         | 197      | 39,01    |
|                               | Üniversite Hastanesi | 108      | 21,39    |

### *Araştırma Ölçekleri*

Anket formu entelektüel sermaye, bilgi yönetimi, kurumsal itibar ve kurumsal performans ile ilgili dört ayrı ölçek üzerinden kurgulanmıştır. Araştırmada kullanılan ölçeklerle ilgili bilgilere tablo 2’ de yer verilmiştir.

**Tablo 2.** Ölçek Bilgileri

| <b>Ölçülen Boyut</b>              | <b>Alt Boyut</b>     | <b>Kaynak</b>                               |
|-----------------------------------|----------------------|---|
| Entellektüel Sermaye<br>(40 soru) | İnsan Sermayesi-13   | Bontis (1998) ve<br>Sharabati vd.<br>(2010) |
|                                   | Yapısal Sermaye-10   |   |
|                                   | Müşteri Sermayesi-17 |   |

|                                  |  |                              |
|----------------------------------|--|------------------------------|
| Bilgi Yönetimi<br>(17 soru)      | Bilgiyi Edinme-6 soru<br>Bilgiyi Oluşturma-6 soru<br>Bilgiyi Uygulama- 5 soru  | Hsu & Sabherwal<br>(2012)    |
| Kurumsal İtibar<br>(20 soru)     | Duygusal Cazibe Boyutu- 3<br>Ürün ve Hizmetler Boyutu-4<br>Vizyon ve Liderlik Boyutu-3<br>Çalışma Ortamı ve İş Çevresi Boyutu-3<br>Kurumsal Sosyal Sorumluluk Boyutu-3<br>Finansal Performans Boyutu-4 | Fombrun &<br>Gardberg (2000) |
| Kurumsal Performans<br>(16 soru) | Finans Boyutu- 4<br>İş Süreçleri Boyutu-3<br>Müşteri Boyutu-5<br>Öğrenme ve Gelişme Boyutu-4   | Kaplan & Norton<br>(1996)    |

### ***İstatistiksel Analizler***

Bilgi Yönetiminin aracı etkisine bakabilmek için yapısal eşitlik modellemesinden yararlanılmıştır. Bu doğrultuda, AMOS 24 programı kullanılmıştır. AMOS Yazılımı, Yapısal Eşitlik Modellemesi ve Doğrulayıcı Faktör Analizi yapmak için sıklıkla kullanılan bir hesaplama modülüdür. (Şencan&Fidan, 2020, s. 659).

Yapısal eşitlik modellemesi için ilk olarak ölçeklerin güvenilirlik ve geçerlilikleri için doğrulayıcı faktör analizi uygulanmıştır. Faktör yükü düşük olan ve güvenilirlik vermeyen ifadeler analizden çıkarılmıştır. Elde edilen nihai ifadeler üzerinden aracı etki analizi için yol diyagramı çizilerek analiz edilmiştir.

## **BULGULAR**

### ***Güvenilirlik ve Geçerlilik Analizi Bulguları***

Yapısal eşitlik modellemesi öncesinde ölçeklerin güvenilirlik ve geçerlilik testleri uygulanmıştır. Yapı geçerliliği için öncelikle açıklayıcı faktör analizi uygulanmış elde edilen sonuçlar ayrıca doğrulayıcı faktör analizi ile test edilmiştir. Güvenilirlik için Cronbach's Alfa değeri ve Composite Güvenilirlik değerlerinin 0,6'ın üzerinde olması incelenmiştir. Faktör analizlerinde ise faktör yükleri 0,5'in altında

olan ifadeler analizden çıkarılmıştır. Doğrulayıcı faktör analizi ve güvenilirlik sonuçları Tablo 3’de özetlenmiştir.

**Tablo 3.** Ölçeklere Ait Doğrulayıcı Faktör Analizi ve Güvenilirlik Sonuçları

| Boyutlar                 | İfadeler                 | Faktör Yüğü | Composite Reability | AVE   |
|--------------------------|--------------------------|-------------|---------------------|-------|
| İnsan Sermayesi Boyutu   | s1                       | 0,707       | 0,923               | 0,548 |
|                          | s2                       | 0,69        |                     |       |
|                          | s3                       | 0,547       |                     |       |
|                          | s4                       | 0,756       |                     |       |
|                          | s5                       | 0,659       |                     |       |
|                          | s6                       | 0,732       |                     |       |
|                          | s8                       | 0,846       |                     |       |
|                          | s9                       | 0,767       |                     |       |
|                          | s10                      | 0,806       |                     |       |
|                          | s11                      | 0,84        |                     |       |
|                          | Müşteri Sermayesi Boyutu | s16         |                     |       |
| s17                      |                          | 0,797       |                     |       |
| s18                      |                          | 0,771       |                     |       |
| s19                      |                          | 0,84        |                     |       |
| s20                      |                          | 0,781       |                     |       |
| s21                      |                          | 0,675       |                     |       |
| s22                      |                          | 0,834       |                     |       |
| s23                      |                          | 0,739       |                     |       |
| s24                      |                          | 0,753       |                     |       |
| s25                      |                          | 0,796       |                     |       |
| s26                      |                          | 0,673       |                     |       |
| s27                      |                          | 0,785       |                     |       |
| s28                      |                          | 0,754       |                     |       |
| s30                      |                          | 0,624       |                     |       |
| Yapısal Sermayesi Boyutu | s31                      | 0,843       | 0,957               | 0,688 |
|                          | s32                      | 0,81        |                     |       |
|                          | s33                      | 0,822       |                     |       |
|                          | s34                      | 0,792       |                     |       |
|                          | s35                      | 0,809       |                     |       |
|                          | s36                      | 0,766       |                     |       |
|                          | s37                      | 0,83        |                     |       |
|                          | s38                      | 0,883       |                     |       |
|                          | s39                      | 0,866       |                     |       |
|                          | s40                      | 0,866       |                     |       |
| Bilgiyi Edinme           | s41                      | 0,835       | 0,911               | 0,72  |
|                          | s42                      | 0,866       |                     |       |
|                          | s43                      | 0,836       |                     |       |
|                          | s44                      | 0,858       |                     |       |
| Bilgiyi Dönüştürme       | s47                      | 0,861       | 0,94                | 0,724 |
|                          | s48                      | 0,826       |                     |       |
|                          | s49                      | 0,863       |                     |       |
|                          | s50                      | 0,87        |                     |       |
|                          | s51                      | 0,84        |                     |       |
|                          | s52                      | 0,843       |                     |       |

|                              |     |       |       |       |
|------------------------------|-----|-------|-------|-------|
| Bilgiyi Uygulama             | s53 | 0,866 | 0,929 | 0,725 |
|                              | s54 | 0,876 |       |       |
|                              | s55 | 0,839 |       |       |
|                              | s56 | 0,814 |       |       |
|                              | s57 | 0,86  |       |       |
| Duygusal Cazibe              | s58 | 0,877 | 0,923 | 0,8   |
|                              | s59 | 0,901 |       |       |
|                              | s60 | 0,905 |       |       |
| Finansal Performans          | s74 | 0,845 | 0,874 | 0,699 |
|                              | s75 | 0,806 |       |       |
|                              | s76 | 0,856 |       |       |
| Kurumsal Sosyal Sorumluluk   | s71 | 0,852 | 0,896 | 0,742 |
|                              | s72 | 0,909 |       |       |
|                              | s73 | 0,821 |       |       |
| Ürün ve Hizmetler            | s62 | 0,81  | 0,899 | 0,747 |
|                              | s63 | 0,879 |       |       |
|                              | s64 | 0,902 |       |       |
| Çalışma Ortamı ve İş Çevresi | s68 | 0,92  | 0,926 | 0,862 |
|                              | s69 | 0,937 |       |       |
| Finans                       | s78 | 0,8   | 0,908 | 0,713 |
|                              | s79 | 0,883 |       |       |
|                              | s80 | 0,904 |       |       |
|                              | s81 | 0,785 |       |       |
| Müşteri                      | s83 | 0,907 | 0,933 | 0,823 |
|                              | s84 | 0,929 |       |       |
|                              | s85 | 0,885 |       |       |
| Öğrenme ve Gelişme           | s90 | 0,886 | 0,92  | 0,793 |
|                              | s91 | 0,947 |       |       |
|                              | s92 | 0,836 |       |       |
| İş Süreçleri                 | s87 | 0,926 | 0,894 | 0,74  |
|                              | s88 | 0,874 |       |       |
|                              | s89 | 0,772 |       |       |

$\chi^2=6911,67$   $df=2669$   $\chi^2/df=2,59$   $CFI=0,894$   $SRMR=0,037$   $RMSEA=0,056$

### **Hipotez Testleri**

Araştırmanın amacı doğrultusunda yapısal eşitlik modellemesi kurulmuş ve hipotezler test edilmiştir. Modele ait sonuçlar Tablo 4'te verilmiştir. Modele ait uyum indeksleri ( $\chi^2=6911,67$ ,  $df=2669$ ,  $\chi^2/df=2,59$ ,  $CFI=0,894$ ,  $SRMR=0,037$   $RMSEA=0,056$ ) kabul edilebilir düzeydedir (Hu & Bentler, 1999, s. 520).

**Tablo 4.** Hipotez Testleri

| Hipotezler  | Katsayı<br>( $\beta$ ) | Standardize<br>Katsayı | Anlamlılık<br>Düzeyi |
|---|------------------------|------------------------|----------------------|
| H1: Entelektüel sermaye bilgi yönetimine etki eder. | 1,154                  | 0,99                   | 0,001                |
| H2: Entelektüel sermaye kurumsal itibara etki eder. | 1,085                  | 0,979                  | 0,001                |



|   |        |        |       |
|---|--------|--------|-------|
| H3: Entelektüel sermaye kurumsal performansa etki eder.   | 0,92   | 0,903  | 0,001 |
| H4: Bilgi yönetimi kurumsal itibara etki eder.  | -0,026 | -0,27  | 0,82  |
| H5: Bilgi yönetimi kurumsal performansa etki eder.  | 0,181  | 0,207  | 0,275 |
| H6: Kurumsal itibar kurumsal performansa etki eder.   | 1,298  | 1,141  | 0,001 |
| H7: Entelektüel sermayenin kurumsal itibara etkisinde bilgi yönetiminin aracılık rolü vardır.     | -0,03  | -0,027 | 0,823 |
| H8: Entelektüel sermayenin kurumsal performansa etkisinde bilgi yönetiminin aracılık rolü vardır. | 0,247  | 0,243  | 0,062 |

Tablo 4 incelendiğinde, Entelektüel sermaye kurumsal performans üzerinde pozitif ve anlamlı bir etkiye sahiptir ( $\beta=0,92$ ,  $p<0,001$ ). Ayrıca entelektüel sermaye bilgi yönetimi üzerinde pozitif bir etkiye sahip olduğu görülmüştür ( $\beta=1,154$ ,  $p<0,001$ ). Entelektüel sermaye ile kurumsal performans arasındaki ilişkide bilgi yönetiminin aracı etkisi %90 güvenirlilikte pozitif ve anlamlı olduğu görülmüştür ( $\beta=0,247$ ,  $p=0,062$ ). Başka bir ifade ile entelektüel sermayenin kurumsal performans üzerindeki etkisinde bilgi yönetiminin aracılık rolü olduğu söylenebilir. Ayrıca entelektüel sermayenin kurumsal itibar üzerinde pozitif etkisi varken ( $\beta=1,085$ ,  $p<0,001$ ), bilgi yönetiminin bu ilişkide aracı bir role sahip olmadığı görülmüştür ( $\beta=-0,03$ ,  $p=0,823$ ). Bunlara ek olarak kurumsal itibarın kurumsal performans üzerinde pozitif ve anlamlı bir etkiye sahip olduğu görülmüştür ( $\beta=1,298$ ,  $p<0,001$ ).

## SONUÇ

Entelektüel sermaye işletmeler için insan, yapısal ve müşteri sermayesi olmak üzere geniş kapsamlı ele alınan bir kavram olup, günümüzün vazgeçilmez unsurlarından biridir. Bu kavramın kurumların itibar ve performanslarına olan etkisi literatürde sıkça tartışılmaktadır. Bu çalışmada entelektüel sermayenin bilgi yönetimiyle ilişkisi araştırılmıştır.

Sağlık hizmetleri dünyanın birçok ülkesinde özel, kâr amacı gütmeyen özel ve kamuya ait olmak üzere çeşitli kurum ve kuruluşlar tarafından sunulmaktadır. Bu farklı mülkiyetlere sahip hastaneler rekabet üstünlüğü için kendilerine özgü politika ve stratejiler izlemektedir. Günümüz işletmelerinde rekabet üstünlüğü sağlamanın temel kriteri rakiplerden farklılaşmaktır. Son yıllarda işletmeler de bu farklılaşmayı ortaya koyabilmek için entelektüel sermaye ve bilgi yönetimine yatırım yapmaktadır. Bu çalışmada entelektüel sermaye, kurumsal itibar ve kurumsal performans arasındaki ilişkide bilgi yönetiminin aracılık rolünün ortaya konulması amaçlanmıştır. Bu amaçla dört ölçek üzerinden yapısal eşitlik modellemesi kurulmuştur.

Araştırma tasarımı üzerinden yapılan analiz sonucunda, kurumlardaki bilgi yönetiminin, entelektüel sermayenin kurumsal performans üzerindeki etkisinde aracı role sahipken, kurumsal itibar üzerindeki

etkisinde aracı role sahip olmadığı sonucuna varılmıştır. Kurumların performansını artıran entelektüel sermaye için bilginin önemi ortaya çıkmıştır. Bilgiyi edinmek, oluşturmak ve uygulamak kurumların performansında olumlu etkiye sahip olduğu söylenebilmektedir. Bu bağlamda, kurumlar bilgi edinme kaynaklarını geliştirmeli ve elde ettikleri bilgileri stratejik olarak doğru bir şekilde değerlendirip yeni stratejiler üretmelidir. Bunun sonucunda kurumların entelektüel sermayelerindeki gelişmeler performanslarında da olumlu etkiler oluşturabilecektir.

## KAYNAKÇA

- Abdullah, D.F., & Sofian, S. (2012). The relationship between intellectual capital and corporate performance. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 40, 537-541. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2012.03.227>
- Andriessen, D. (2004). IC valuation and measurement: classifying the state of the art. *Journal of Intellectual Capital*, 5(2), 230-242. <https://doi.org/10.1108/14691930410533669>
- Arslan, M. (2010). *Bulanık TOPSIS Metodu ile Türk Şeker Fabrikaları'nın performansının değerlendirilmesi*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Selçuk Üniversitesi / Fen Bilimleri Enstitüsü, Konya.
- Atlı, D. (2014). Bilgi çağında işletmeler açısından bilgi yönetimi ve stratejik önemi. *Akademik Bilişim Dergisi*, 14, 5-7. 22 Mayıs 2021 tarihinde <https://ab.org.tr/ab14/sunum/286.pdf> adresinden alındı.
- Bassi, L. J., & Van Buren, M. E. (1999). Valuing investments in intellectual capital. *International Journal of Technology Management*, 18 (5/6/7/8), 414-433. <https://doi.org/10.1504/IJTM.1999.002779>
- Berzkalne, I., & Zelgalve, E. (2014). Intellectual capital and company value. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 110, 887-896. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2013.12.934>
- Black, E. L., Carnes, T. A., & Richardson, V. J. (2000). The market valuation of corporate reputation. *Corporate Reputation Review*, 3(1), 31-42. <https://doi.org/10.1057/palgrave.crr.1540097>
- Bontis, N. (1998). Intellectual capital: an exploratory study that develops measures and models. *Management Decision*, 36(2), 63-76. <https://doi.org/10.1108/00251749810204142>
- Burke, R. J., & Nelson, D. L. (1997). Downsizing and restructuring: lessons from the firing line for revitalizing organizations. *Leadership & Organization Development Journal*, 18(7), 325-334. <https://doi.org/10.1108/01437739710190639>
- Chen, M., Cheng, S., & Hwang, Y. (2005). An empirical investigation of the relationship between intellectual capital, firms market value and financial performance. *Journal of Intellectual Capital*, 6(2), 159-176. <https://doi.org/10.1108/14691930510592771>
- Chun, R. (2005). Corporate reputation: Meaning and measurement. *International Journal of Management Reviews*, 7(2), 91-109. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2370.2005.00109.x>
- Cravens, K., Oliver, E. G., & Rammamoorti, S. (2003). The reputation index: Measuring and managing corporate reputation. *European Management Journal*, 21(2), 201-212. [https://doi.org/10.1016/S0263-2373\(03\)00015-X](https://doi.org/10.1016/S0263-2373(03)00015-X)
- Çınaroğlu, S., & Şahin, B. (2012). Kurumsal itibar ve imajın hastanelerin performansı ile ilişkisi. *Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 30(2), 27-55. 10 Temmuz 2021 tarihinde <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/88737> adresinden alındı.
- Dalkir, K., & Liebowitz, J. (2011). *Knowledge management in theory and practice*. Newyork: MIT. 20 Ağustos 2021 tarihinde <https://www.jstor.org/stable/j.ctt5hxx9> adresinden alındı.

- Deephouse, D. L. (2000). Media reputation as a strategic resource: An integration of mass communication and resource based theories. *Journal of Management*, 26(6), 1091-1112. <https://doi.org/10.1177/014920630002600602>
- Demirkol, İ. (2007). *Entelektüel sermayenin firma değerine etkisi ve İMKB' de sektörel uygulamalar*. İstanbul: Sermaye Piyasası Kurulu.
- Drucker, P. F. (1993). *Kapitalist ötesi toplum*. (B. Çorakçı, Çev.). İstanbul: İnkılap.
- Dutton, J., Dukerich, J., & Harquail, C. (1994). Organization images and member identification. *Administrative Science Quarterly*, 39(2), 239-263. <https://doi.org/10.2307/2393235>
- Firer, S., & Williams, S. M. (2003). Intellectual capital and traditional measures of corporate performance. *Journal of Intellectual Capital*, 4(3), 348-360. <https://doi.org/10.1108/14691930310487806>
- F-Jardón, C. M., & Susana Martos, M. (2009). Intellectual capital and performance in wood industries of Argentina. *Journal of Intellectual Capital*, 10(4), 600- 616. <https://doi.org/10.1108/14691930910996670>
- Fombrun, C. J. (1996). *Reputation: realizing value from the corporate image*. Boston: Harvard Business School.
- Fombrun, C. J., & Gardberg, N. (2000). Who's tops in corporate reputation? *Corporate Reputation Review*, 3(1), 13-17. <https://doi.org/10.1057/palgrave.crr.1540095>
- Gholami, M. H., Asli, M. N., Nazari-Shirkouhi, S., & Noruzy, A. (2013). Investigating the influence of knowledge management practices on organizational performance: an empirical study. *Acta Polytechnical Hungarica*, 10(2), 205-216. 22 Mayıs 2022 tarihinde <https://www.researchgate.net/publication/287842731> adresinden alındı.
- Gold, A. H., Malhotra, A., & Segars, A. H. (2001). Knowledge management: An organizational capabilities perspective. *Journal of Management Information Systems*, 18(1), 185-214. <https://doi.org/10.1080/07421222.2001.11045669>
- Gotsi, M., & Wilson, A. M. (2001). Corporate reputation: Seeking a definition corporate communications. *An International Journal*, 6(1), 24-30. <https://doi.org/10.1108/13563280110381189>
- Grigoroudis, E., Orfanoudaki, E., & Zopounidis, C. (2012). Strategic performance measurement in a healthcare organisation: A multiple criteria approach based on balanced scorecard. *Omega*, 40 (1), 104–119. <https://doi.org/10.1016/j.omega.2011.04.001>
- Hammond, S., & Slocum, J. (1996). The impact of prior firm financial performance on subsequent corporate reputation. *Journal Of Business Ethics*, 15(2), 159-165. <https://doi.org/10.1007/BF00705584>
- Harvey, M. G., & Lusch, R. F. (1999). Balancing the intellectual capital books: intangible liabilities. *European Management Journal*, 17(1), 85-92. [https://doi.org/10.1016/S0263-2373\(98\)00065-6](https://doi.org/10.1016/S0263-2373(98)00065-6)

- Hsu, I. C., & Sabherwal, R. (2012). Relationship between intellectual capital and knowledge management: An empirical investigation. *Decision Sciences*, 43(3), 489-524. <https://doi.org/10.1111/j.1540-5915.2012.00357.x>
- Hsu, Y. H., & Fang, W. (2009). Intellectual capital and new product development performance: The mediating role of organizational learning capability. *Technological Forecasting & Social Change*, 76, 664–677. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2008.03.012>
- Hu, L. T., & Bentler, P. M. (1999). Cutoff criteria for fit indexes in covariance structure analysis: Conventional criteria versus new alternatives. *Structural Equation Modeling. A Multidisciplinary Journal*, 6(1), 1-55. <https://doi.org/10.1080/10705519909540118>
- Ileanu, B.-V., Isaic-Maniu, A., Herteliu, C., & Andrei, T. (2015). Intellectual capital components as drivers of Romanian SMEs performance. *Journal of Applied Quantitative Methods*, 10(3), 84-95. 22 Ağustos 2021 tarihinde [http://www.jaqm.ro/issues/volume-10,issue-3/pdfs/6\\_BO\\_AL\\_CL\\_TU\\_.pdf](http://www.jaqm.ro/issues/volume-10,issue-3/pdfs/6_BO_AL_CL_TU_.pdf) adresinden alındı.
- Imran, M. K. (2014). Impact of knowledge management infrastructure on organizational performance with moderating role of KM performance: An empirical study on Banking Sector of Pakistan. *Proceedings of the 2014 Information Knowledge Management*, 4(8), 85-98, 20 Mayıs 2021 tarihinde <https://iiste.org/Journals/index.php/IKM/article/view/15111> adresinden alındı.
- Iswati, S., & Anshori, M. (2007). *The influence of intellectual capital to financial performance at insurance companies in Jakarta Stock Exchange (JSE)*. 13th Asia Pacific Management Conference, Melbourne, Australia, 2007, 1393-1399. 28 Nisan 2021 tarihinde <https://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.475.7179&rep=rep1&type=pdf> adresinden alındı.
- Javed, A. (2012). Knowledge management as a mediator factor in the relationship between organizational learning, culture and employees satisfaction in current job: A study of small and medium IT project organization of Pakistan. *Academic Journal of Management Sciences*, 1(1), 1-12. 20 Nisan 2021 tarihinde <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.403.5210&rep=rep1&type=pdf> adresinden alındı.
- Johannessen, J. A., Olsen, B., & Olaisen, J. (2005). Intellectual capital as a holistic management philosophy: a theoretical perspective. *International Journal of Information Management*, 25 (2), 151–171. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2004.12.008>
- Kaplan, R., & Norton, D. (1996). Using the balanced scorecard as a strategic management system. *Harvard Business Review*, 1, 1-13. 20 Nisan 2021 tarihinde [http://jackson.com.np/home/documents/MBA4/Management\\_accounting/BSCHarvardBusinessReview.pdf](http://jackson.com.np/home/documents/MBA4/Management_accounting/BSCHarvardBusinessReview.pdf) adresinden alındı.
- Karacan, S. (2004). Entelektüel sermaye ve yönetim. *İSMMMÖ Mali Çözüm Dergisi*, 69, 177-199. 29 Mayıs 2021 tarihinde <https://archive.ismmmo.org.tr/docs/malicozum/69malicozum/16%20sami%20karacan.pdf> adresinden alındı.

- Kaveh, D., Bamipour, E. M., Far, M. S., & Far, M. S. (2015). The relationship between knowledge management and competitive advantage: a case study in small and medium-sized companies in the packaging industry of Khorasan Razavi. *European Online Journal of Natural and Social Sciences*, 4(1), 650-659. 22 Mayıs 2021 tarihinde [https://european-science.com/eojnss\\_proc/article/view/4268](https://european-science.com/eojnss_proc/article/view/4268) adresinden alındı.
- Kör, B., & Maden, C. (2013). The relationship between knowledge management and innovation in Turkish service and high-tech firms. *International Journal of Business and Social Science*, 4(4), 293-304. 24 Mayıs 2021 tarihinde <https://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.1059.6488&rep=rep1&type=pdf> adresinden alındı.
- Kunkel, S., Rosenqvist, U., & Westerling, R. (2007). The structure of quality systems is important to the process and outcome, an empirical study of 386 hospital departments in Sweden. *BMC Health Services Research*, 7(1), 1-8. <https://doi.org/10.1186/1472-6963-7-104>
- Lai, Y. L., Hsu, M. S., Lin, F. J., & Lin, Y. H. (2014). The effects of industry cluster knowledge management on innovation performance. *Journal of Business Research*, 67(5), 734-739. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2013.11.036>
- Leal-Rodríguez, A., Leal-Millán, A., Roldán-Salgueiro, J. L., & Ortega-Gutiérrez, J. (2013). Knowledge management and the effectiveness of innovation outcomes: The role of cultural barriers. *Electronic Journal of Knowledge Management*, 11(1), 62-71. 23 Mayıs 2021 tarihinde <https://hdl.handle.net/11441/76283> adresinden alındı.
- Low, J. (2000). The value creation index. *Journal of Intellectual Capital*, 1(3), 252– 262. <https://doi.org/10.1108/14691930010377919>
- Lönnqvist, A., Kianto, A., & Sillanpaa, V. (2009). Using intellectual capital management for facilitating organizational change. *Journal of Intellectual Capital*, 10(4), 559-572. <https://doi.org/10.1108/14691930910996643>
- Marr, B., Gupta, O., Pike, S., & Roos, G. (2003). Intellectual capital and knowledge management effectiveness. *Management Decision*, 41(8), 771-781. <https://doi.org/10.1108/00251740310496288>
- Moteleb, A., & Woodman, M. (2007). Notions of knowledge management systems: a gap analysis. *Journal of Knowledge Management*, 5(1), 55–62. 26 Haziran 2021 tarihinde <https://academic-publishing.org/index.php/ejkm/article/view/757> adresinden alındı.
- Mundra, N., Gulati, K., & Vashisth, R. (2011). Achieving competitive advantage through knowledge management and innovation: Empirical evidences from the Indian IT sector. *IUP Journal Of Knowledge Management*, 9(2), 7-26. 22 Mayıs 2021 tarihinde <https://web.p.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=0&sid=bc2eff44-91cc-4ecc-ab76-3069861f89fa%40redis> adresinden alındı.
- Ramos, C. M., & Casado-Molina, A. M. (2021). Online corporate reputation: A panel data approach and a reputation index proposal applied to the banking sector. *Journal of Business Research*, 122, 121-130. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.08.061>
- Rehman, W., Asghar, N. & Rehman, H. (2013). intellectual capital efficiency and financial performance of insurance sector in Pakistan: a panel data analysis. *Middle-East Journal Of Scientific Research*, 17(9), 1251-1259. <https://doi.org/10.5829/idosi.mejsr.2013.17.09.12285>

- Riahi-Belkaoui, A. (2003). Intellectual capital and firm performance of US multinational firms: A study of the resource-based and stakeholder views. *Journal of Intellectual Capital*, 4(2), 215-226. <https://doi.org/10.2139/ssrn.365580>
- Roberts, P. W., & Dowling, G. R. (2002). Corporate reputation and sustained superior financial performance. *Strategic Management Journal*, 23(12), 1077-1093. <https://doi.org/10.1002/smj.274>
- Saito, A., Umemoto, K., & Ikeda, M. (2007). A strategy-based ontology of knowledge management technologies. *Journal of Knowledge Management*, 11(1), 97-114. <https://doi.org/10.1108/13673270710728268>
- Seleim, A. A., & Khalil, O. E. (2011). Understanding the knowledge management intellectual capital relationship: a two-way analysis. *Journal of Intellectual Capital*, 12(4), 586-614. <https://doi.org/10.1108/14691931111181742>
- Sharabati, A. A., Jawad, S. N., & Bontis, N. (2010). Intellectual capital and business performance in the pharmaceutical sector of Jordan. *Management Decision*, 48(1),105-131. <https://doi.org/10.1108/00251741011014481>
- Storey, J., & Barnett, E. (2000). Knowledge management initiatives: learning from failure. *Journal of Knowledge Management*, 4(2), 145-156. <https://doi.org/10.1108/13673270010372279>
- Stuart, H. (2002). Employee identification with the corporate identity. *International Studies of Management and Organization*, 32(3), 28-44. 25 Mayıs 2021 tarihinde <https://www.jstor.org/kararlı/40397540> adresinden alındı. <https://doi.org/10.1080/00208825.2002.11043663>
- Sullivan, P. H. (1998). *Profiting from intellectual capital: Extracting value from innovation*. New York: John Wiley & Sons
- Şencan, H., & Fidan, Y. (2020). Likert verilerinin kullanıldığı keşfedici faktör analizlerinde normallik varsayımı ve faktör çıkarma üzerindeki etkisinin SPSS, FACTOR ve PRELIS yazılımlarıyla sınanması, *BMIJ*, 8(1), 640-687. <https://doi.org/10.15295/bmij.v8i1.1395>
- Tan, U. Z., & Gül, Y. (2012). Sağlık turizminde entelektüel sermaye. Kozak, N., & Özdemir, B. (Ed.). *II. Disiplinlerarası Turizm Araştırmaları Kongresi* içinde (s. 523-542), Ankara: Akdeniz Üniversitesi. 24 Haziran 2021 tarihinde <http://anatoliajournal.com/turizm-kulliyati/ulusalkongreler/disiplinlerarasi2.pdf> adresinden alındı.
- Tanrıverdi, H., & Venkatraman, N. (2005). Knowledge relatedness and the performance of multibusiness firms. *Strategic Business Journal*, 26, 97-119. <https://doi.org/10.1002/smj.435>
- Tzeng, M., & Goo, J. J. Y. (2005). Intellectual capital and corporate value in an emerging economy: empirical study of Taiwanese manufacturers. *R&D Management*, 35(2), 187-201. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9310.2005.00382.x>
- Uriarte, F. A. (2008). *Introduction to knowledge management*. Jakarta: Asean Foundation. 23 Haziran 2021 tarihinde [https://www.academia.edu/4362180/introduction\\_of\\_knowledge\\_management](https://www.academia.edu/4362180/introduction_of_knowledge_management) adresinden alındı.

- Verma, T., & Dhar, S. (2016). The Impact of intellectual capital on organizational effectiveness: A comparative study of public and private sectors in India. *The IUP Journal of Knowledge Management*, 14(3), 7-27. 22 Mayıs 2021 tarihinde <https://web.s.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=0&sid=fae26f47-3f48-4670-9307-748035d7f4d3%40redis.adresinden.alindi>.
- Waggoner, D. B., Neely, A. D., & Kennerley, M. P. (1999). The forces that shape organisational performance measurement systems: An interdisciplinary review. *International Journal of Production Economics*, 60(61), 52-61. [https://doi.org/10.1016/S0925-5273\(98\)00201-1](https://doi.org/10.1016/S0925-5273(98)00201-1)
- Walker, K. (2010). A systematic review of the corporate reputation literature: Definition, measurement and theory. *Corporate Reputation Review*, 12(4), 54-68. <https://doi.org/10.1057/crr.2009.26>
- Yaseen, S. G., Dajani, D., & Hasan, Y. (2016). The impact of intellectual capital on the competitive advantage: Applied study in Jordanian telecommunication companies. *Computers in Human Behavior*, 62, 168-175. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.03.075>
- Yeniyurt, S. (2003). A literature review and integrative performance measurement framework for multinational companies. *Marketing Intelligence & Planning*, 21(3), 134-142. <https://doi.org/10.1108/02634500310474957>
- Yoon, E., Guffey, H., & Kijewski, V. (1993). The effects of information and company reputation on intentions to buy a business service. *Journal of Business Research*, 27(3), 215-228 [https://doi.org/10.1016/0148-2963\(93\)90027-M](https://doi.org/10.1016/0148-2963(93)90027-M)



Geliş Tarihi:  
08.01.2022  
Kabul Tarihi:  
27.05.2022  
Yayımlanma Tarihi:  
15.06.2022

Kaynakça Gösterimi: Budak, H., & Gümüştas, E. (2022). Kişiselleştirilmiş ürün öneri sistemi için kullanıcı bazlı işbirlikçi filtreleme ve kümeleme kullanan hibrit bir yaklaşım. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 21(43), 253-268. doi: 10.46928/iticusbe.1055162


## KİŞİSELLEŞTİRİLMİŞ ÜRÜN ÖNERİ SİSTEMİ İÇİN KULLANICI BAZLI İŞBİRLİKÇİ FİLTRELEME VE KÜMELEME KULLANAN HİBRİT BİR YAKLAŞIM

*Araştırma*

Hüseyin Budak 

Sorumlu Yazar (Correspondence)

[huseyin.budak@hotmail.com.tr](mailto:huseyin.budak@hotmail.com.tr)

Enis Gümüştas 

Tanı Pazarlama Hizmetleri A.Ş.

[enisgumustas@yandex.com](mailto:enisgumustas@yandex.com)

Dr. Hüseyin Budak, istatistik alanında doktora derecesine sahip bir veri bilimcidir. Serbest analitik danışman olarak çalışmaktadır. Başlıca araştırma alanları arasında; uygulamalı istatistik, veri madenciliği, yöneylem araştırması ve makine öğrenmesi bulunmaktadır.

Enis Gümüştas, Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi'nden İstatistik alanında Lisans ve Yüksek Lisans derecelerine sahiptir. Doktora eğitimine Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi İstatistik Bölümü'nde devam etmektedir. Halen Tanı Pazarlama'da veri bilimci olarak çalışmaktadır. Araştırma ilgi alanları arasında makine öğrenimi ve öneri sistemleri yer almaktadır.

# KİŞİSELLEŞTİRİLMİŞ ÜRÜN ÖNERİ SİSTEMİ İÇİN KULLANICI BAZLI İŞBİRLİKÇİ FİLTRELEME VE KÜMELEME KULLANAN HİBRİT BİR YAKLAŞIM

Hüseyin Budak  
[huseyin.budak@hotmail.com.tr](mailto:huseyin.budak@hotmail.com.tr)  
Enis Gümüştas  
[enisgumustas@yandex.com](mailto:enisgumustas@yandex.com)

## Özet

Günümüz rekabet koşulları firmaları, özellikle perakende ve e-ticaret firmalarını, müşterilerini daha iyi tanımaya, onların tercihlerini ve davranışlarını anlamaya, ihtiyaçlarını tahmin etmeye; böylelikle, onlara kendilerini özel hissettirecek, teklifler sunmaya zorlamaktadır. Firmaların söz konusu kişiselleştirme ihtiyaçlarını karşılayabilmeleri adına kullandıkları yöntemlerden biri ürün öneri sistemleridir.

**Amaç:** Çalışmada, kişiselleştirilmiş ürün öneri sistemleri için literatürde ve iş dünyasında sıklıkla kullanılan yöntemlerden biri olan kullanıcı bazlı işbirlikçi filtreleme yöntemini iyileştirmek adına  $k$ -means ile kullanıcı bazlı işbirlikçi filtreleme algoritmalarını birlikte kullanan hibrit bir yaklaşım önerilmesi amaçlanmıştır.

**Yöntem:** Kullanıcı bazlı işbirlikçi filtreleme ve  $k$ -means yöntemleri kullanılmıştır.

**Bulgular:** Mevcut yöntem ve önerilen yöntem iki farklı veri seti için uygulanmıştır. Yöntemlerin karşılaştırılması amacıyla veri setleri %80'i eğitim, %20'si de test seti olmak üzere ikiye ayrılmış ve eğitim verisi üzerinden kurulan modellerin test verisindeki hataları (RMSE) hesaplanmıştır. Yapılan karşılaştırma sonucunda her iki veri setinde de önerilen yöntemle ilişkin hata değeri daha az olduğu görülmüştür.

**Özgünlük:** Bu çalışma ile sadece kullanıcı-ürün skorları üzerinden çalışan kullanıcı bazlı işbirlikçi filtreleme yöntemine kullanıcılara ilişkin farklı bilgileri de kullanabilen bir yaklaşım önerilmiştir. Ayrıca, önerilen yöntem literatürde sıklıkla kullanılan MovieLens veri setinden uygulanmasının yanı sıra gerçek bir süpermarket verisinde de uygulanmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Öneri Sistemleri, Kümeleme, Kullanıcı Bazlı İşbirlikçi Filtreleme, K-Means

**JEL Sınıflandırması:** M31, C10, C80

# A HYBRID APPROACH USING USER-BASED COLLABORATIVE FILTERING AND CLUSTERING FOR PERSONALIZED PRODUCT RECOMMENDATION SYSTEM

## Abstract

Nowadays competition conditions are forced companies, especially retail and e-commerce companies, to know their customers better, to understand their preferences and behaviours, to predict their needs, in this way, to make offers that feel them special. One of the methods used by companies to meet their personalization needs is product recommendation systems.

**Purpose:** In the study, it is aimed to propose a hybrid approach that uses  $k$ -means and user-based collaborative filtering algorithms together to improve the user-based collaborative filtering method, which is one of the most frequently used methods in the literature and business world for personalized product recommendation systems.

**Method:** User-based collaborative filtering and  $k$ -means methods are used.

**Findings:** The current method and the proposed method were applied for two different data sets. In order to compare the methods, the data sets were divided into two as 80% training and 20% test set, and the errors (RMSE) of the models built on the training data were calculated. As a result of the comparison, it was seen that the error value for the proposed method was less in both data sets.

**Originality:** In this study, an approach that can also use different information about users is proposed to the user-based collaborative filtering method, which works only on user-product scores. In addition, the proposed method has been applied to a real supermarket data as well as being applied from the MovieLens dataset, which is frequently used in the literature.

**Keywords:** Recommendation Systems, Clustering, User-Based Collaborative Filtering, K-Means

**JEL Classification:** M31, C10, C80

## GİRİŞ

Her geçen gün daha çok küreselleşen günümüz dünyasında, teknolojik yeniliklerle elde edilen farklılaşmalar anlamlı ve kalıcı olmadığından, firmaların müşterilerine benzersiz bir satış önerisiyle gidebilmesi neredeyse imkânsız hale gelmektedir (Demir ve Kırdar, 2007). Bu durum, aynı sektörde hizmet veren birkaç firmanın ürün yelpazesini ve fiyatlarını karşılaştırdığımızda rahatlıkla görülmektedir. Üretim tarafında giderek aynılaşan firmalar, günümüz rekabet koşullarında ayakta kalabilmek için, pazarlama tarafında farklılaşmanın yollarını aramaktadır. Özellikle mevcut müşteriler için bu farklılaşmayı sağlayacak en önemli araçlardan biri müşteri ilişkileri yönetimidir.

Müşteri ilişkileri yönetimi ile firmalar doğru ürünle, doğru fiyatla, doğru zamanda ve doğru kanaldan müşterilerin karşısına çıkmayı ve bu sayede rakiplerinden farklılaşarak tercih edilmeyi hedeflemektedir. Elbette söz konusu doğrular her kişi için farklı olabilmektedir. Firmalar bu farklılıkları anlamaya ve böylelikle müşterileri için kişiselleştirilmiş hizmetler vermeye çalışmaktadır. Bu farklılıkları anlamamanın yolu da veriden geçmektedir. Veriyi merkezine almış analitik müşteri ilişkileri yönetimi ile firmaların kişiselleştirilmiş hizmet vermesinin yollarından biri müşterilerine ürün önerileri sunmaktır. Ancak, her ürün öneri yaklaşımı ile kişiselleştirilmiş öneriler üretilmemektedir.

Kişiselleştirme bakış açısıyla ürün önerilerini üçe ayrılabilir: kişiselleştirilmemiş, yarı kişiselleştirilmiş ve kişiselleştirilmiş öneriler. Kişiselleştirilmemiş önerilerde sıklıkla kullanılan yöntemlerden biri kullanıcılara en popüler veya en çok satan ürünleri önermektir. Yarı kişiselleştirilmiş yaklaşımda ise genel eğilime göre değil kullanıcının bulunduğu segmentteki eğilime göre öneri yapılmaktadır. Örneğin, yaş, cinsiyet gibi müşteriyi tanımlayan demografik bilgiler ya da müşterinin satın alma sıklığı, ortalama satın alma tutarı gibi davranışsal bilgileri kullanılarak oluşturulan herhangi bir segmentteki en popüler ürünün o segmentteki tüm kullanıcılara önerilmesidir. Son yaklaşım olan kişiselleştirilmiş öneriler ise kullanıcıların geçmiş alışveriş alışkanlıkları kullanılarak oluşturulan modeller/kurallar ile her kullanıcıya beğenme ihtimali yüksek olan ürünlerin önerilmesidir (Falk, 2019).

Kişiselleştirilmiş önerileri yapabilmek için genellikle ürün öneri sistemleri kullanılmaktadır. Öneri sistemleri, diğer adıyla tavsiye sistemleri, kullanıcılara ait geçmiş verileri kullanarak onların bir sonraki tercihlerini tahmin eden ve bu tahminlere bağlı olarak öneriler sunan sistemlerdir. Kullanıcıların satın alacakları ürün, izleyecekleri film veya dinleyecekleri müzik gibi konularda karar verme sürecini desteklemeyi amaçlamaktadır.

Öneri sistemleri içinde sıklıkla kullanılan yöntemlerden birisi işbirlikçi filtrelemedir. Her geçen gün kullanım alanı genişleyen işbirlikçi filtreleme, günümüzde, e-ticaret (Shen ve diğerleri, 2020; Gupta ve diğerleri, 2021; Kumar ve diğerleri, 2020), perakende sektörü (Castelo-Branco ve diğerleri, 2021; Pratama ve diğerleri, 2020; Rebelo ve diğerleri, 2021), film önerisi (Awan ve diğerleri, 2021; Anwar ve Uma, 2021; Gupta ve diğerleri, 2020), müzik önerisi (Kathavate, 2021; Jitendra ve Radhika, 2021),

sosyal medya (Munuswamy ve diğeri, 2021; Chung ve diğeri, 2021), haber önerisi (Gao ve diğeri, 2020; Han, 2020) ve eğitim sektörü (Murad ve diğeri, 2020; Zhou ve diğeri, 2020) ağırlıklı olmak üzere pek çok alanda kullanılmaktadır.

Çalışmada kişiselleştirilmiş ürün öneri sistemleri için literatürde ve iş dünyasında sıklıkla kullanılan yöntemlerden biri olan kullanıcı bazlı işbirlikçi filtreleme yöntemini iyileştirmek adına  $k$ -means ile kullanıcı bazlı işbirlikçi filtreleme algoritmalarını birlikte kullanan hibrit bir yaklaşım önerilmiştir. K-means kullanılarak kullanıcılar değer segmentlerine göre farklı alt kümelere ayrılmıştır. Alt kümelerin her birine kullanıcı bazlı işbirlikçi filtreleme uygulanmıştır. Böylece kullanıcılara buldukları değer segmentine uygun ve daha isabetli öneriler yapılması amaçlanmıştır.

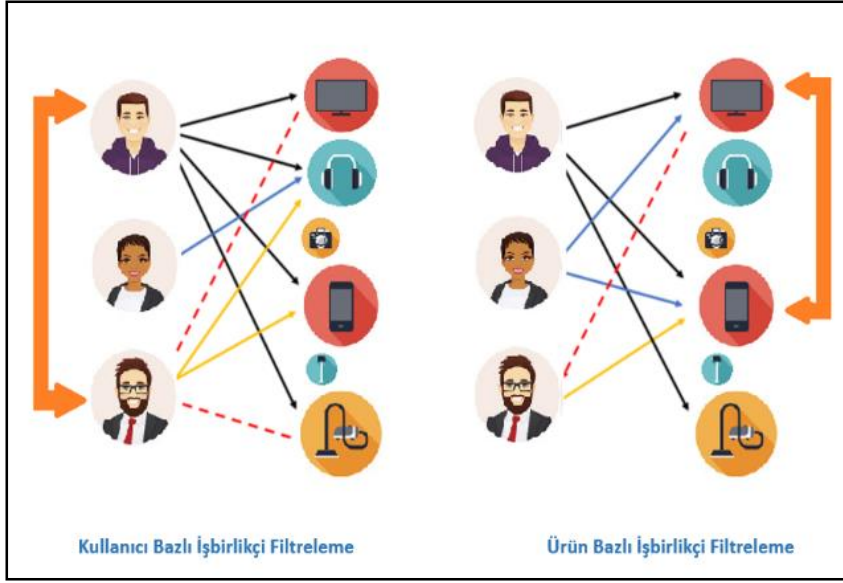
## YÖNTEM

### *İşbirlikçi Filtreleme*

İşbirlikçi filtreleme, kullanıcıların mevcut ürünlere verdikleri oyları/beğenileri veya her bir kullanıcı-ürün ilişkisi üzerinden oluşturulan skorları analiz ederek kullanıcıların daha önce deneyimlemedikleri ürünlerdeki beğeni/davranış skorlarını tahmin etmeyi ve bu tahminler üzerinden kullanıcılara önerilerde bulunmayı amaçlamaktadır.

İşbirlikçi filtreleme yöntemleri, model tabanlı (model based) ve bellek tabanlı (memory based) olarak iki ana yaklaşıma ayrılmaktadır. Model tabanlı işbirlikçi filtrelemede kümeleme, regresyon, sınıflandırma, matris faktörizasyonu gibi yöntemler kullanırken bellek tabanlı yöntemler benzerlik ilişkilerini kullanmaktadır (Do ve diğeri, 2010; Su ve Khoshgoftaar, 2009). Model tabanlı yöntemler, geçmiş verilerden kullanıcı-ürün eğilimine ilişkin bir örüntü yakalamaya ve kurulan model ile ürünlere ilişkin kullanıcı eğilimlerini veya beğeni skorlarını tahmin etmeye çalışmaktadır. Bellek tabanlı yöntemler ise komşuluk ilişkisini kullanılarak öncelikle kullanıcılara ya da ürünlere benzer elemanları tespit etmekte ve sonrasında bu elemanlar üzerinden ürünlere ilişkin kullanıcı eğilimlerini veya beğeni skorlarını tahmin etmeye çalışmaktadır.

Bellek tabanlı işbirlikçi filtreleme yöntemleri temel olarak kullanıcı bazlı (User Based Collaborative Filtering - UBCF) ve ürün bazlı (Item Based Collaborative Filtering – IBCF) olmak üzere ikiye ayrılmaktadır (Su ve Khoshgoftaar, 2009). Her iki yöntemde çalışma adımları çok benzerdir. İki yöntem arasındaki temel fark, biri kullanıcı-kullanıcı benzerlikleri üzerinden bir komşuluk oluşturup buna göre tahmin üretirken diğeri ise ürün-ürün benzerliklerini kullanarak tahmin üretmektedir. İki yöntem arasındaki farkı daha anlaşılır kılan karşılaştırma görseli Şekil 1.'deki gibidir. İlerleyen bölümlerde bu çalışmada kullanılan Kullanıcı Bazlı İşbirlikçi Filtreleme yönteminin detayına yer verilecektir.



Şekil 1. Kullanıcı bazlı ve ürün bazlı işbirlikçi filtreleme yöntemleri

### ***Kullanıcı Bazlı İşbirlikçi Filtreleme***

İşbirlikçi filtrelemeye dayanan bu yöntem aktif kullanıcıya benzer niteliklere sahip diğer kullanıcıların geçmişte beğenmiş oldukları ürünlerin öneri olarak sunulması temeline dayanmaktadır. Aktif kullanıcının henüz satın almadığı ya da beğenmediği her bir ürün için, benzerlik gösterdiği kullanıcıların yapmış oldukları değerlendirmeler veya işlemler üzerinden bir tahmin değeri hesaplanmaktadır. Tahmin edilen bu değer aktif kullanıcının ilgili ürüne ilişkin beğeni veya davranış skorunu temsil etmektedir. Yöntem, tahmin edilen bu skorlar üzerinden aktif kullanıcıya en uygun ürün veya ürünleri önermeye çalışmaktadır.

### ***Kullanıcı Bazlı İşbirlikçi Filtreleme Adımları***

Kullanıcı bazlı işbirlikçi filtreleme algoritması benzerlik hesaplaması, komşuluk seçimi ve tahmin olmak üzere üç temel adımda çalışmaktadır. Yöntem özetle, ilk olarak aktif kullanıcı ile ilgili ürünleri değerlendirmiş diğer kullanıcılar arasında benzerlik hesaplaması yapmaktadır. Sonrasında, hesaplanan benzerlik değerlerine göre aktif kullanıcıya en yakın komşuları seçmektedir. Son olarak, seçilen komşular ve hesaplanan benzerlik değerleri (ağırlık vektörleri) üzerinden aktif kullanıcının ilgili ürünlere ilişkin skorlarını tahmin etmektedir.

İşbirlikçi filtreleme yönteminin ilk adımı benzerlik hesaplamasıdır. Bu aşamada aktif kullanıcı ile diğer kullanıcılar arasında benzerliği temsil eden ağırlıklar hesaplanır. Benzerlik hesaplaması için birçok yöntem bulunmaktadır. Bu yöntemler arasında işbirlikçi filtreleme için en sık kullanılanı Pearson Korelasyon katsayısıdır.

Denklem (1)'de formülü yer alan Pearson korelasyon katsayısı ile iki kullanıcı arasındaki benzerlik değeri hesaplanmaktadır. Pearson korelasyon katsayısı ise -1 ile 1 arasında değer almaktadır. Bu değer 1'e yaklaşması kullanıcılar arasındaki benzerliğin arttığını göstermektedir (Bulut ve Milli, 2016; Hahsler, 2015).

$$sim(x, y) = \frac{\sum_{i \in I} (R_{x,i} - \bar{R}_x) \cdot (R_{y,i} - \bar{R}_y)}{\sqrt{\sum_{i \in I} (R_{x,i} - \bar{R}_x)^2} \cdot \sqrt{\sum_{i \in I} (R_{y,i} - \bar{R}_y)^2}} \quad (1)$$

Denklem (1)'de yer alan  $x$  aktif kullanıcıyı,  $y$  ise benzerliğine bakılan diğer kullanıcıyı temsil etmektedir.  $I$  ise aktif kullanıcı ile diğer kullanıcının değerlendirdiği ortak ürünlerin kümesidir.  $R_{x,i}$  aktif kullanıcının  $i$  ürününe ait değerlendirmesini,  $R_{y,i}$  de diğer kullanıcının  $i$  ürününe ait değerlendirmesini göstermektedir.  $\bar{R}_x$   $x$  kullanıcısının ürünlere verdiği puanların ortalamasını,  $\bar{R}_y$  ise  $y$  kullanıcısının ürünlere verdiği puanların ortalamasını göstermektedir (Bulut ve Milli, 2016).

İşbirlikçi filtrelemenin ikinci adımı olan komşuluk seçiminde bir önceki adımda hesaplanan benzerlik değerleri kullanılarak aktif kullanıcıyla benzer örüntü gösteren diğer kullanıcılar seçilmektedir. Benzer kullanıcıların seçiminde en sık kullanılan yöntem ise  $k$  en yakın komşu algoritmasıdır. Bu yöntem ile aktif kullanıcıya en yüksek benzerliğe sahip olan  $k$  adet kullanıcı komşu olarak seçilmektedir.

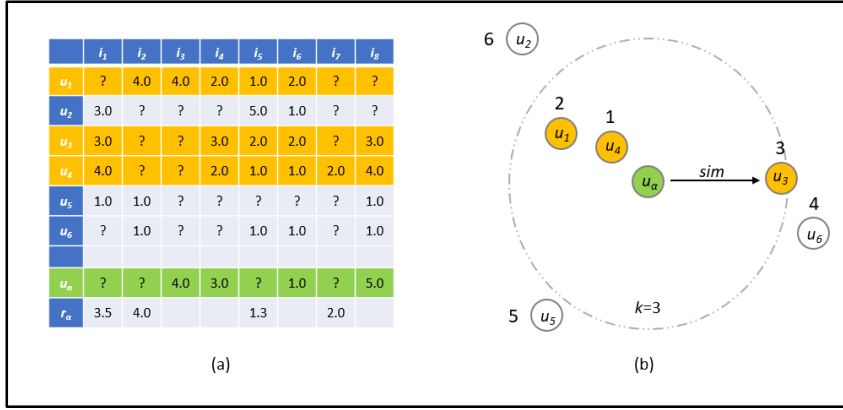
İşbirlikçi filtrelemenin son adımı olan tahmin hesaplamasında ise bir önceki adımda seçilen komşular üzerinden aktif kullanıcının daha önce değerlendirmedeği veya satın almadığı ürünler için davranış skorları hesaplanmaktadır. Tahmin işlemi komşu kullanıcıların ilgili ürüne ilişkin skorlarının ağırlıklı ortalaması alınarak yapılmaktadır. Ağırlıklandırma işlemi ise komşuluk seçiminde kullanılan benzerlik değerleri üzerinden yapılmaktadır. Ayrıca, tahmin işlemi yapılırken kullanıcıların değerlendirme skalasını nasıl algıladıklarını veya genel alışveriş davranışlarını yansıtabilmek adına hesaplama formülüne kullanıcıların genel ortalamaları da eklenmektedir. Tahmin hesaplamasında kullanılan formül denklem (2)'deki gibidir (Bulut ve Milli, 2016; Ekstrand ve diğerleri, 2011).

$$R_{x,i} = \bar{R}_x + \frac{\sum_{y \in U} (R_{y,i} - \bar{R}_y) \cdot sim(x,y)}{\sum_{y \in U} sim(x,y)} \quad (2)$$

Denklem (2)'de yer alan  $x$  aktif kullanıcıyı,  $y$  ise komşu kullanıcıları temsil etmektedir.  $U$  aktif kullanıcının komşularının bulunduğu kümedir.  $sim(x,y)$   $x$  kullanıcısı ile  $y$  kullanıcısı arasındaki benzerlik değeridir.  $R_{x,i}$  aktif kullanıcının  $i$  ürününe ait tahmin değerini,  $R_{y,i}$  de diğer kullanıcının  $i$  ürününe ait değerlendirmesini göstermektedir.  $\bar{R}_x$   $x$  kullanıcısının ürünlere verdiği puanların ortalamasını  $\bar{R}_y$  ise  $y$  kullanıcısının ürünlere verdiği puanların ortalamasını göstermektedir (Bulut ve Milli, 2016).

Tahmin hesaplamasında kullanılan kullanıcı-ürün-skor (*rating matrix*) matrisi, tahmin işlemi ve komşuluk seçimi için örnek görsel Şekil 2.'deki gibidir. Şekil 2.'de yer alan  $u\alpha$  aktif kullanıcıyı ve  $r\alpha$  aktif kullanıcının daha önce değerlendirmedeği ürünler için beğeni skoru tahminini göstermektedir.

Örnek tahmin işleminde daha kolay anlaşılabilmesi adına aritmetik ortalama kullanılmıştır.



Şekil 2. Kullanıcı-ürün-skor matrisi ve tahmin hesaplaması (a), komşuluk seçimi (b) (Hahsler, 2015)

### Kümeleme

Kümeleme, belirli benzerlik kriterleri kullanılarak bir veri setindeki üyelerin birbirlerine olan benzerliklerinin bulunması ve benzer olan üyelerin yan yana getirilmesi ile veri setinin kümeler bölünmesi işlemi olarak tanımlanmaktadır. Kümeleme işleminde küme içindeki üyelerin benzerliğinin fazla ve kümeler arası benzerliğin ise az olması amaçlanmaktadır.

Kümeleme analizinin, ses ve resim tanıma, müşteri ve pazar segmentasyonu, şehir planlama ve coğrafi bilişim sistemleri, örüntü tanıma, web uygulamaları ve arama motorları, DNA analizi gibi farklı birçok uygulama alanı bulunmaktadır.

Kümeleme, dağınık bir halde bulunan verileri benzerliklerine göre sınıflandırarak daha kolay işlenebilir hale getirebilmesi nedeniyle sıklıkla farklı veri madenciliği yöntemlerinin uygulanmasında bir ön analiz olarak da kullanılmaktadır.

Literatürde farklı birçok küme yöntemi bulunmakta olup, ilerleyen bölümde sadece bu çalışmada kullanılan  $k$ -means algoritmasının detayına yer verilecektir.

### *K-Means Algoritması*

Yaygın olarak kullanılan kümeleme algoritmalarından biri olan  $k$ -means,  $n$  adet noktadan oluşan bir veri setini kullanıcı tarafından önceden belirlenmiş  $k$  adet kümeye ( $1 < k < n$ ) bölmeye çalışmaktadır. Bu bölme işlemi temel olarak, küme merkezlerinin kümeyi temsil ettiği varsayımıyla, veri noktalarının küme merkezlerine olan uzaklıklarına bakarak yapmaktadır. Bölme işlemi sonrasında küme içi benzerliklerinin maksimum ve kümeler arası benzerliklerinin minimum olduğu kümeler elde etmeyi amaçlamaktadır. Benzerlik kriteri olarak Öklid (*Euclid*) uzaklığı veya kareli Öklid uzaklığı kullanılmaktadır (Akpınar, 2014; Sarıman, 2011).

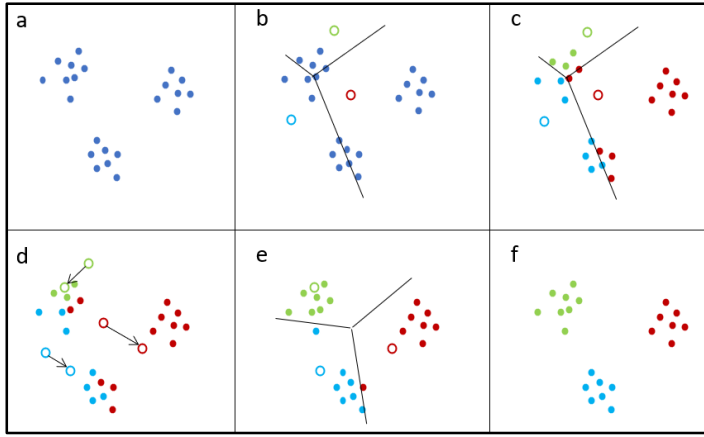
$k$ -means algoritmasının genel işlem adımları aşağıdaki gibidir (Akpınar, 2014; Silahtaroglu, 2013).

1. Rastgele olarak  $k$  adet küme merkezi belirlenir.
2. Tüm verilerin belirlenen küme merkezlerine olan uzaklıkları hesaplanır.
3. Her bir veri merkezine en yakın olduğu kümeye atanır.



4. Her kümede yer alan verilerin özellik değerlerine göre aritmetik ortalaması alınarak yeni küme merkezleri hesaplanır.
5. Tüm verilerin yeni küme merkezlerine olan uzaklıklarına göre daha yakın bir kümeye taşınıp taşınmayacağına karar verilir.
6. Küme elemanlarında herhangi bir değişiklik yoksa durulur aksi takdirde 2. adımdan itibaren iterasyona devam edilir.

Yukarıdaki işlem adımlarının, iki boyutlu örnek bir veri seti ve  $k = 3$  için, şematik olarak gösterimi de Şekil 3.'deki gibidir.



**Şekil 3.** İki boyutlu veri seti için  $k$ -means algoritmasının şematik bir gösterimi ( $k = 3$ ) (Chen ve Lai, 2016)

### Önerilen Yöntem

Ürün öneri sistemleri içinde sıklıkla kullanılan ve başarılı sonuçlar veren yöntemlerden biri olan işbirlikçi filtreleme yönteminin iyileştirme ihtiyacı olan bazı yönleri de bulunmaktadır. Bu yönlerden en temeli, işbirlikçi filtreleme yönteminin kullanıcı-ürün-skor matrisi üzerinden tahmin ve öneri işlemlerini yapması ve kullanıcıların ürünlere verdikleri skorların dışında herhangi bir bilgi kullanmamasıdır. Söz konusu alanda iyileştirme sağlamak ve daha başarılı tahminler yapabilmek adına kullanıcı bazlı işbirlikçi filtreleme yöntemi ile kümeleme yöntemini bir arada kullanıldığı hibrit bir yaklaşım önerilmiştir. Önerilen yöntemde, özetle, tüm kullanıcılar için tek işbirlikçi filtreleme modeli kullanmak yerine öncelikle kullanıcıları kendi içlerinde homojen kümelere ayırıp sonrasında her bir küme için farklı işbirlikçi filtreleme modelleri geliştirilmiştir. Şekil 4.'de işlem akışına ilişkin detaylara yer verilen önerilen yöntem ile temel olarak aşağıdaki faydaların elde edilmesi amaçlanmıştır.

Kullanıcı bazlı işbirlikçi filtreleme yöntemi tahmin işleminde sadece kişilerin ürünlere verdikleri skor veya 0 ve 1 şeklinde satın alma bilgisini kullanmaktadır. Önerilen yöntem ile kümeleme ve işbirlikçi filtreleme iç içe uygulandığında kümelemede kullanılacak (farklı işlem bilgileri, demografi, konum özellikleri gibi) farklı değişkenlerden elde edilecek bilgilerden de ürün öneri modeli faydalanmış olacaktır. Bu sayede daha başarılı tahminler yapılması hedeflenmektedir.

Kullanıcı bazlı işbirlikçi filtreleme yönteminde tahmin başarısı etkileyen en önemli faktör ilgili kullanıcıya benzer diğer kullanıcıların (komşuların) seçilmesi işlemidir. Çok farklı tipte kullanıcıların bulunduğu veri setlerinde tüm veriye işbirlikçi filtreleme modelini uygulamak yerine daha homojen alt gruplar oluşturup bu gruplara işbirlikçi filtreleme modelini uygulamak nispeten daha benzer komşular bulmayı sağlayabilecek ve böylelikle tahmin başarısını arttırabilecektir.

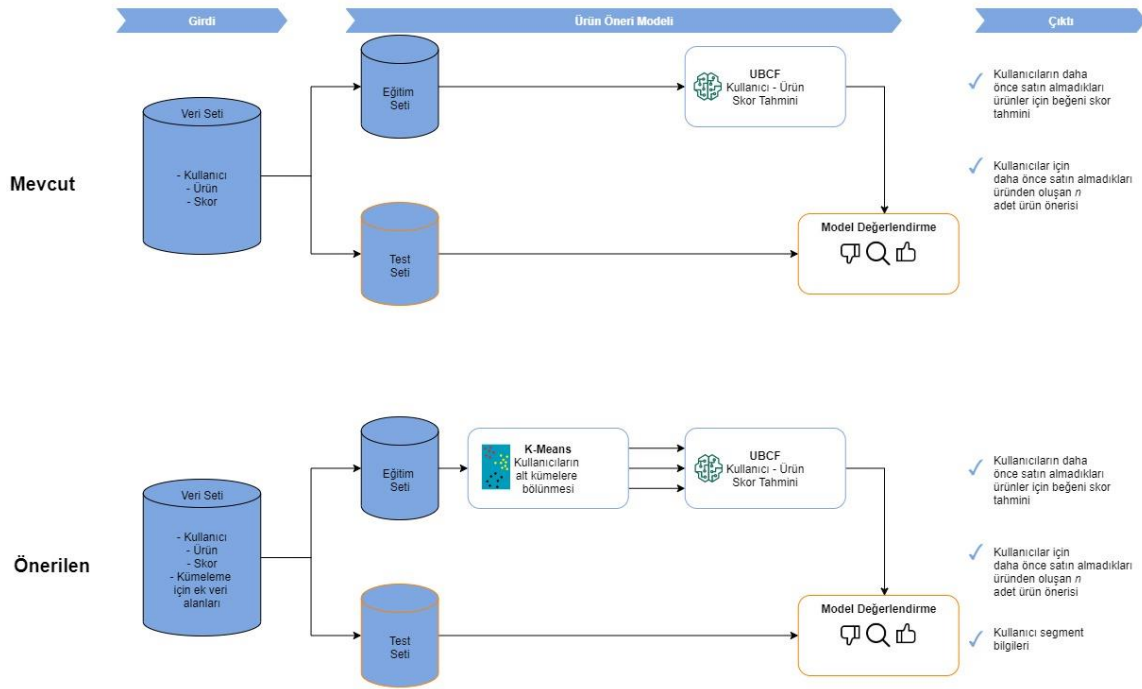
### ***Uygulama Adımları ve Değerlendirme Kriteri***

Mevcut ve önerilen ürün öneri yöntemlerinin karşılaştırılması için bir süpermarket müşterilerinin alışveriş işlemleri üzerinden oluşturulmuş örnek bir veri seti kullanılmıştır. Veri setinde temel olarak kullanıcıların toplam ve ürün bazlı alışveriş bilgileri bulunmaktadır. 12,284 kullanıcı ve 128 ürün bulunan veri setinde her kullanıcının en az 5 farklı üründe işlemi bulunmaktadır. Gerek perakende sektörünün ürün öneri sistemlerinin sahada en çok tercih edilen sektörlerinden biri olması gerekse çalışmayı gerçek veri ile yapma motivasyonumuz nedenleriyle uygulama için ilgili veri seti tercih edilmiştir. Bununla birlikte, yapılan akademik çalışmanın literatürce kabul edilebilir ve sunulan bulguların ispatlanabilir olması açısından uygulama literatürde sıklıkla kullanılan MovieLens 1 milyon (ML-1M) veri seti (Harper ve Konstan, 2015) için de tekrarlanmış ve elde edilen sonuçlar bulgular kısmında ayrıca paylaşılmıştır.

Uygulama aşamasındaki veri hazırlığı, kümeleme, model sonuçlarının birleştirilmesi ve değerlendirilmesi gibi işlemler için KNIME Analitik Platformu ve işbirlikçi filtreleme yönteminin uygulanması için R programlama dili kullanılmıştır. Kullanıcı bazlı işbirlikçi filtreleme yönteminin uygulanmasında R programlama diline ait recommenderlab paketi tercih edilmiştir.

Uygulama aşamasında öncelikle işbirlikçi filtreleme yönteminde kullanılan kullanıcı-ürün-skor matrisi için gerekli olan skorlar oluşturulmuştur. Söz konusu skor için kullanıcıların ürünlere ilişkin beğeni/tercih skorunu temsil eden RFM (*Recency, Frequency, Monetary*) skoru kullanılmıştır. Her kullanıcı için ürün bazlı oluşturulan RFM skorunun hesaplanmasında öncelikle kullanıcıların ilgili ürünlerdeki alışveriş yakınlığı (*recency*), işlem sıklığı (*frequency*) ve işlem tutarı (*monetary*) değerleri 1 ile 9 arasında derecelendirilmiştir. Sonrasında yakınlık için 100, sıklık için 10 ve tutar için 1 ağırlıkları kullanılarak ilgili RFM skorları elde edilmiştir.

Her kullanıcının geçmişte satın aldıkları ürünleri için skorlar hesaplandıktan sonra uygulamaya geçilmiştir. Şekil 4.'de detaylarına yer verilen yaklaşım ile gerçekleştirilen uygulamanın adımları temel olarak aşağıdaki gibidir.



**Şekil 4.** Mevcut yöntem ve önerilen yöntemin karşılaştırılmalı gösterimi

Mevcut yöntemde ilk olarak veri seti eğitim ve test seti olmak üzere ikiye ayrılır. Eğitim seti kullanılarak geliştirilen kullanıcı bazlı işbirlikçi filtreleme modeli ile kullanıcıların diğer ürünlerdeki skorları tahmin edilir. Son olarak ise test setindeki gerçek kullanıcı-ürün skorları ile tahmin skorlar arasındaki hata hesaplanır.

Önerilen yöntemde ise mevcut yöntemde olduğu gibi ilk olarak veri seti eğitim ve test seti olmak üzere ikiye ayrılır. Eğitim setindeki diğer kullanıcı bazlı değişkenler üzerinden *k*-means algoritması kullanılarak kullanıcılar segmente edilir ve alt kümelere bölünür. Oluşturulan alt kümeler kullanılarak farklı kullanıcı bazlı işbirlikçi filtreleme modelleri ile kullanıcıların diğer ürünlerdeki skorları tahmin edilir. Son adımda ise test setindeki gerçek kullanıcı-ürün skorları ile tahmin skorlar arasındaki hata hesaplanır.

Değerlendirme kriteri olarak kullanıcıların gerçek ürün skoru ile tahmin skoru arasındaki hata kullanılmıştır. Söz konusu hata ölçümü için denklem (3)'de verilen RMSE (*Root Mean Square Error* – Hata Kareleri Ortalamasının Karekökü) metriği tercih edilmiştir.

$$RMSE = \sqrt{\frac{1}{n} \sum_{i=1}^n (R_{u,i} - R'_{u,i})^2} \quad (3)$$

Denklem (3)'de yer alan *n* test verisindeki örnek sayısını,  $R_{u,i}$  *u* kullanıcısının *i* ürünün gerçek skoru ve  $R'_{u,i}$  *u* kullanıcısının *i* ürünün tahmini skorunu göstermektedir (Su ve Khoshgoftaar, 2009; Bulut ve Milli, 2016).

## BULGULAR

Uygulama için veri seti %80'i eğitim %20'si de test seti olmak üzere ikiye ayrılmıştır. Önerilen yöntemin uygulanabilmesi için öncelikle eğitimi verisi üzerinden *k*-means algoritması ile kümeleme analizi yapılarak kullanıcılar alt kümelere ayrılmıştır. Değer segmentasyonu bakış açısıyla kullanıcıların toplam işlem ve ciro değerleri kullanılarak yapılan kümeleme analizi sonucunda 4 alt küme elde edilmiştir. Kümeleme analizi sonrasında, her küme için geliştirilen farklı kullanıcı bazlı işbirlikçi filtreleme modeli ile kullanıcıların diğer ürünlerdeki skorları tahmin edilmiş ve bu tahminler üzerinden önerilen yönteme ilişkin hata değeri hesaplanmıştır ve sonuçlar Tablo 1'de verilmiştir.

**Tablo 1.** Önerilen ve mevcut yöntemin karşılaştırılması (süpermarket).

| Yöntem          | RMSE   |
|-----------------|--------|
| Mevcut Yöntem   | 188.45 |
| Önerilen Yöntem | 183.86 |

Uygulamanın ikinci aşamasında yukarıda bahsedilen süreç MovieLens-1M veri seti kullanılarak tekrarlanmıştır. MovieLens-1M veri seti, kullanıcıların izledikleri filmler için verdikleri 1 ile 5 arasında değere sahip olan oyları içermektedir. Yaklaşık 1 milyon adet oy bulunan veri setinde 6040 tekil kullanıcı ve 3706 farklı film yer almaktadır. Veri seti en az 20 oy kullanmış olan kullanıcılardan oluşmaktadır.

Uygulama aşamasında, öncelikle kümeleme için kullanıcıların geçmiş oyları incelenmiş ve kümelemede kullanılmak üzere her bir kullanıcıya ait değişkenler hesaplanmıştır. Kullanıcıların daha önce izledikleri filmlerin film türlerine göre izleme sayıları (aksiyon, macera gibi 18 tür), filmlere verdikleri oy ortalamaları, toplam oy sayısı gibi değişkenler kullanılarak kümeleme yapılmış ve kullanıcılar 4 kümeye ayrılmıştır.

Kümeleme analizi sonrasında, her küme için geliştirilen farklı kullanıcı bazlı işbirlikçi filtreleme modeli ile kullanıcıların diğer filmlere verecekleri oylar tahmin edilmiş ve bu tahminler üzerinden önerilen yönteme ilişkin hata değeri hesaplanmıştır ve sonuçlar Tablo 2'de verilmiştir.

**Tablo 2.** Önerilen ve mevcut yöntemin karşılaştırılması (ML-1M).

| Yöntem          | RMSE |
|-----------------|------|
| Mevcut Yöntem   | 1.27 |
| Önerilen Yöntem | 1.03 |

## SONUÇ

Bu çalışmada, kişiselleştirilmiş ürün öneri sistemleri için literatürde ve iş dünyasında sıklıkla kullanılan yöntemlerden biri olan kullanıcı bazlı işbirlikçi filtreleme yöntemi incelenmiş ve yöntemi iyileştirmek adına  $k$ -means ile kullanıcı bazlı işbirlikçi filtreleme algoritmalarını birlikte kullanan hibrit bir yaklaşım önerilmiştir. Önerilen ve mevcut yöntemlerin uygulanması için bir süpermarket müşterilerinin alışverişler verileri ve MovieLens-1M veri seti kullanılmıştır. Uygulama sonucunda her iki yöntem ile de ilgili kullanıcılar için önerilen ürün/film skorları tahmin edilmiştir. Yöntemlerin karşılaştırılması için değerlendirme kriteri olarak kullanıcıların gerçek ürün/film skoru ile tahmin skoru arasındaki hatayı ölçen RMSE metriği kullanılmıştır. Yapılan karşılaştırma sonucunda her iki veri setinde de önerilen yönteme ilişkin hatanın daha az olduğu görülmüştür. Tahmin hatasındaki azalma incelendiğinde, süpermarket veri setindeki %2.7 azalma olduğu, MovieLens-1M veri setinde ise %18.9 azalma olduğu görülmüştür.

Sonuç olarak, önerilen yaklaşımın; gerek kullanıcılara ilişkin farklı bilgiler içeren değişkenleri kullanabilme kabiliyeti gerekse ürün skor tahminlerindeki hatayı azaltabileceği yönündeki bulgular dikkate alındığında ürün öneri sisteminin modelleme aşamasındaki alternatif yöntemler arasında kullanılabilmesi söylenebilir.

Sonraki çalışmalarda, farklı veri setleri ile yapılacak uygulamalar ile tahmin başarısının istatistiksel olarak anlamlı olup olmadığı test edilebilir. Ayrıca, önerilen yöntemin daha az hatalı tahminler üretebilmesinin arkasında uygulanan kümeleme yönteminin başarısı yatmaktadır. Bu nedenle, sonraki çalışmalarda, farklı kümeleme yöntemlerinin uygulanması ile kümeleme işlemindeki parametrelerin ürün öneri tahmin başarısına olan etkisi incelenebilir.

## KAYNAKÇA

- Akpınar, H. (2014). *Data veri madenciliği veri analizi*. İstanbul: Papatya Yayıncılık Eğitim.
- Anwar, T., & Uma, V. (2021). Comparative study of recommender system approaches and movie recommendation using collaborative filtering. *International Journal of System Assurance Engineering and Management*, 12(3), 426-436.
- Awan, M. J., Khan, R. A., Nobanee, H., Yasin, A., Anwar, S. M., Naseem, U., & Singh, V. P. (2021). A Recommendation engine for predicting movie ratings using a big data approach. *Electronics*, 10(10), 1215.
- Bulut, H., & Milli, M. (2016). İşbirlikçi filtreleme için yeni tahminleme yöntemleri. *Pamukkale Üniversitesi Mühendislik Bilimleri Dergisi*, 22(2), 123-128.
- Castelo-Branco, F., Reis, J. L., Vieira, J. C., & dos Santos, J. P. M. (2021). Business intelligence in sports retail: data mining application, *16th Iberian Conference on Information Systems and Technologies (CISTI)*, 23-26 June 2021.
- Chen, Y. Z., & Lai, Y. C. (2016). Universal structural estimator and dynamics approximator for complex networks. *ArXiv E-prints*, arXiv-1611.
- Chung, K. R., Park, K. R., & Park, S. H. (2021). Design and implementation of a music recommendation model through social media analytics. *Journal of Convergence for Information Technology*, 11(9), 214-220.
- Demir, F. O., & Kırdar, Y. (2007). Müşteri ilişkileri yönetimi: crm. *Review of Social, Economic & Business Studies*, 8, 293-308.
- Do, M. P. T., Nguyen, D. V., & Nguyen, L. (2010). Model-based approach for collaborative filtering. *The 6th International Conference on Information Technology for Education*, 217-228, 18-20 August 2010.
- Ekstrand, M. D., Riedl, J. T., & Konstan, J. A. (2011). Collaborative filtering recommender systems. *Foundations and Trends in Human-Computer Interaction*, 4(2), 81-173.
- Falk, K. (2019). *Practical recommender systems*. New York: Manning Publications.
- Gao, Y., Zhao, H., Zhou, Q., Qiu, M., & Liu, M. (2020). An improved news recommendation algorithm based on text similarity. *3rd International Conference on Smart BlockChain (SmartBlock)*, 132-136, 23-25 October 2020.
- Gupta, M., Thakkar, A., Gupta, V., & Rathore, D. P. S. (2020). Movie recommender system using collaborative filtering. *International Conference on Electronics and Sustainable Communication Systems (ICESC)*, 415-420, 2-4 July 2020.

- Gupta, S., & Dave, M. (2021). A hybrid recommendation system for e-commerce. *In Proceedings of International Conference on Communication and Computational Technologies*, 229-236, Singapore: Springer.
- Hahsler, M. (2015). Recommenderlab: a framework for developing and testing recommendation algorithms. 13.03.2022 tarihinde <https://cran.r-project.org/web/packages/recommenderlab/vignettes/recommenderlab.pdf> adresinden alındı.
- Han, K. (2020). Personalized news recommendation and simulation based on improved collaborative filtering algorithm. *Complexity*, 2020, 1-12.
- Harper, F. M., & Konstan, J. A. (2015). The movielens datasets: history and context. *Acm Transactions on Interactive Intelligent Systems (tiis)*, 5(4), 1-19.
- Jitendra, M., & Radhika, Y. (2021). An automated music recommendation system based on listener preferences. *In Recent Trends in Intensive Computing*, 80-87. Amsterdam: IOS Press.
- Kathavate, S. (2021). Music recommendation system using content and collaborative filtering methods. *International Journal of Engineering Research & Technology (IJERT)*, 10(02), 167-171.
- Kumar, P. S. (2020). Recommendation system for e-commerce by memory based and model based collaborative filtering. *In Proceedings of the 11th International Conference on Soft Computing and Pattern Recognition (SoCPaR 2019)*, (1182), 123, Springer Nature.
- Munuswamy, S., Saranya, M. S., Ganapathy, S., Muthurajkumar, S., & Kannan, A. (2021). Sentiment analysis techniques for social media-based recommendation systems. *National Academy Science Letters*, 44, 281–287.
- Murad, D. F., Heryadi, Y., Isa, S. M., & Budiharto, W. (2020). Personalization of study material based on predicted final grades using multi-criteria user-collaborative filtering recommender system. *Education and Information Technologies*, 25(6), 5655-5668.
- Pratama, B. Y., Budi, I., & Yuliawati, A. (2020). Product recommendation in offline retail industry by using collaborative filtering. *International Journal of Advanced Computer Science and Applications*, 11(9), 635-643.
- Rebelo, M. Â., Coelho, D., Pereira, I., & Fernandes, F. (2021). A new cascade-hybrid recommender system approach for the retail market. *International Conference on Innovations in Bio-Inspired Computing and Applications*, 371-380, 16-18 December 2021.
- Sariman, G. (2011). Veri madenciliğinde kümeleme teknikleri üzerine bir çalışma: k-means ve k-medoids kümeleme algoritmalarının karşılaştırılması. *Süleyman Demirel Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Dergisi*, 15(3), 192-202.

- Shen, J., Zhou, T., & Chen, L. (2020). Collaborative filtering-based recommendation system for big data. *International Journal of Computational Science and Engineering*, 21(2), 219-225.
- Silahtaroglu, G. (2013). *Veri madenciliği kavram ve algoritmaları*. İstanbul: Papatya Yayıncılık Eğitim.
- Su, X., & Khoshgoftaar, T. M. (2009). A survey of collaborative filtering techniques. *Advances in Artificial Intelligence*, 2009, 1-19.
- Zhou, L., Zhang, F., Zhang, S., & Xu, M. (2021). Study on the personalized learning model of learner-learning resource matching. *International Journal of Information and Education Technology*, 11(3).



Geliş Tarihi:

17.01.2022

Kabul Tarihi:

18.04.2022

Yayımlanma Tarihi:

15.06.2022

Kaynakça Gösterimi: Bozkurt, Ö., & Ercan, A. (2022). Çalışanların yenilikçi iş davranışlarında ve işten ayrılma niyetlerinde örgütsel destek algısının etkisi: İmalat sanayi üzerine bir araştırma. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 21(43), 269-290. doi: 10.46928/iticusbe.1059273

## ÇALIŞANLARIN YENİLİKÇİ İŞ DAVRANIŞLARINDA VE İŞTEN AYRILMA NİYETLERİNDE ÖRGÜTSEL DESTEK ALGISININ ETKİSİ: İMALAT SANAYİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

*Araştırma*

Öznur Bozkurt 

Sorumlu Yazar (Correspondence)

Düzce Üniversitesi

[oznurbozkurt@duzce.edu.tr](mailto:oznurbozkurt@duzce.edu.tr)

Armağan Ercan 

[armagan.ercan1453@gmail.com](mailto:armagan.ercan1453@gmail.com)

Öznur Bozkurt, Düzce Üniversitesi Yönetim ve Strateji Doçentidir. Yönetim ve Organizasyon, İnsan kaynakları yönetimi, örgütsel davranış ve girişimcilik alanında ders vermekte ve bu alanlarda araştırmalar yayınlamaktadır.

Armağan Ercan, Düzce Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Girişimcilik A.B.D. tezli yüksek lisans mezunu, bilim uzmanıdır. Girişimcilik alanında araştırmalar yapmakta ve yayınlamaktadır.

# ÇALIŞANLARIN YENİLİKÇİ İŞ DAVRANIŞLARINDA VE İŞTEN AYRILMA NİYETLERİNDE ÖRGÜTSEL DESTEK ALGISININ ETKİSİ: İMALAT SANAYİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA<sup>1</sup>

Öznur Bozkurt  
<mailto:oznurbozkurt@duzce.edu.tr>  
Armağan Ercan  
[armagan.ercan1453@gmail.com](mailto:armagan.ercan1453@gmail.com)

## Özet

**Amaç:** Çalışanların yenilikçi özellikleri işletmeleri başarıya götürmedeki kilit faktördür. Özellikle yenilikçi davranışların örgütsel olarak desteklenmesi, çalışanların yenilikçi yeteneklerini işletme için kullanmasının önünü açacaktır. Örgütsel ortamda desteklendiğini hisseden çalışanın yenilikçi iş davranışlarını sergileyeceği ve işten ayrılma eğilimi sergilemeyeceği varsayımı ile bu çalışmada imalat sektöründe çalışanların algıladıkları örgütsel destek ve bu desteğin yenilikçi iş davranışları ve işten ayrılma niyeti ile olan ilişkisi incelenmiştir.

**Yöntem:** Nicel veriye dayalı olarak yürütülen çalışmada birincil veriler kasti örnekleme ile seçilen ve büyük işletme statüsünde Düzce’ de faaliyet gösteren işletmelerden toplanmıştır. Beşli likert tipi ölçeklerle toplanan veriler SPSS24 programında analiz edilmiştir.

**Bulgular:** Araştırmanın sonuçlarına göre, araştırmaya katılanların işten ayrılma niyetleri düşük, örgüt desteği algıları ve yenilikçi iş davranışı eğilimleri ise yüksektir. Çalışanların algıladığı örgütsel destek ise yenilikçi iş davranışlarını pozitif, işten ayrılma niyetini ise negatif olarak etkilemektedir.

**Özgünlük:** Yenilikçi uygulamalar işletme başarılarının en önemli belirleyici unsuru olmaya başlamıştır. Bu yenilikçi yapılar ise çalışanlardan bağımsız ortaya çıkmamaktadır. Örgütün hiyerarşik yapısı, yönetim tarzları, iş ortamındaki işbirlikleri, bireysel özellikler ve daha pek çok faktör çalışanların yenilikçi davranışlarının oluşumunu etkileyebilmektedir. Sayılan bu bireysel ve örgütsel faktörler aynı zamanda çalışanların örgüte olan bağlılığını veya işten ayrılmaya olan eğilimlerini de etkileyebilmektedir. Bu çalışma tüm bu konuları birbiri ile ilişkili ele alması açısından ve Türkiye sanayisinin önemli bir parçası olan imalat sektörü çalışanları özelinde konuyu incelemesi açısından özgün değer taşımaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Örgütsel Destek Algısı, Yenilikçi İş Davranışları Eğilimi, İşten Ayrılma Niyeti, Düzce

**JEL Sınıflandırması:** M10, M12, O15

---

<sup>1</sup> Bu çalışma Doç. Dr. Öznur Bozkurt danışmanlığında yürütülen ve Armağan Ercan’ a ait olan yüksek lisans tezinin bir bölümünden üretilmiştir.

**THE EFFECT OF ORGANIZATIONAL SUPPORT ON EMPLOYEE'S  
INNOVATIVE BUSINESS BEHAVIORS AND INTENTION TO TURNOVER:  
A RESEARCH ON THE MANUFACTURING INDUSTRY**

**Abstract**

**Purpose:** Innovative qualities of employees are the key factor in driving businesses to success. In particular, organizational support of innovative behaviors will pave the way for employees to use their innovative abilities for the business. . In this study, the perceived organizational support of the employees in the manufacturing sector and the relationship of this support with innovative work behaviors and intention to turnover were examined, with the assumption that the employee who feels supported in the organizational environment will exhibit innovative work behaviors and not have a tendency to turnover.

**Method:** In the study, which is based on quantitative data, primary data were collected from enterprises operating in Düzce in the status of large enterprises and selected by deliberate sampling. Data collected with five-point Likert scales were analyzed in SPSS24 program.

**Findings:** According to the results of the research, the participants' intention to turnover is low, their perceptions of organizational support and innovative work behavior tendencies are high. The organizational support perceived by the employees is positive for innovative work behaviors; negatively affects the intention to turnover.

**Originality:** Innovative practices have become the most important determinant of business success. Innovative structures are not formed in every organization and businesses with innovative structures differ from other organizations with some features. The hierarchical structure of the organization, management styles, cooperation in the business environment, individual characteristics and many other factors can affect the formation of the innovative behavior of the employees. These individual and organizational factors can also affect the commitment of employees to the organization or their tendency to turnover. This study has a unique value in terms of dealing with all these issues in relation to each other and examining the issue specifically for the manufacturing sector workers, which is an important part of the Turkish industry.

**Keywords:** Organizational Support Perception, Innovative Business Behaviors Intend, Intention to Turnover, Düzce

**JEL Classification:** M10, M12, O15

## GİRİŞ

Örgütlerin amaçlarına ulaşmasına katkıyı yapan en önemli kaynak, taklidi zor insan kaynağıdır. İnsan kaynağının yetenekli olması kadar bu yetenekleri örgütsel amaçlar için kullanması da önemlidir. Bu kapsamda örgütsel hedefler ile bireysel hedeflerin uyumunun sağlanması ve çalışanların örgütsel hedeflerde kendi hedefleri de görmesi gereklidir. Bundan dolayı da çalışanların örgütsel ortamda hissedecekleri destek onların örgütsel katkılarını artırmada bir itici güç olacaktır. Robbins, vd. (2000: 1329)' işe adanmış çalışanların, örgütsel desteği en çok hisseden çalışanlar olduğunu ileri sürmektedir. Örgütlerin performans hedeflerine ulaşması için öncelikli olarak çalışanların performansının artması gerekmektedir. Bu noktada da örgütsel destek mekanizmaları devreye girmektedir (Çöl, 2011; Akkoç vd., 2012)'nin yapmış olduğu araştırmanın sonuçları da bu savı doğrular niteliktedir. Bu çalışmanın bulgularına göre örgütsel olarak desteklendiğini algılayan çalışan iş performansını artırmaktadır. Yüceler (2009)'e göre hem üst yönetimin desteği hem de çalışma arkadaşının desteğini alan çalışanın verimliliği artacak ve bu da örgütsel amaçların etkinliğini olumlu yönde etkileyecektir. Bunun dışında iş arkadaşı ve yöneticisi tarafından destek gören çalışanın hem kendine olan güveni hem de örgütüne olan güveni artacaktır.

Örgütlerin, sürdürülebilir başarılarının ardında sürekli değişen çevre koşullarına ayak uydurabilme yetenekleri yatmaktadır. Değişimlere ayak uydurma veya değişimleri başlatma ise yenilikçi uygulamalara dayalı iş süreçleri ile olmaktadır. Çalışanların örgütleri tarafından desteklenmesinin, iş performansını olumlu etkilediğine dair birçok çalışma vardır. Destek algısı ile birlikte çalışanlar daha fazla sorumluluk almakta ve yenilikçi iş davranışları sergilemektedirler. Timuroğlu (2015)'e göre örgüt üyelerinin yenilikçi fikirler oluşturmada örgütün destekçi yapısı çok önemlidir. Bu örgütsel destek özgürce fikir üretme noktasında çalışanlara güven vermektedir. Bunun sonucu olarak ta çalışanlar örgütlerine aidiyet duymakta ve örgütsel amaçları çok daha kolay kabullenmektedir. Bulut vd. (2008)'e göre her örgüt yapısında yenilikçi fikirlerin ortaya çıkmasını beklemek doğru değildir. Yenilikçi fikirlerin ortaya çıktığı örgütler, bu fikirlerin özgürce ifade edilmesine olanak tanıyan örgütlerdir. Bu örgütler çalışanların fikirleri sadece dinlemekle kalmaz aynı zamanda fikirlerin uygulanmasında da destekçi olur. Çalışan destekçisi örgütlerin temel felsefesi yenilik odaklıdır.

Örgütünün desteğini alamadığını düşünen çalışanın iş tatmini düşer. Güven algısı zedelenecek işten ayrılma niyeti duymaya başlar. Bu durumda nitelikli çalışan kaybına sebep olacak personel devir hızlarını ortaya çıkarır. Rhoades ve Eisenberger (2002) tarafından yapılan araştırmanın bulgularına göre çalışanların örgütleri tarafından desteklendiğine dair algıları onların işten ayrılma yönündeki niyetlerinin oluşmasında belirleyici olmaktadır. Scott vd. (1999)' nın çalışmasının sonuçlarına göre, çalışanın algıladığı örgütsel desteğin yüksek olması onun işten ayrılma ile ilgili niyetini azaltmaktadır. (Siong vd. 2006; Kalliath ve Bellick 2001)'in çalışmasında da iş görenlerin algıladığı örgütsel desteğin ve onlarda oluşacak olan işten ayrılma eğiliminin birbiri ile ters yönlü bir ilişkide olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Tüm bu sonuçlardan da yola çıkarak, bu çalışmada çalışanların yenilikçi iş

davranışı eğilimlerinde ve işten ayrılmaya yönelik niyetlerinde, algıladıkları örgütsel desteğin etkisi araştırılmıştır.

## **LİTERATÜR**

### ***Algılanan Örgütsel Destek***

Örgütsel destek algısı, çalışanlarla örgüt arasındaki ilişkiye dayalı bir kavramdır ve çalışanların bağlılıklarını etkiler. Çalışanlara örgütleri için değerli olduklarını ve önemsendiklerini hissettiren bir kavramdır (Gökpınar, 2014). İş görenlerin örgütle bütünleşmesi ve kendisine güven duyulduğunu algılaması için örgütsel desteğe ihtiyaç vardır (Candan ve Kaya, 2015: 305-330). Örgütsel destek, sosyal değişim kuramına bağlı olarak kavramsallaşmıştır. Çalışanlar örgüte verdikleri katkı karşılığında örgüt tarafından önemsenmek isterler. Örgütsel katkıların değerli olduğu mesajını almak çalışanları mutlu etmektedir (Eisenberger vd., 1986). Algılanan örgütsel destek, çalışanların örgüt tarafından onay görmesi, kendisine saygı duyulduğunu hissetmesi, çabaları karşılığında ödüllendirilmesi, terfi ettirilmesi gibi konuları içerir (Oktar, 2014). Örgüt tarafından desteklendiği duygusunu hisseden çalışanlar, kendilerini örgütlerine karşı daha verici hissederek, örgütlerine bağlanmaktadır (Kaplan ve Ögüt, 2012). Baranik vd. (2009)' un çalışmasında iş görenlerin algıladıkları örgütsel desteğin örgüte duygusal olarak bağlanmayı ve işten duyulan tatmini olumlu yönde etkilediği sonucuna ulaşmıştır. Aynı çalışmada örgütsel destek algısı, işgücü devrini azaltıcı etki yapmaktadır sonucuna ulaşılmıştır. Makanjee vd. (2006)' nin çalışmasında da benzer bir sonuca ulaşılmıştır ve örgütsel desteğin bağlılığı pozitif yönde etkilediği görülmüştür (Eser, 2011: 365). İş görenler örgütleri tarafından desteklendiklerini hissettiklerinde işlerine bağlılık göstermekte ve örgütlerine karşı daha verimli bir çalışma performansı göstermektedirler. Bu çalışanlar örgütsel değerleri daha fazla benimsemekte ve içten bir sadakat ile örgütsel katkıyı artırmaktadırlar (Candan ve Kaya, 2015: 305-330).

### ***Yenilikçi İş Davranışı***

Yenilik ilk olarak Joseph Schumpeter tarafından “kalkınmanın itici gücü” olarak tanımlanmıştır. Schumpeter' e göre yenilik pazarda var olmayan ya da var olup ve üzerinde iyileştirmeler yapılarak tekrar pazara sürülen bir ürün, yeni bir üretim yönteminin uygulamaya sokulması, örgütlerin yeni bir pazara açılması, yeni tedarik kaynaklarının (hammadde, yarı mamul vb.) saptanması ve örgütün yeni bir organizasyon yapısına sahip olması şeklinde tanımlanmıştır (Elçi vd., 2008: 26). Yenilikçilik, bir fikrin oluşması ile başlayıp o fikrin uygulama sonuçlarının alınması ile devam eden bir süreçtir (Meriç, Bozkurt, Işık, 2019). Bu çerçevede bakıldığında yenilik kavramı, örgüt için yeni fikirler yeni uygulamalar, yeni çözüm metotlarının geliştirilmesi ve yeni teknolojilerin ortaya çıkarılması olarak ifade edilebilir (Jenssen ve Jorgensen, 2004: 63). Yenilikçi iş davranışları, örgüt üyelerinin ya da işletmede yer alan iş görenlerin kendi arzuları ve iradeleriyle yeni bir ürün, hizmet ya da iş süreçleri, kendi iş birimlerine veya organizasyonun tamamına uygulamaları olarak tanımlanmaktadır (Çalışkan

ve Urtekin 2009: 20-21). Özellikle dışa dönük, başarı güdüsü yüksek ve risk alan bireylerde yenilikçi davranışlar daha fazla ortaya çıkmaktadır( Bozkurt, Meriç, Bozkurt, 2017). Kanter, (1983)' e göre yenilikçi iş davranışı, yeni fikirler, yeni ürünler ve yeni iş süreçleri geliştirmedir. İş görenlerin performansının değerlendirilmesinde de önemli bir ölçüttür (Çelik vd, 2014: 491). Yenilikçi davranış bir iş görenin bilinçli olarak ürün, yöntem ve iş süreçlerine ait daha önce denenmemiş yeni fikirleri kendi işinde, bölümüne ya da işletmenin tamamında tatbik etmesi ya da benimsemesi olarak tanımlanmaktadır (West ve Farr, 1989: 15-30). İş görenler, sarf ettikleri çaba ile aldıkları ödül arasında adil bir denge hissettiklerinde daha fazla çalışma ortaya koyarak, örgüt taleplerini karşılamak için daha fazla yenilikçi iş davranışları göstermektedirler (Janssen, 2000: 287-302).

Alan yazında yenilikçi iş davranışı; fikir keşfetme, fikir üretme, fikir uygulama ve fikir savunma olmak üzere dört boyutta incelenmektedir. **Fikir keşfetme**, çevre analizini iyi yapan bir iş görenin, sorunun saptanması ve bu soruna çözüm yolları geliştirmesi, yeni bir ürün yeni bir hizmet ya da yeni bir pazar olarak yenilikçi iş davranışlarını ortaya çıkartmaktadır (De Jong ve Den Hartog, 2010: 23-36 ). Bir organizasyonda değişen çevre koşullarına bağlı olarak yeni ihtiyaçlar ya da çözülmesi gereken problemler meydana gelmektedir. Bu durumlarda örgüt içerisinde daha önce denenmemişleri denemek ve yenilikçi çözümler üretmek gerekmektedir. Bu yenilikçi çözümler de fikirlerin keşfedildiği aşamada ortaya çıkan yeni teknoloji odaklı gelişmelerle ve de sıra dışı farklı üretim süreçleri ile bağlantılı olarak ortaya çıkmaktadır (Başar, 2013:). **Fikir üretme**, bir fırsatın ya da bir sorunun keşfedilmesinden sonra o sorunun çözüme kavuşması ya da fırsatın görülmesinden sonra hayata geçilmesi aşamasındaki düşünceleri kapsamaktadır. Fikir üretme aşaması, bir fikrin keşfinden sonraki bölümdür. Öncelikle çözülecek sorun saptanır, daha sonrasında sorunun çözüme kavuşması için düşüncelerin üretilmesi gerekmektedir (McAdam ve McClelland, 2002: 86-97). Fikir üretme, örgütün başarısında önemli bir yere sahiptir. Örgüt içindeki bilgi birikiminin etkin bir biçimde kullanılabilmesi için yeni fikirlerin üretilmesini zorunlu kılmaktadır (Janssen, 2000: 287-302). **Fikir savunma aşaması**, problemlerin çözümünde kullanılacak yepyeni yöntemlerin uygulanmasının ardından problemin ortadan kalkacağı savunulmasıdır (Şenol, 2013). Fikir savunma boyutu yenilikçi iş davranışlarında fikre, destek oluşturulması, diğer iş görenlerin ikna edilmesi ve stratejik konumda yer alan örgüt içi paydaşlarının bu yenilikçi fikrin yayılımı için heveslendirilmesi çalışmalarını kapsamaktadır (Janssen, 2000: 287-302). **Fikir uygulama**, üretilen yenilikçi fikirlerin hayata geçirilmesi, kullanılabilir hale dönüştürülmesi yani uygulamaya konulmasıdır (Çalışkan ve Urtekin 2009: 20-21). Fikir uygulama sistematik bir biçimde yeni bir ürün, hizmet, servis ağı, pazar konumlandırılması ya da iş süreçlerinin geliştirilmesi ve bunların denenmesi gibi süreçleri içermektedir (Kleysen ve Street, 2001: 284-296).

### ***İşten Ayrılma Niyeti***

Mobley (1982)'e göre işten ayrılma niyeti ile işten ayrılma kavramları aynı anlama gelmemektedir. İşten ayrılma niyeti bir düşüncedir ve eylemin gerçekleşmesinden önce oluşur. İşten ayrılma niyeti,

iş görenin düşünsel olarak işten ayrılma ile ayrılmama konusunu değerlendirmesini kapsayan bir süreçtir. İşten ayrılma niyetinin oluştuğu durumda ise gelecek bir zaman diliminde buna yönelik eylemin gerçekleşme olasılığı ortaya çıkmaktadır (Jewell ve Siegall, 1998). Brown ve Peterson (1993: 139), işten ayrılma niyetini, örgüt bünyesindeki iş görenlerin, sonunda davranışsal bir faaliyete dönüşebilecek düşünceleri olarak tanımlamıştır. Tett ve Meyer (1993: 259-291), ise işten ayrılma niyeti, iş göreninin ayrılma davranışı öncesinde gerçekleştirdiği düşünsel faaliyetlerdir. İş gören bu düşünsel faaliyetleri bilinçli olarak gerçekleştirmekte olduğunu belirtmiştir. Slattery ve Selvarajan (2005: 53-65), ise daha net bir tanımlamada bulunarak işten ayrılma niyetini örgütteki iş görenin işini bırakma eğilimi olarak tanımlamıştır. Çekmecelioğlu (2005: 34), yaptığı çalışmada iş tatmini ile işten ayrılma niyeti arasında %55 düzeyinde negatif yönlü bir ilişki bulunmuştur. Beğenirbaş ve Çalışkan (2014: 112)'a göre işten ayrılma niyeti üzerinde ki etkili olan unsur ise algılanan iş fırsatlarıdır. Marsh ve Mannari (1977: 66-69)' ye göre iş görenlerin örgütteki statüleri ile işten ayrılma niyeti arasında negatif yönlü bir ilişki bulunmaktadır. Kariyer yapma imkanına sahip olduğunu düşünen ve çalışma arkadaşlarıyla iyi anlaşılan bir iş görenin işine bağlanarak işten ayrılma düşüncesinden uzaklaştığı sonucuna ulaşmışlardır. Kitapçı vd. (2013: 49-73)' ne göre bir iş göreninin, işine yüklemiş olduğu anlamda işten ayrılma niyeti üzerinde etkili olabilmektedir. Kişinin yaptığı işi anlamlı bulması işten ayrılma niyetini azaltırken, anlamsız bulması durumunda ise arttırmaktadır. Applebaum, vd. (2010: 323-328)' ne göre iş görenlerin örgüt içerisinde yaşadıkları stres düzeyleri arttıkça iş tatminler azalmakta ve buna bağlı olarak, işten ayrılma niyetleri oluşmaktadır.

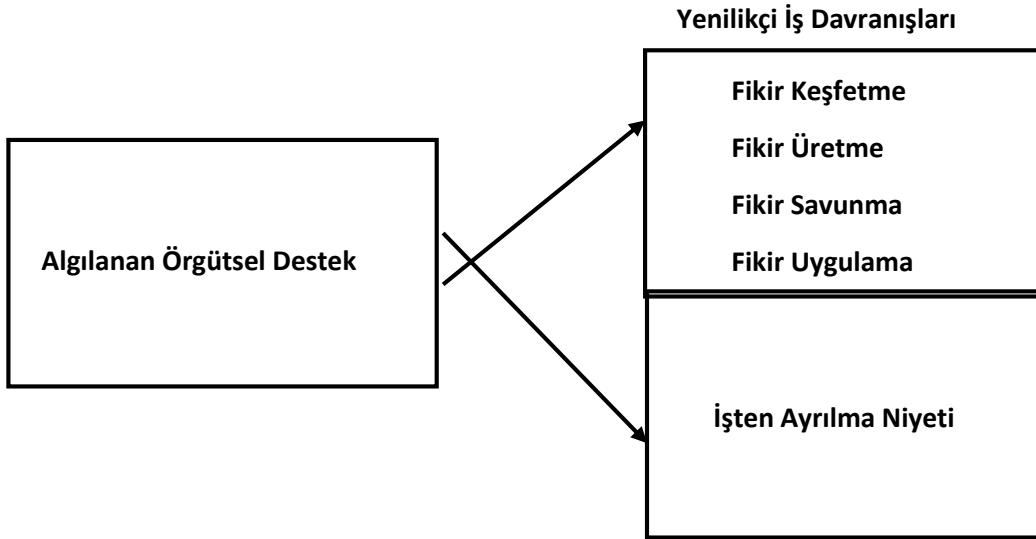
## **YÖNTEM**

### ***Araştırmanın Amacı ve Önemi***

Bu araştırmanın amacı, çalışanın algıladığı örgütsel desteğin, yenilikçi iş davranışları ve işten ayrılma niyeti ile olan ilişkisini incelemektir. Rekabetin, yeniliğe ve farklı olmaya dayandığı günümüz iş dünyasında, teknoloji ve bilimsel alanda yaşanan hızlı gelişmeler, çağımızı bir değişim çağı haline getirmektedir. Değişmek te, yenilikle mümkün olmaktadır. Örgütlerin, iş görenlerini desteklemesi, yenilikçi düşünce yapılarına yönelmesi ya da yenilikçi düşünüp, bu düşünceleri uygulamaya sokabilecek bireyleri istihdam etmesi hem örgüt verimliliği açısından, hem de dolaylı olarak reaksiyon gösteren ülke ekonomisi açısından oldukça önemlidir. Bu sebeple gerek akademik yazında gerek ise sektör bazlı uygulamalarda yenilikçi düşünmenin ve çalışanları desteklemenin öneminin vurgulanması oldukça önemlidir. İşten ayrılma niyetinin ortaya çıkmasında belirleyici olan faktörlerin belirlenmesi bu eylemin gerçekleşmeden önlenmesi açısından önemlidir. Çalışanlar işten ayrılmayı pek çok konu ile ilişkili olarak düşünmektedir. Örgütsel destek ise bunlardan biridir. Bu çalışma yenilikçi fikirleri ifade etmenin ve çalışmanı bu yönde desteklemenin önemini vurgulaması açısından da önem arz etmektedir.

### ***Araştırma Modeli ve Hipotezler***

Çalışanların algıladıkları örgütsel desteğinin( yöneticiden, çalışma arkadaşından ve örgütün işleyişinden), onların işletmeye katkı sağlayacak yenilikçi iş davranışları sergileme eğilimlerine ve işten ayrılma niyetlerine etkisini incelemeye yönelik oluşturmuş olan model aşağıdaki gibidir. Modelde yer alan örgütsel desteğin, yenilikçi davranışlarını olumlu; işten ayrılma niyetini ise olumsuz etkileyeceği varsayılmıştır.



**H1:** Çalışanların algıladıkları örgütsel destek, onların yenilikçi iş davranışlarını etkilemektedir.

**H1a1:** Çalışanların algıladıkları örgütsel destek, onların yeni fikir keşfetmelerini etkilemektedir.

**H1a2:** Çalışanların algıladıkları örgütsel destek, onların yeni fikir üretmelerini etkilemektedir.

**H1a3:** Çalışanların algıladıkları örgütsel destek, onların yeni fikri savunmalarını etkilemektedir.

**H1a4:** Çalışanların algıladıkları örgütsel destek, onların yeni fikri uygulamalarını etkilemektedir.

**H2:** Çalışanların algıladıkları örgütsel destek, onların işten ayrılma niyetlerini etkilemektedir.

### ***Veri Toplama Yöntemi ve Ölçekler***

Araştırma nicel veriye dayalı analiz yapmak üzere kurgulanmıştır. Bu sebeple birincil veriye hızla ulaşmak için veri toplama aracı olarak anket kullanılmıştır. Anketler araştırmacılar tarafından yüz yüze olacak şekilde toplanmıştır. Araştırmaya katılanların algıladıkları örgütsel desteği ölçmek için Giray ve Şahin (2012)'nin geçerlilik ve güvenilirlik çalışmalarını yaptığı ölçektir. Araştırmaya katılanların yenilikçi iş davranışları eğilimlerini ölçmek için De Jong ve Den Hartog (2010)' ait olan ve 2016 yılında Işık ve Aydın tarafından Türkçe'ye uyarlanan ölçek kullanılmıştır. Araştırmanın bir diğer değişkeni olan işten ayrılma niyeti ise Camman, Fichman, Jenkins ve Klesh (1979) 'in geliştirdiği ve Kitapçı, Kaynak ve Ökten (2013)'in Türkçe' ye uyarladıkları çalışmadan alınan işten ayrılma niyeti ölçeği ile ölçülmüştür. Algılanan örgüt desteği toplam 22 ifadeden oluşmaktadır. Yenilikçi iş davranışları toplam dört boyuttan ve 10 ifadeden oluşmaktadır. Bunlar fikir keşfetme,



fikir üretme, fikir uygulama ve fikir savunmadır. Araştırmanın bir diğer bağımsız değişkenini olan işten ayrılma niyeti tek boyuttan oluşup toplam 3 ifade ile ölçülmüştür.

Araştırma için Düzce Üniversitesi Etik Kurulundan 2020/233 sayılı karar ile 30.12.2020 tarihinde etik kurul onayı alınmıştır.

### ***Evren ve Örneklem***

Araştırmanın evreni, Düzce ilinde faaliyet gösteren ve büyük işletme statüsüne sahip beş işletmenin çalışanları oluşturmaktadır. Bu beş işletmede toplam çalışan sayısı 1500 dür. Araştırma evreninin büyük ölçekli işletmeler olarak belirlenmesin sebebi, kurumsal ve kurulumunu tamamlamış büyük işletmelerin diğer işletmelere nazaran daha yenilikçi davranışlar sergileyecekleri varsayımıdır. Anket çalışması için örneklem belirlemede tesadüfi olmayan yöntemlerden kararsal (kasti) örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Bu örnekleme yönteminde, evrende yer alanlar arasından, araştırmacının problemine cevap bulacağına inandığı kişiler örnekleme oluşturmaktadır (Çeken, 2012: 18-39). Bu örnekleme yöntemi ile toplam 246 kişiden anket elde edilmiştir; ancak bu anketlerden bazıları eksik veya hatalı doldurulduğu için araştırma kapsamı dışında bırakılmıştır. 214 tane anket analize konu olabilecek niteliklere sahiptir ve bu 214 anket üzerinden analizler yapılmıştır. Güvenilir sonuçlara ulaşmak için sabit bir örnek büyüklüğünü belirlemek oldukça zordur ve bu konuda ortak bir görüşe oluşmamıştır; ancak örneklem büyüklüğünün en az 200 olması gerektiği söylenebilir (Guilford 1954). Örneklem sayısını belirlerken ölçek madde sayısını esas alan kaynaklarda vardır. Bu kaynaklara göre ölçek madde sayısının en az 5 katı örnekleme ulaşılmalıdır (Nunnally,1978; Tabachnick ve Fidell, 2015). Bu kapsamda 35 ifadeli ölçek için en az 175 örneklem oluşturulması gerekmektedir. Araştırmanın örnekleme ise bu koşulu sağlamaktadır.

### ***Araştırmanın Sınırlılıkları***

Araştırmanın evrenini, Düzce’ de faaliyet gösteren ve aynı ildeki Ticaret Odasına kayıtlı büyük işletme statüsündeki işletmelerden araştırma yapılmasına izin veren ve araştırmaya gönüllü katılan beş işletmenin çalışanları oluşturmaktadır. Bu durum araştırmanın, kısıtını oluşturmaktadır. Ayrıca bazı çalışanlar da kimliklerinin ortaya çıkmasından endişe duyarak anketi cevaplamak istememişlerdir.

## **BULGULAR**

Araştırmada kullanılan anket formundaki ölçekler, daha önce yapılmış olan araştırmalarda kullanılmış olup, geçerliliği test edilmiş ölçeklerdir. Araştırma kapsamında gerçekleştirilen veri analizlerine bakıldığında öncelikle ölçeklerin güvenilirlik düzeylerini belirlemeye yönelik Cronbach's Alpha testi uygulanmıştır. Güvenilirlik analizinde güvenilirlik katsayısı 0,00 ile 1,00 arasında değer alır. Katsayı 1,00'a yaklaştıkça verilerin güvenilirliği yüksek; 0,00'a yaklaştıkça verilerin

**Tablo 1.** Değişkenlere Ait Güvenilirlik Analizi

| İfadeler             | Cronbach's Alpha | Yüzde  | Güven Düzeyi |
|----------------------|------------------|--------|--------------|
| Örgütsel Destek      | 0,803            | % 80,3 | Güvenilir    |
| Fikir Keşfetme       | 0,721            | % 72,1 | Güvenilir    |
| Fikir Üretme         | 0,827            | % 82,7 | Güvenilir    |
| Fikir Uygulama       | 0,891            | % 98,1 | Güvenilir    |
| Fikir Savunma        | 0,745            | % 74,5 | Güvenilir    |
| İşten Ayrılma Niyeti | 0,852            | % 85,2 | Güvenilir    |

güvenilirliği düşük olarak yorumlanır. Genel olarak 0,70 üzeri değerler ölçek güvenilirliği için yeterli kabul edilmektedir (Altunışık, vd., 2004: 114-115).

Araştırmada kullanılan ölçeklerin güvenilirlik analizi sonucunu gösteren Tablo 1 incelendiğinde, örgütsel destek algısına ait güvenilirlik; 0,83; yenilikçi iş davranışını oluşturan boyutlardan fikir keşfetme 0,72; fikir üretme 0,82; fikir uygulama 0,89, fikir savunma 0,74 dür. İşten ayrılma niyetine ait güvenilirlik kat sayısı ise 0,85 dir. Bu sonuçlara göre ölçekler literatürde kabul gören güven aralıklarında yer almaktadır.

**Tablo 2.** Katılımcılarla İlgili Demografik Bilgiler

| Değişken   | %     | Değişken | %               | Değişken   | %    |
|------------|-------|----------|-----------------|------------|------|
| Cinsiyet   | Kadın | 71,5     | Eğitim Seviyesi | İlköğretim | 41,6 |
|            | Erkek | 28,5     |                 | Lise       | 37,4 |
| Medeni Hal | Evli  | 60,7     | Çalışma Süresi  | Üniversite | 21,0 |
|            | Bekar | 39,3     |                 | 1-5yıl     | 52,8 |
|            |       |          |                 | 6-10yıl    | 17,3 |
|            |       |          |                 | 11-15 yıl  | 4,2  |

Katılımcıları tanımlamaya yönelik yapılmış olan frekans analizlerindeki cinsiyet dağılımına bakıldığında kadınların toplam katılımcı sayısının %71'ini oluşturduğu görülmektedir. Medeni duruma bakıldığında evli olanların, toplam katılımcı sayısının %61' ini oluşturduğu ve katılımcıların eğitim seviyesinin de, %58,4' ile lise ve üstü olduğu görülmektedir. Katılımcıların, kurumdaki toplam çalışma süreleri bakıldığında kurumlarında 1-5 yıl arası çalışanların, toplam katılımcı sayısının %53'ünü oluşturduğu görülmektedir.

**Tablo 3.** Örgütsel Destek Algısı, Yenilikçi İş Davranışları Eğilimi ve İşten Ayrılmaya Yönelik Niyete Yönelik Ortalamalar

| Değişkenler                      | Ortalamalar | Standart Sapma |
|----------------------------------|-------------|----------------|
| <b>Algılanan Örgütsel Destek</b> | 3,40        | 0,751          |
| <b>Yenilikçi İş Davranışları</b> | 3,55        | 0,909          |
| Fikir Uygulama                   | 3,78        | 1,276          |
| Fikir Üretme                     | 3,60        | 0,969          |
| Fikir Keşfetme                   | 3,53        | 1,073          |
| Fikir Savunma                    | 3,25        | 1,130          |
| <b>İşten Ayrılma Niyeti</b>      | 2,09        | 1,212          |

Tablo 3 incelendiğinde katılımcıların örgütsel destek algılarının ve yenilikçi iş davranışı eğilimlerinin orta dereceli olduğu görülmektedir. Yenilikçi iş davranışını oluşturan alt boyutlardan en yüksek ortalama ise fikir uygulama ve en düşük ortalama ise fikir savunmadır. Araştırmanın bir diğer değişkeni olan işten ayrılma niyeti ortalamasına bakıldığında ise ortalamanın altında bir değere sahip olduğu söylenebilir. Araştırmaya katılanların örgütlerinden destek aldıklarını düşündükleri ve yenilikçi iş davranışı sergileme eğiliminde oldukları görülmektedir. İşten ayrılma eğilimlerinin ise düşük olduğu görülmektedir.

**Tablo 4.** Örgütsel Destek Algısı, Yenilikçi İş Davranışı Eğilimi ve İşten Ayrılmaya Yönelik Niyet İlişkisi

|                                   |   | 1       | 2       | 3      | 4      | 5       | 6 |
|-----------------------------------|---|---------|---------|--------|--------|---------|---|
| <b>1.Algilana Örgütsel Destek</b> | r | 1       |         |        |        |         |   |
|                                   | p |         |         |        |        |         |   |
| <b>2.Fikir Keşfetme</b>           | r | ,446**  | ,347**  |        |        |         |   |
|                                   | p | ,000    | ,000    |        |        |         |   |
| <b>3.Fikir Üretme</b>             | r | ,383**  | ,250**  | 1      |        |         |   |
|                                   | p | ,000    | ,000    |        |        |         |   |
| <b>4.Fikir Uygulama</b>           | r | ,354**  | ,226**  | ,697** | 1      |         |   |
|                                   | p | ,000    | ,001    | ,000   |        |         |   |
| <b>5.Fikir Savunma</b>            | r | ,405**  | ,306**  | ,640** | ,430** | 1       |   |
|                                   | p | ,000    | ,000    | ,000   | ,000   |         |   |
| <b>6. İşten Ayrılma Niyeti</b>    | r | -,214** | -,187** | -,128  | -,057  | -,188** | 1 |
|                                   | p | ,002    | ,006    | ,061   | ,403   | ,006    |   |

Korelasyon katsayıları;  $0,00 < r \leq 0,25$  ise değişkenler arası ilişki durumu çok zayıf,  $0,26 \leq r \leq 0,49$  ise değişkenler arası ilişki durumu zayıf,  $0,50 \leq r \leq 0,69$  ise değişkenler arası ilişki durumu orta,  $0,70 \leq r \leq 0,89$  ise değişkenler arası ilişki durumu kuvvetli,  $0,90 \leq r < 1$  ise değişkenler arası ilişki durumu çok kuvvetli olarak yorumlanmaktadır (Yurt, vd., 2018: 68).

Tablo 4’ te değişkenler arası ilişkilere ait korelasyon analizi sonuçları bulunmaktadır. Araştırmaya katılanların algıladıkları örgütsel destek, yenilikçi iş davranışları eğilimleri ve işten ayrılmaya yönelik niyetleri arasındaki ilişki doğrusal korelasyon analizi yapılarak ölçülmüştür. Analiz sonuçlarına göre, değişkenler arası anlamlı ilişkilerin olduğu görülmektedir. Katılımcıların algıladıkları örgütsel destek ile yenilikçi iş davranışı arasında pozitif, işten ayrılma niyeti arasında ise negatif ilişki söz konusudur. Bu ilişkiler anlamlı; ancak zayıf dereceli ilişkilerdir.

**Tablo 5.** Algılanan Örgütsel Desteğin, Yenilikçi İş Davranışlarına Etkisi

|                                  | <b>Kareler top.</b>           | <b>df</b>        | <b>Kareler ort.</b>   | <b>F</b> | <b>p</b>                |
|----------------------------------|-------------------------------|------------------|-----------------------|----------|-------------------------|
| <b>Regresyon</b>                 | 38,716                        | 1                | 38,716                | 59,678   | <b>,000<sup>b</sup></b> |
| <b>Kalan</b>                     | 137,536                       | 212              | ,649                  |          |                         |
| <b>Toplam</b>                    | 176,252                       | 213              |                       |          |                         |
| <b>Model</b>                     | <b>St. Olmayan katsayılar</b> |                  | <b>St. Katsayılar</b> | <b>T</b> | <b>p</b>                |
|                                  | <b>B</b>                      | <b>St. Sapma</b> | <b>Beta</b>           |          |                         |
| <b>Sabit</b>                     | 1,619                         | ,256             |                       | 6,313    | <b>,000</b>             |
| <b>Algılanan Örgütsel Destek</b> | ,567                          | ,073             | <b>,469</b>           | 7,725    | <b>,000</b>             |

R<sup>2</sup> : ,220, Adjusted R<sup>2</sup>: ,216

(a: Bağımlı değişken = Yenilikçi iş davranışları b: Bağımsız değişken = Algılanan örgütsel destek)

Algılanan örgütsel desteğin, çalışanların yenilikçi iş davranışlarını açıklamasına yönelik yapılan regresyon analizi sonucuna göre, kurulan model anlamlıdır (000<sup>b</sup><0.05). Modelin genel açıklayıcılığı ise (R<sup>2</sup>), %22’dir. Algılanan örgütsel desteğin, yenilikçi iş davranışlarını açıklayıcılığı beta değerine göre %46,9’dur. Yenilikçi iş davranışlarındaki değişimlerin yaklaşık %47’ si örgütsel destek algısı tarafından açıklanmaktadır. Örgütlerinden destek aldıklarını algılayan çalışanların yenilikçi iş davranışı sergileme eğilimleri de artmaktadır. Bu sonuca göre **H1**: Çalışanların algıladıkları örgütsel destek, onların yeni yenilikçi iş davranışlarını etkilemektedir, hipotezi kabul edilmiştir.

**Tablo 6.** Algılanan Örgütsel Desteğin, Fikir Keşfetmeye Etkisi

|                                  | <b>Kareler top.</b>           | <b>Df</b>        | <b>Kareler ort.</b>   | <b>F</b> | <b>P</b>                |
|----------------------------------|-------------------------------|------------------|-----------------------|----------|-------------------------|
| <b>Regresyon</b>                 | 48,949                        | 1                | 48,949                | 52,782   | <b>,000<sup>b</sup></b> |
| <b>Kalan</b>                     | 196,604                       | 212              | ,927                  |          |                         |
| <b>Toplam</b>                    | 245,553                       | 213              |                       |          |                         |
| <b>Model</b>                     | <b>St. Olmayan katsayılar</b> |                  | <b>St. Katsayılar</b> | <b>T</b> | <b>P</b>                |
|                                  | <b>B</b>                      | <b>St. Sapma</b> | <b>Beta</b>           |          |                         |
| <b>Sabit</b>                     | 1,355                         | ,307             |                       | 4,419    | <b>,000</b>             |
| <b>Algılanan Örgütsel Destek</b> | ,638                          | ,088             | <b>,446</b>           | 7,265    | <b>,000</b>             |

R<sup>2</sup> : ,199, Adjusted R<sup>2</sup>: ,196

(a: Bağımlı değişken = Fikir keşfetme b: Bağımsız değişken = Algılanan örgütsel destek)

Algılanan örgütsel desteğin, çalışanların yenilikçi iş davranışlarının bir boyutu olan fikir keşfetmeyi açıklamasına yönelik yapılan regresyon analizi sonuca göre, kurulan bu model anlamlıdır ( $000^b < 0.05$ ). Modelin genel açıklayıcılığı ise ( $R^2$ ), %19,9'dur. Algılanan örgütsel desteğin, fikir keşfetmeyi açıklayıcılığı beta değerine göre %44,6'dır. Fikir keşfetmede meydana gelen değişimlerin %44,6'lık kısmı örgütsel destek tarafından açıklanmaktadır. Bu sonuca göre **H1a1**: Çalışanların algıladıkları örgütsel destek, onların yeni fikir keşfetmelerini etkilemektedir, hipotezi kabul edilmiştir.

**Tablo 7.** Algılanan Örgütsel Desteğin, Fikir Üretmeye Etkisi

|                                  | <b>Kareler top.</b>           | <b>df</b>        | <b>Kareler ort.</b>   | <b>F</b> | <b>P</b>                |
|----------------------------------|-------------------------------|------------------|-----------------------|----------|-------------------------|
| <b>Regresyon</b>                 | 29,346                        | 1                | 29,346                | 36,405   | <b>,000<sup>b</sup></b> |
| <b>Kalan</b>                     | 170,893                       | 212              | ,806                  |          |                         |
| <b>Toplam</b>                    | 200,238                       | 213              |                       |          |                         |
|                                  | <b>St. Olmayan katsayılar</b> |                  | <b>St. Katsayılar</b> | <b>T</b> |                         |
| <b>Model</b>                     | <b>B</b>                      | <b>St. Sapma</b> | <b>Beta</b>           |          | <b>P</b>                |
| <b>Sabit</b>                     | 1,918                         | ,286             |                       | 6,711    | <b>,000</b>             |
| <b>Algılanan Örgütsel Destek</b> | ,494                          | ,082             | <b>,383</b>           | 6,034    | <b>,000</b>             |

$R^2$  : ,147, Adjusted  $R^2$ : 143

(a: Bağımlı değişken = Fikir Üretme b: Bağımsız değişken = Algılanan örgütsel destek)

Algılanan örgütsel desteğin, çalışanların yenilikçi iş davranışlarının bir boyutu olan fikir üretmeyi açıklamasına yönelik yapılan regresyon analizi sonucuna göre, kurulan model anlamlıdır ( $000^b < 0.05$ ). Modelin genel açıklayıcılığı ise ( $R^2$ ), %14,7'dür. Algılanan örgütsel desteğin, fikir üretmeyi açıklayıcılığı beta değerine göre %38,3'dür. Fikir üretmedeki değişimlerin %38' i örgütsel destek tarafından açıklanmaktadır. Bu sonuca göre, **H1a2**: Çalışanların algıladıkları örgütsel destek, onların yeni fikir üretmelerini etkilemektedir, hipotezi kabul edilmiştir.

**Tablo 8.** Algılanan Örgütsel Desteğin, Fikir Savunmaya Etkisi

|                                  | <b>Kareler top.</b>           | <b>df</b>        | <b>Kareler orta.</b>  | <b>F</b> | <b>P</b>                |
|----------------------------------|-------------------------------|------------------|-----------------------|----------|-------------------------|
| <b>Regresyon</b>                 | 44,705                        | 1                | 44,705                | 41,628   | <b>,000<sup>b</sup></b> |
| <b>Kalan</b>                     | 227,670                       | 212              | 1,074                 |          |                         |
| <b>Toplam</b>                    | 272,375                       | 213              |                       |          |                         |
|                                  | <b>St. Olmayan katsayılar</b> |                  | <b>St. Katsayılar</b> | <b>T</b> |                         |
| <b>Model</b>                     | <b>B</b>                      | <b>St. Sapma</b> | <b>Beta</b>           |          | <b>P</b>                |
| <b>Sabit</b>                     | 1,171                         | ,330             |                       | 3,549    | <b>,000</b>             |
| <b>Algılanan Örgütsel Destek</b> | ,610                          | ,095             | <b>,405</b>           | 6,452    | <b>,000</b>             |

$R^2$  : ,16, Adjusted  $R^2$ : 16.3

(a: Bağımlı değişken = Fikir Savunma b: Bağımsız değişken = Algılanan örgütsel destek)

Algılanan örgütsel desteğin, çalışanların yenilikçi iş davranışlarının bir boyutu olan fikir savunmayı açıklamasına yönelik yapılan regresyon analizi sonucuna göre, bu model anlamlıdır ( $000^b < 0.05$ ). Modelin genel açıklayıcılığı ise ( $R^2$ ), %16'dır. Algılanan örgütsel desteğin, fikir savunmayı açıklayıcılığı beta değerine göre %40,5'dir. Fikir savunmadaki değişimlerin %40'lık kısmı örgütsel destek tarafından açıklanmaktadır. Bu sonuca göre, **H1a3**: Çalışanların algıladıkları örgütsel destek, onların yeni fikri savunmalarını etkilemektedir, hipotezi kabul edilmiştir.

**Tablo 9.** Algılanan Örgütsel Desteğin, Fikir Uygulamaya Etkisi

|                                  | <b>Kareler top.</b>           | <b>df</b>        | <b>Kareler ort.</b>   | <b>F</b> | <b>P</b>                |
|----------------------------------|-------------------------------|------------------|-----------------------|----------|-------------------------|
| <b>Regresyon</b>                 | 43,486                        | 1                | 43,486                | 30,359   | <b>,000<sup>b</sup></b> |
| <b>Kalan</b>                     | 303,660                       | 212              | 1,432                 |          |                         |
| <b>Toplam</b>                    | 347,146                       | 213              |                       |          |                         |
|                                  | <b>St. Olmayan katsayılar</b> |                  | <b>St. Katsayılar</b> | <b>T</b> | <b>P</b>                |
| <b>Model</b>                     | <b>B</b>                      | <b>St. Sapma</b> | <b>Beta</b>           |          |                         |
| <b>Sabit</b>                     | 1,732                         | ,381             |                       | 4,546    | <b>,000</b>             |
| <b>Algılanan Örgütsel Destek</b> | ,601                          | ,109             | <b>,354</b>           | 5,510    | <b>,000</b>             |

$R^2$  : ,125, Adjusted  $R^2$ : 121, (a: Bağımlı değişken = Fikir uygulama b: Bağımsız değişken = Algılanan örgütsel destek)

Algılanan örgütsel desteğin, çalışanların yenilikçi iş davranışlarının bir boyutu olan fikir uygulamayı açıklamasına yönelik yapılan regresyon analizi sonucuna göre, kurulan bu model anlamlıdır ( $000^b < 0.05$ ). Modelin genel açıklayıcılığı ise ( $R^2$ ), %12,5'dir. Algılanan örgütsel desteğin, fikir uygulamayı açıklayıcılığı beta değerine göre %35,4'dür. Fikir uygulamada meydana gelen değişimlerin % 35 lik kısmı örgütsel destek tarafından açıklanmaktadır. Bu sonuca göre, **H1a4**: Çalışanların algıladıkları örgütsel destek, onların yeni fikri uygulamalarını etkilemektedir, hipotezi kabul edilmiştir.

**Tablo 10.** Algılanan Örgütsel Desteğin, İşten Ayrılma Niyetine Etkisi

|                                  | <b>Kareler top.</b>           | <b>df</b>        | <b>Kareler ort.</b>   | <b>F</b> | <b>P</b>                |
|----------------------------------|-------------------------------|------------------|-----------------------|----------|-------------------------|
| <b>Regresyon</b>                 | 14,364                        | 1                | 14,364                | 10,184   | <b>,002<sup>b</sup></b> |
| <b>Kalan</b>                     | 299,019                       | 212              | 1,410                 |          |                         |
| <b>Toplam</b>                    | 313,384                       | 213              |                       |          |                         |
|                                  | <b>St. Olmayan katsayılar</b> |                  | <b>St. Katsayılar</b> | <b>T</b> | <b>P</b>                |
| <b>Model</b>                     | <b>B</b>                      | <b>St. Sapma</b> | <b>Beta</b>           |          |                         |
| <b>Sabit</b>                     | 3,277                         | ,378             |                       | 8,666    | <b>,000</b>             |
| <b>Algılanan Örgütsel Destek</b> | -,346                         | ,108             | <b>-,214</b>          | -3,191   | <b>,002</b>             |

$R^2$  : ,046, Adjusted  $R^2$ : ,041  
(a: Bağımlı değişken, İşten ayrılma niyeti, b: Bağımsız değişken, Algılanan örgütsel destek)

Algılanan örgütsel desteğin, çalışanların işten ayrılma niyetine olan etkisini belirlemek için yapılan regresyon analizine sonucuna göre, örgütsel desteğin işten ayrılma niyetini açıklaması ile ilgili model anlamlıdır ( $002^b < 0.05$ ). Modelin genel açıklayıcılığı ise ( $R^2$ ), %4,6'dır. Algılanan örgütsel destek, işten ayrılma niyetini beta değerine göre %21,4 oranında negatif yönlü olarak etkilemektedir. Çalışanların örgütsel destek algıları işten ayrılma niyetlerini azaltıcı bir etki yapmaktadır. Bu analiz sonuca göre **H2**: Çalışanların algıladıkları örgütsel destek, onların işten ayrılma niyetlerini etkilemektedir, hipotezi kabul edilmiştir.

## SONUÇ, TARTIŞMA VE ÖNERİLER

Bu çalışmada iş görenlerin algıladığı örgütsel desteğin, onların yenilikçi iş davranışları sergilemelerine ve işten ayrılmaya yönelik niyetlerine olan etkisi incelenmiştir. Araştırmaya katılanların örgütsel destek algısına sahip oldukları ve yenilikçi iş davranışları sergiledikleri görülmüştür. Ayrıca işten ayrılma niyetleri de düşüktür. Yenilikçi iş davranışları ortalamalarında en yüksek ortalama fikir uygulama boyutundadır. Araştırmaya katılanların algıladıkları örgütsel destek ile yenilikçi iş davranışları eğilimleri ve işten ayrılmaya yönelik niyetleri arasındaki ilişkiye bakıldığında algılanan örgütsel destek ile yenilikçi iş davranışları alt boyutları arasında pozitif; işten ayrılma niyeti ile negatif yönlü bir ilişki söz konusudur. Bu bulgulara dayanarak çalışanların, yenilikçi iş davranışları sergileme eğilimlerinin oluşmasında ve işten ayrılmaya yönelik eğilim göstermesinde, algıladıkları örgütsel desteğin önemli bir yeri olduğu söylenebilir. İş görenlerin, örgütünden aldıkları destek, onların örgütüne ve sorumluluklarına daha da bağlanarak daha yüksek performans göstermelerini sağlamaktadır. Nitekim alan yazındaki pek çok araştırma bulguları da, bu araştırmanın bulgularını destekler niteliktedir. Siong vd. (2006), Kalliath ve Bellick (2001: 72), Mardanov vd. (2008), Hui vd. (2007: 735), Shen vd. (2014: 406), Wang vd. (2014), Anafarta (2015), Dinç (2015) ve Turunç ve Çelik (2010) tarafından gerçekleştirilen araştırma sonuçları, algılanan örgütsel destek ile işten ayrılma niyeti arasında negatif yönlü ilişki olduğunu göstermektedir.

Algılanan örgütsel desteğin, yenilikçi iş davranışlarını açıklayıcılığı ile ilgili kurulan, H1: Çalışanların algıladıkları örgütsel destek, onların yenilikçi iş davranışlarını etkilemektedir, hipotezi kabul edilmiştir. Ayrıca araştırmanın ikinci hipotezi olan, H2: Çalışanların algıladıkları örgütsel destek, onların işten ayrılma niyetlerini etkilemektedir, hipotezi de kabul edilmiştir. Çalışanın örgütünü değerlendirmesi neticesinde algıladığı destek, onun yenilikçi davranışlarının ortaya çıkmasına ve bunun işletme için kullanılması yönünde davranışın sergilenmesine olumlu etki yapmaktadır. Destek bu tarz yenilikçi davranışları sergilemek için itici güç oluşturmakta ve çalışanların gayretlerini tetiklemektedir. Bunun dışında bu desteği hisseden çalışan işletmesine daha fazla bağlı olma yönlü bir eğilim ile işten ayrılmayı daha az düşünmektedir. Ortaya çıkan işten ayrılma niyeti, örgütsel desteğin etkisi ile ya azalmakta ya da ortadan kalkabilmektedir. Bu kapsamda örgütlerin işleyişlerinin ve politikalarının, destek vermeyi önceliğe alacak şekilde oluşturulması ve

bununda ötesinde, çalışanların da bu desteği algılamasının sağlanacağı bir örgüt zemininin oluşturulması önemli bir husus olarak karşımıza çıkmaktadır.

Algılanan örgütsel desteğin, fikir keşfetmeyi açıklayıcılığı %44,6'dır. Bu sonuca göre H1a1: Çalışanların algıladıkları örgütsel destek, onların yeni fikir keşfetmelerini etkilemektedir, hipotezi kabul edilmiştir. Algılanan örgütsel desteğin, fikir üretmeyi açıklayıcılığı %38,3'dür. Bu sonuca göre, H1a2: Çalışanların algıladıkları örgütsel destek, onların yeni fikir üretmelerini etkilemektedir, hipotezi kabul edilmiştir. Algılanan örgütsel desteğin, fikir savunmayı açıklayıcılığı %40,5'dir. Bu sonuca göre, H1a3: Çalışanların algıladıkları örgütsel destek, onların yeni fikri savunmalarını etkilemektedir, hipotezi kabul edilmiştir. Algılanan örgütsel desteğin, fikir uygulamayı açıklayıcılığı %35,4'dür. Bu sonuca göre, H1a4: Çalışanların algıladıkları örgütsel destek, onların yeni fikri uygulamalarını etkilemektedir, hipotezi kabul edilmiştir. Çalışanın örgütün genelinden aldığı düşündüğü desteğin onun yenilikçi iş davranışları sergilemesine yönelik açıklayıcılığını belirlemek için yapılan regresyon analizi sonucuna göre, çalışanlar örgütünü bir bütün olarak değerlendirdiğinde, yani yöneticiden, çalışma arkadaşından ve örgütün işleyişinden destek aldıklarını hissettiklerinde, bu his onları yenilikçi iş davranışları sergileme doğru sevk etmektedir. Örgütünden destek alan çalışanın yeni fikirler keşfetmesi diğer boyutlara oran ile en fazla etkilenen boyuttur. En düşük etki ise fikir uygulama boyutundadır. Çalışanlar yeni yöntemler geliştirme, sorunlara yenilikçi çözüm yolları bulma gibi konularda araştırma yapmak için örgütün desteğine bağlı olarak hareket etmektedirler. Buna karşın bulunan yenilikçi yöntemlerin örgütün sistemine dahil edilmesi noktasında örgütsel desteğin nispeten daha düşük bir etkisi vardır. Kısaca çalışanların yenilik odaklı araştırmalara doğru yönelmelerinde örgüt desteği daha belirleyiciyken; bulunan fikirlerin uygulamada yer bulması aşamasında anı etki oluşmamaktadır. Çalışanlar geliştirdikleri fikirlerin uygulanabilir olanlarının hayata geçmiş olmasını bekleyeceklerdir. Uzun vadede yenilikçi fikirlerin sadece fikir olarak kaldığının hissedilmesi ise örgütte yeni fikir üretimini olumsuz etkileyebilecektir. Yönetimin baskın etkisinin olacağı düşünülen bu aşamada çalışanların fikirlerinden yararlanmak adına fikirlerin uygulanacağı mekanizmaların geliştirilmesi önemli olacaktır.

Örgütlerin en değerli ve taklidi zor hatta imkansız yetenekleri olan çalışanların, bu yeteneklerini işletme için fayda sağlayacak yönde kullanması önemlidir. Potansiyeli olan ancak bu potansiyel yeteneği işletme için kullanmayan çalışan işletme için atıl kalmış demektir. Bu sebeple yönetsel konularda, özellikle insan kaynağı yönetimi alanı ile ilgili yönetsel konularda karar vericilere ve uygulayıcılara büyük sorumluluklar düşmektedir. Örgütlerin çalışanlarının yenilikçi davranışlarını hem maddi olarak hem gayri maddi olarak desteklemesi gereklidir. Çalışanın yeni fikirleri üretmesi ve uygulaması için işletmenin fiziksel yapısından kaynak dağıtım politikalarına veya ödüllendirme sistemlerine kadar ayrıntılı ele alınması gereken konulara hassasiyet ile yaklaşılması gereklidir. Rekabetin yeniliğe dayandığı bu dönemde her bir çalışan yeniliğin kilit faktörüdür ve özellikle bu yetenekli çalışanların elde tutulması ve işten ayrılmalarının önüne geçilmesi gereklidir. Bu çalışmada



hem yenilikçi davranışlar hem de işten ayrılma niyeti, örgütsel destek kapsamında değerlendirilmiştir. Ortaya çıkan sonuçlar, örgüt desteğinin önemini bir kez daha vurgulaması ve bu alanda yapılacak uygulamalara rehberlik etmesi açısından önemlidir. Örgütlerin çalışanlarına eşit fırsatlar sunması ve gelişim için destek vermesi, bürokratik engeller ile yok olan fikirlerin oluşmasının önüne geçmesi ve işletmede biz ruhunu oluşturmasının gerekliliği ve önemi de vurgulanmıştır.

Bu çalışma imalat sektöründe çalışan bireyler kapsamında yapılmıştır. İleride özellikle hızın çok daha önemli olduğu ve çalışanın daha fazla sorumluluk almasının önemli olduğu hizmet sektöründe de benzer çalışmaların yapılması önerilebilir. Ayrıca örgütsel hiyerarşinin farklı kademelerinde yer alan çalışanların birbiri ile kıyas edilebileceği araştırmalar yapılması da önerilebilir. Konunun örgüt kültürü ve yönetim tarzları ile ilişkilendirilerek çalışılması da önerilmektedir.

## KAYNAKÇA

- Akkoç, İ., Çalışkan, A. ve Turunç, Ö. (2012). Örgütlerde gelişim kültürü ve algılanan örgütsel desteğin iş tatmini ve iş performansına etkisi: Güvenin aracılık rolü. *Yönetim ve Ekonomi: Celal Bayar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 19(1), 105-135.
- Altunışık, R., Çoşkun, R., Bayraktaroğlu, S. ve Yıldırım, E. (2004). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri SPSS Uygulamalı* (Üçüncü Baskı), Sakarya: Sakarya Kitabevi.
- Anafarta, N. (2015). Algılanan örgütsel destek ve işten ayrılma niyeti ilişkisi: İş tatmininin aracılık rolü. *İstanbul Management Journal*, 26(79), 112-130.
- Applebaum, D., Fowler, S., Fiedler, N., Osinubi, O. and Robson, M. (2010). The impact of environmental factors on nursing stress, job satisfaction, and turnover intention, *The Journal of Nursing Administration*, 40, 323-328.
- Baranik, L.E., Roling, E.A. and Eby, L. T. (2009). Why does mentoring work? The role of perceived organizational support, *Journal of Vocational Behavior*, 76 (3): 366-373.
- Başar, M. (2013). Girişimcilik ve girişimcilik süreçleri, girişimcilik içinde Eskişehir: *Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayınları*. 2-19.
- Beğenirbaş M. ve Çalışkan A. (2014). Duygusal emeğin iş performansı ve işten ayrılma niyetine etkisinde kişilerarası çarpıklığın aracılık rolü. *Business and Economics Research Journal*. 5(2). 109-127.
- Brown, S.P., and Peterson, R.A. (1993). Antecedents and consequences of salesperson job satisfaction, job involvement and organizational commitment, *Journal of Applied Psychology*, 73, 139 – 145.
- Bozkurt, Ö. , Meriç, S. ve Bozkurt, İ. (2017). Kişilik özelliklerinin yenilikçilik eğilimi üzerine etkisini belirlemeye yönelik kamuda çalışan yöneticiler üzerinde bir araştırma. *Düzce Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7 (1), 58-70
- Bulut, Ç., Aktan, B., Yılmaz, S. ve Fiş, A. M. (2008). Kurumsal girişimcilik: Kavramsal yapı üzerine bir tartışma, *Journal of Yaşar University*, 3(10), 1389-1416.
- Camman, C., Fichman M., Jenkins D., and Klesh J. (1979). The organizational assessment questionnaire, *Unpublished Manuscript, University of Michigan, Ann Arbor Michigan*, 1-46.
- Candan, H. ve Kaya, T. P. (2015). İhbarcılık (whistleblowing) ve algılanan örgütsel destek arasındaki ilişkinin incelenmesine yönelik bir kamu kurumunda araştırma, *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 5(02), 305-330.

- Çalışkan, A. ve Urtekin, S.(2009). Yenilikçi davranışların bireylerin işten ayrılma niyetine etkisi, çalışma arkadaşları ile çatışmanın aracılık rolü üzerine mersin ili serbest muhasebeci mali müşavirlerine ve muhasebe çalışanlarına yönelik bir uygulama, *Türk Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 4(1), 19-34.
- Çeken, H. (2012). Etik liderlik ve örgütsel adaletin örgütsel sapma davranışları üzerindeki etkisi. *Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (28), 18-39.
- Çekmecelioglu, H. G. (2005). Örgüt ikliminin iş tatmini ve işten ayrılma niyeti üzerindeki etkisi: Bir araştırma, *CÜ İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 6(2).
- Çelik, M., Turunç, Ö. ve Bilgin, N. (2014). Lider-üye etkileşimi ve kariyer memnuniyetinin yenilikçi davranışa etkisinde etîğin düzenleyici rolüne yönelik deneysel bir araştırma.
- Çöl, G. (2011). Algılanan güçlendirmenin iş gören performansı üzerine etkileri. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 9(1), 35-46.
- De Jong, J., and Den Hartog, D. (2010). Measuring innovative work behaviour, *Creativity and innovation management*, 19(1), 23-36.
- Dinç, E. (2015). Perceived organizational support as a mediator of the relationship between effort-reward fairness, affective commitment, and intention to leave. faculty of business administration, *Marmara University, Istanbul, Turkey. International Business Research*; 8(4).
- Eisenberger, R., Hungtington, R., Hutchison, S., and Sowa, D. (1986). Perceived organizational support, *Journal of Applied Psychology*, 500-507.
- Elçi, Ş., Karataylı, İ. ve Karaata, S. (2008). Bölgesel inovasyon merkezleri: Türkiye İçin Bir Model Önerisi, *Tüsiad-T/2008-12/477*, Ankara.
- Eser G. (2011) Güven eğiliminin algılanan örgütsel destek üzerindeki etkisi, *Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 30(1):365-376.
- Giray, M. D. ve Sahin, D. N. (2012). Algılanan örgütsel, yönetici ve çalışma arkadaşları desteği ölçekleri: Geçerlik ve güvenilirlik çalışması, *Türk Psikoloji Yazıları*, 15(30), 1.
- Gökpinar, G. (2014). *İçsel-Dışsal Denetim Odaklı Beyaz Yakalı Çalışanlarda A ve B Tipi Kişilik Özellikleri İle İş Stresi Ve Algılanan Örgütsel Destek Arasındaki İlişkinin İncelenmesi*, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Maltepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Psikoloji Anabilim Dalı Endüstri ve Örgüt Psikolojisi Programı, İstanbul.
- Guilford, J. P. (1954). *Psychometric methods*. New York, NY: McGraw-Hill

- Hui, C., Wong A., and Tjosvold, D. (2007). Turnover intention and performance in china: The role of positive affectivity, Chinese values, perceived organizational support and constructive controversy, *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 80, 735–751.
- Işık, C. ve Aydın, E. (2016). Bilgi paylaşımının yenilikçi iş davranışına etkisi: Ayder yaylası konaklama işletmeleri üzerine bir uygulama. *Girişimcilik ve İnovasyon Yönetimi Dergisi*, 5(2), 75-103.
- Janssen, O. (2000). Job demands, perceptions of effort-reward fairness and innovative work behaviour, *Journal of Occupational and organizational psychology*, 73(3), 287-302.
- Jenssen, J.I., and Jorgensen, G. (2004). How do corporate champions promote innovations?, *International Journal of Innovation Management*, 8(1), 63.
- Jewell, L. N., and Siegall, M. (1998). *Contemporary industrial/organizational psychology*, Pacific Grove, CA: Brooks/Cole.
- Kalliath, T. J., and Beck, A. (2001). Is the path to burnout and turnover paved by a lack of supervisory support? A structural equations test, *New Zealand Journal of Psychology*, 30(2), 72.
- Kaplan, M. ve Ögüt, A. (2012). Algılanan örgütsel adalet ile sanal kaytarma arasındaki ilişkinin analizi: Hastane çalışanları örneği. *Dokuz Eylül Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 13(1), 1-13.
- Kitapçı, H., Kaynak, R. ve Ökten, S. (2013). Güçlendirmenin iş tatmini ve işten ayrılma niyetine etkisi: Kamu ve özel sektörde mukayeseli bir araştırma, *International Review of Economics and Management*, Volume 1, Number 1, 49-73.
- Kleysen, R. F., and Street, C. T. (2001). Toward a multi-dimensional measure of individual innovative behavior, *Journal of intellectual Capital*, 2(3), 284-296.
- Makanjee, C. R., Hartzler, Y. F., and Uys, I. L. (2006). The effect of perceived organizational support on organizational commitment of diagnostic imaging radiographers, *Radiography*, 12(2), 118-126.
- Mardanov, I., Heischmidt, K.. and Henson, A. (2008). Leader-member exchange and job satisfaction bond and predicted employee turnover, *Journal Of Leadership And Organizational Studies*, 15(2), 159-175.
- Marsh, R. M., and Mannari, H. (1977). Organizational commitment and turnover: A prediction study, *Administrative Science Quarterly*, (22), 57-75.
- McAdam, R., and McClelland, J. (2002). Individual and team-based idea generation within innovation management: Organisational and research agendas, *European Journal of Innovation Management*, 5(2), 86-97.

- Meriç S. , Bozkurt Ö. ve Işık H.(2019). Bireysel yenilikçilik eğiliminin turizm lisans eğitimi alan öğrenciler açısından değerlendirilmesi. (İçinde)*Yeni Ekonomik Trendler ve İş Fırsatları*, Editörler, Yüce M., Mıynat, M., Can A.V., Sakarya, Ş., Editör, Ekin Basım Yayın Dağıtım, Bursa
- Mobley, W.H. (1982). Some unanswered questions in turnover and withdrawal research, *Academy of Management Review*, 7 (1), 111 – 116.
- Nunnally, J. (1978). *Psychometric methods*. New York, NY: McGraw-Hill.
- Oktar, M. N. (2015). *Engelli Bireylerle Çalışanlarda Algılanan Örgütsel Destek Ve Tükenmişlik Düzeyinin İş Tatmini Üzerindeki Etkisi: İstanbul İli Beykoz İlçesi Örneği*, Yayınlanmamış yüksek lisans tezi,. Yalova Üniversitesi, Yalova.
- Rhoades, L., and Eisenberger, R.(2002). Perceived organizational support: A review of the literature, *Journal of Applied Psychology*, 87, 698-714
- Robbins, T., Summers, T. P., and Miller, J. L. (2000). Intra-and inter-justice relationships: Assessing the direction. *Human Relations*, 53(10), 1329-1355.
- Scott, Craig R., Connaughton, Stacey L., Diaz-Saenz, Hactor R., Maguire, K., Ramirez, R., Richardson, B., Shaw, Sandra P., and Morgan, D. (1999). The Impacts of communication and multiple identifications on intent to leave: A multimethodological exploration, *Management Communication Quarterly*, 12(3), 400-435.
- Shen Y., Jackson T., Ding C., Yuan D., and Zhao L (2014). Linking perceived organizational support with employee work outcomes in a chinese context: Organizational identification as a mediator, *European Management Journal*, 32(3), 406-412.
- Siong, Z., Ming, B., Mellor, D., Moore, Kathleen A., and Firth, L. (2006). Predicting intention to quit in the call centre industry: Does the retail model fit?, *Journal Of Managerial Psychology*, 21, 231–243.
- Slattey, J.P., and Selvarajan, T.T.R. (2005). Antecedents to temporary employee’s turnover intention, *Journal of Leadership and Organizational Studies*, 12 (1), 53 – 65.
- Şenol, B. (2013). *İlköğretim Okulu Müdürlerinin Yaratıcılık Davranışları ve Mizah Anlayışları*, Yayınlanmamış Yüksek lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Tabachnick, B. G., & Fidell, L. S. (2015). *Çok değişkenli istatistiklerin kullanımı*.(M, Baloğlu, Çev.). Ankara, Türkiye: Nobel Akademik Yayıncılık.

- Tett, R.P., and Meyer, J.P. (1993). Job satisfaction, organizational commitment, turnover intention and turnover: path analysis based on meta-analytic findings, *Personal Psychology*, 46, 259 - 291.
- Timuroğlu, M. K. (2015). Örgütsel ve çevresel faktörlerin örgütsel yenilik üzerine etkisi, *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 19 (1), 41–68.
- Turunç, Ö. ve Çelik, M. (2010). Algılanan örgütsel desteğın çalışanların iş-aile, aile-iş çatışması, örgütsel özdeşleşme ve işten ayrılma niyetine etkisi: Savunma sektöründe bir araştırma. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 14(1), 209-232.
- Wang, H., Ma, B., Liu X., and Liu S. (2014). Job security and work outcomes in china: perceived organizational support as mediator, *Social Behavior And Personality*, 42(7), 1069-1076.
- West, M.A., and Farr, J.L. (1989). Innovation at work: Psychological perspectives, *Social Behavior*, 4, 15–30.
- Yurt, İ., Bozkurt, Ö. ve Torun, M. K. (2018). Yeşil pazarlama uygulamalarında akademisyenlerin tepkisel durumu. *VI. Uluslararası Çin'den Adriyatik'e sosyal bilimler kongresi, Tam Metin Kitabı*. S.68. Ankara.
- Yüceler, A. (2009). Örgütsel bağılılık ve örgüt iklimi ilişkisi: Teorik ve uygulamalı bir çalışma, *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (22), 445-458.

Geliş Tarihi:

19.01.2022

Kabul Tarihi:

14.05.2022

Yayımlanma Tarihi:

15.06.2022

Kaynakça Gösterimi: Şener, Ö., & Özkur, S. G. (2022). Eğlence mekanlarında çalışan konsomatrislerin maruz kaldıkları ikincil travma ve başetme yöntemleri arasındaki ilişkinin incelenmesi. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 21(43), 291-306. doi: 10.46928/iticusbe.1054158

## EĞLENCE MEKÂNLARINDA ÇALIŞAN KONSOMATRİSLERİN MARUZ KALDIKLARI İKİNCİL TRAVMA VE BAŞETME YÖNTEMLERİ ARASINDAKİ İLİŞKİNİN İNCELENMESİ


*Araştırma*

Özlem Şener 

Sorumlu Yazar (Correspondence)

İstanbul Aydın Üniversitesi

[ozlemsener@aydin.edu.tr](mailto:ozlemsener@aydin.edu.tr)

Sırma Gül Özkur 

[sirmaozkur@stu.aydin.edu.tr](mailto:sirmaozkur@stu.aydin.edu.tr)

Özlem Şener, İstanbul Aydın Üniversitesi Eğitim Fakültesi Psikolojik Danışma ve Rehberlik Bölümü'nde Doçent Dr. Öğretim Üyesidir. Psikolojik Danışma ve Rehberlik bölümünde ders vermekte ve bu alanda araştırmalar yayınlamakta olup kendi ofisinde psikodrama ve bireysel/grup danışmanlığı hizmeti vermektedir.

Psk. Sırma Gül Özkur İstanbul Aydın Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Klinik Psikoloji Yüksek Lisans Programı öğrencisi olup Oyun Terapisi Merkezi'nde çocuklara bireysel danışmanlık vermektedir.

# EĞLENCE MEKANLARINDA ÇALIŞAN KONSOMATRİSLERİN MARUZ KALDIKLARI İKİNCİL TRAVMA VE BAŞA ÇIKMA YÖNTEMLERİ ARASINDAKİ İLİŞKİNİN İNCELENMESİ

Özlem Şener  
[ozlemsener@aydin.edu.tr](mailto:ozlemsener@aydin.edu.tr)  
Sırma Gül Özkur  
[sirmaozkur@stu.aydin.edu.tr](mailto:sirmaozkur@stu.aydin.edu.tr)

## Özet

Eğlence mekanlarında çalışan konsomatrisler, toplum tarafından dışlanmaya maruz kalmakta, bunun bir getirisi olarak travmalar yaşamaktadır. Travmaya maruz kalan konsomatrislerin baş etme becerileri, hayatın seyri bakımından kritik öneme sahiptir. Çünkü bu bireyler gece çalışmaları veya giyim tarzlarının etkisiyle sık sık travmatik olaylar yaşamakta ya da travmatik olaya şahit olmaktadır.

**Amaç:** Bu araştırmanın amacı, müzikhol tarzındaki eğlence mekanlarında konsomatris olarak çalışan kişilerin maruz kaldıkları ikincil travmalar ile bu travmaların sonucu olan stres ve zorluklarla baş etme yöntemleri arasındaki ilişki çeşitli demografik değişkenlerine göre incelenmesidir.

**Yöntem:** Bu amaçla 2021 yılında ilişkisel tarama modelinde gerçekleştirilen bu araştırma için İstanbul, İzmir, Aydın, Manisa ve Ankara’da bulunan eğlence mekanlarında çalışan konsomatrislerle yapılan görüşmeler ile 195 kişiden veri toplanmıştır. Araştırmada ölçme aracı olarak İkincil Travmatik Stres Ölçeği (İTSÖ) ve Başa Çıkma Yolları Ölçeği (BÇYÖ) kullanılmıştır.

**Bulgular:** Araştırmadan elde edilen sonuca göre, ikincil travmanın kaçınma, uyarılma ve duygusal ihlal alt faktörlerinin problem odaklılık alt faktörünü %19,1’lik bir düzeyde yordadığı, iyimserlik\sosyal destek arayıcı alt faktörünü de %12,7’lik bir düzeyde yordadığı tespit edilmiştir. Sonuç olarak konsomatrislerin maruz kaldıkları ikincil travmalar ile baş etme yöntemlerinin ilişkili olduğu bulunmuştur.

**Özgünlük:** Eğlence mekanlarında çalışan konsomatrislerde travmayla ilgili araştırmanın olmaması, araştırmanın özgünlüğünü oluşturmaktadır. Bu araştırmanın sonuçları İstanbul, İzmir, Aydın, Manisa ve Ankara’da bulunan eğlence mekanlarında çalışan 195 konsomatris tarafından verilen yanıtlarla sınırlıdır.

**Anahtar Kelimeler:** Konsomatrislik, İkincil Travma, Stres, Baş Etme Becerileri

**JEL Sınıflandırması:** C1, C8, D83, J12



# **THE RELATIONSHIP BETWEEN SECONDARY TRAUMA EXPOSED BY BAR-GIRLS WORKING IN ENTERTAINMENT PLACES AND THE WAYS OF COPING**

## **Abstract**

Bar-girls working in entertainment venues are exposed to social exclusion and experience traumas as a result of this. The coping skills of the traumatized bar-girls are of critical importance in terms of the course of life, because these individuals frequently experience traumatic events or witness the traumatic event under the influence of their night work or clothing style.

**Purpose:** The aim of this research is to examine the relationship between secondary traumas experienced by people working as bar girl in music hall-style entertainment venues and the methods of coping with stress and difficulties as a result of these traumas, according to various demographic variables.

**Method:** For this purpose, data were collected from 195 people through interviews with bargirls working in entertainment venues in Istanbul, Izmir, Aydın, Manisa and Ankara for this research, which was carried out in a relational screening model in 2021. Secondary Traumatic Stress Inventory (STSS) and Ways of Coping Inventory (WCQ) were used as measurement tools in the study.

**Findings:** According to the results obtained from the research, it was determined that the avoidance, arousal and emotional violation sub-factors of secondary trauma predicted the problem orientation sub-factor at a level of 19.1% and the optimism/seeking social support sub-factor at a level of 12.7%. As a result, it was observed that the secondary traumas that the bar girls were exposed to and their coping methods were related.

**Originality:** The lack of research on trauma in bar-girl working in entertainment venues constitutes the originality of the research. The results of this research are limited to the answers given by 195 hostesses working in entertainment venues in Istanbul, Izmir, Aydın, Manisa and Ankara.

**Keywords:** Hostility, Secondary Trauma, Stress, Coping Skills

**JEL Classification:** C1, C8, D83, J12

## GİRİŞ

“Konsomatris” kelimesi Latince kökenli “consumere” kelimesinden türemiş ve tüketmek, yiyerek bitirmek, harcamak anlamlarına gelmektedir. Türkçe ’de ise Türk Dil Kurumu’na göre, konsomatris terimini “gazino, bar gibi eğlence yerlerinde müşteri ile yiyip içerek çalıştığı yere kazanç sağlayan kadın” olarak tanımlanmaktadır (TDK, 2002). Konsomatris meslek tanımı ise; herhangi bir eğlence kulübünde özellikle pavyonlarda hizmet veren çalışan olarak tanımlanabilir. Müşteri beklentisiyle konsomatrisler ev, iş ve özel hayatlarındaki sıkıntılarını eğlence merkezlerinde konuşarak geride bıraktıklarını düşünen erkeklere, bulamadıkları sevgi ve ilgiyi sunarak onlara dert ortaklığı yapmaktırlar. Dünyada ve Türkiye’de konsomatris olarak çalışanların büyük bölümü, borçlu kaldıklarından, başkalarına borçları olduğundan dolayı bu mesleği icra ettiklerini belirtmektedir (Açıkalm, 2013 ve Niroula, 2017). Konsomatrislerin birçoğu evli ve kendi özel hayatında sıradan bir yaşam ve giyim tarzına sahip, sadece geçim kaynağı olarak bu işi yapmak zorunda kalmış bireylerdir (Tukabaeva, 2015).

Dinleme yolu ile icra edilen bu meslekte, konsomatrislerde travmaya yol açan birtakım psikolojik hasarlar oluşabildiği öngörülmektedir. Konsomatris olarak çalışan bireylerin maruz kaldıkları travmalar, bu araştırmanın temel odak noktasını oluşturmaktadır. Öztürk ve Uluşahin (2016) travmaları, bireyleri psikolojik ve fiziksel olarak farklı biçimlerde gelişen zarar verici durumlarla olumsuz etkileyen her türlü yaşantılar olarak tanımlamaktadırlar. Çolak ve arkadaşları (2012) ikincil travmayı ise travma geçiren bireyin hikayesini farklı nedenle dinlemek, okumak ya da meslek gereği etkileşimde bulunmak zorunda kalan bireylerin travma geçiren kişinin yaşantılarıyla empati kurması sonucu kendi iç dünyasında yaşadığı değişimler olarak tanımlamaktadırlar. Bu bilgilerden yola çıkılarak, müzikhol türü eğlence mekanlarına müşteri olarak gelen kişilerin olumsuz hayat hikayelerini dinleyen konsomatrislerin ikincil travmaya maruz kalma durumları ve bu örselemelerle başa çıkma biçimlerinin incelenmesi bu araştırmanın temel konusudur.

Toplumda konsomatris olarak çalışan kişiler gece çalışmaları, giyim tarzları gibi faktörlerin etkisiyle dışlanmakta ve baskı altına alınmaktadır. Bir yandan eğlence mekanlarında çalışan bu kişilerin varlığına ilgi gösteren bir kesim varken bir yandan da toplum tarafından sosyal dışlanmanın olması, konsomatrislerin yaşam şartlarını zorlaştırmakta, kendilerini değersiz hissetmelerine neden olmaktadır. Alkol tüketiminin yoğun olduğu mekanlarda konsomatris olarak çalışan kadınların aynı zamanda cinsel tacize maruz kalma olasılıkları yüksektir (Yalçın ve Erkoç, 2019). Konsomatrisler, işleri gereği insanlarla yakın ilişki içinde olmak durumundadır ve bu durum konsomatris olarak çalışan bireylerde tükenmişlik düzeyini artırmaktadır (Ateş ve Şahin, 2019). İşlerinin gereği olarak gelen müşterilerin olumsuz hayat hikayeleriyle ikincil dereceden olumsuz etkilendiği düşünülmekte ve bu olumsuz etkilerle baş etmede geliştirdikleri stratejiler üzerine herhangi bir araştırma bulunmamaktadır.

Travma, bireyin ruhsal ve bedensel varlığını çok değişik biçimlerde sarsan, inciten ve yaralayan her türlü olay olarak tanımlanmakta (Kokurcan ve Özsan, 2012) ve travmatik olaylara maruz kalmak bireyin psikolojik dünyasında büyük zorlanmalara ve yaşamının ileriki dönemlerinde kalıcı izlere neden olmaktadır. Öztürk ve Uluşahin'e (2016) göre bu izler ve etkilenmeler, yaşanan olayın travmatik şiddeti ile ilişkili olmakla birlikte kişinin psikolojik sağlamlığı, genetik yapısı, benlik gücüne bağlı olarak zorlanma derecesi değişmektedir. İkincil travma ise travmaya maruz kalmış bireylerle doğrudan iletişim ve etkileşim içinde bulunmak durumunda olan insanların maruz kaldığı durum olarak tanımlanmaktadır (Bride, 2007; Gürdil, 2014). İkincil travmalara maruz kalmış bireylerin dünyayı görüş biçimi, benlik değeri, manevi yaşantıları önemli değişikliklere uğramaktadır (Tansel ve ark., 2016). Bu yenilikler kalıcı ve olumsuzluklara da yol açmaktadır. Bireyin kendini travmatik yaşantıların yarattığı bu olumsuz değişikliklerden koruması için baş etme mekanizmaları devreye girmektedir.

Folkman ve Lazarus'un (1985) baş etme modeline göre birey, stres faktörleriyle karşılaştığı zaman olası sonuçları değerlendirmekte ve bu süreç onun duygusal ve davranışsal tepkilerini etkilemektedir. Herhangi bir travma durumuna maruz kalan bireylerin problem odaklı ve duygusal odaklı olmak üzere iki farklı başa çıkma stratejisi kullandığı dikkati çekmektedir. Birey problem odaklı ise sorunu doğrudan ele alıp çözüm geliştirir, duygusal odaklı ise kaçınma, aşırı sorumluluk alma gibi travmatik yaşantıyı görmezden gelen ve travma ile baş etmeyi zorlaştırıcı etki yaratan bir yol seçer. Duygusal odaklı stratejiler benimseyen bireylerin travma sonrası stres geçirme oranı problem odaklı strateji kullananlara göre daha yüksektir (Demirci Aygün, 2019).

Bazı meslek gruplarının ve meslek deneyimlerinin ikincil travma geçirme riskinin daha yüksek olduğu, çalışma saatlerinin yüksek olması, travmaya maruz kalmış bireylerle sık etkileşimde bulunması, ağır çalışma yükü, travmatik olayın insan eliyle yapılmış olması, ağır fiziksel yaralanma ya da ölümle sonuçlanması gibi etkenlerin ikincil travmanın şiddetini arttırdığı, bunun yanında ikincil travmaya maruz kalan bireyin yaş, eğitim düzeyi, sosyal düzeyi, aldığı özel sosyal destek eğitimlerinin travmanın yarattığı stresi azalttığına yönelik bulgular olduğu, yapılan çalışmalarla belirlenmiştir (Çınarbaş ve Doğan, 2019;Gündüz, 2020). İkincil travmaya maruz kalan bireyin önceden kendi başından travmatik bir olayın geçmiş olması ise kişinin travmaya karşı zihinsel algısının nasıl olduğuna ve bilişsel inançlarına göre değişmektedir (Kahil ve Palabıyıkoglu, 2018). Yaptığı iş dolayısıyla insanların travmatik hikayelerini dinlemek durumunda kalan ya da bazı travmatik yaşantılara şahit olan meslek gruplarından biri de eğlence sektöründe çalışan konsomatrislerdir. Bu bağlamda konsomatrislerin ikincil travmalara maruz kalma sıklığının, etkilenme düzeylerinin ve şiddetinin belirlenmesi bu araştırmanın önemini oluşturmaktadır. Toplumda değersizleştirilen ancak varlığı yadsınamayacak konsomatrislik mesleğinde çalışan kişilerin içinde buldukları duruma bilimsel bir ışık tutulmuş olması amaçlanmaktadır.

Dışarıdan bakıldığında oldukça renkli ve çekici görünen eğlence mekanları, zor çalışma koşulları ve kendine ait sorunları olan bir sektördür. Çalışma ortamı içinde şiddete maruz kalmak, ücretlerin düzensizliği, çalışma saatlerinin yoğunluğu, farklı kültür ve eğitim seviyelerinde insanlarla etkileşmek zorunda kalmak, diğer insanlar tarafından dışlanmak, kendi isteği ile çalışmamak gibi birçok sorunu barındırmaktadır (Kutluk ve Yiğit, 2018). Konsomasyon işi ise hizmet sektöründe utandırılması gereken vasıfsız işçilerin yaptığı bir iş olarak görülmektedir. Ancak Tukabaeva'ya (2015) göre sadece güzelliğin yetmediği, müşterilerin dilinden anlayabilen ve dinleme kabiliyeti olan, kime nasıl davranması gerektiğini bilen bir kültürel yapıya sahip olması gerektiğini ifade etmektedir.

Eğlence mekanlarında sohbet yoluyla müşteriyi tüketime teşvik etme kurgusu üzerine kurulu dünya genelinde önemli rol üstlenen konsomatrislerin travmatik hikayeleri olan müşterilerle sık iletişim ve etkileşimde olmaları ve aynı zamanda zor çalışma koşullarında kendilerinin de travmatik olaylar yaşama riskinin yüksek olması nedeniyle konsomatrisler risk grubu içindeki meslek gruplarından biri olarak tanımlanabilir. Bu araştırmada, travma yaşayan kişilerin hikayelerini dinleyen müzikhol türü eğlence mekanlarındaki konsomatrislerin dolaylı yoldan travmaya maruz kalma düzeyini belirlemek ve bu durumla baş etme becerileri arasındaki ilişkiyi incelemek hedeflenmektedir. Bu amaçla, travma yaşayan kişilerin hikayelerini dinleyen, müzikhol türü eğlence mekanlarında çalışan konsomatrislerin ikincil travmaya maruz kalma durumları ile başa çıkma yolları arasında bir ilişki olup olmadığını ortaya koymak araştırmanın temel problemi olarak belirlenmiştir. İkincil travma alt boyutlarından kaçınma, uyarılma ve duygusal ihlal ile başa çıkma becerileri alt boyutlarından problem odaklılık, kadercilik, çaresizlik ve sosyal destek arayışı arasındaki ilişkinin incelenmesi araştırmanın alt problemini oluşturmaktadır.

## **YÖNTEM**

### ***Araştırmanın Modeli***

Bu araştırma, konsomatrislerin ikincil travmaları ile baş etme stratejileri arasındaki ilişkiyi ele almak üzere ilişki tarama modelinde yapılmıştır. Büyüköztürk (2009) ilişki tarama modelinden yararlanan araştırmalarda, diğer yöntemlere nazaran belli bir zaman sınırlaması içinde evreni temsil eden büyük örneklem grubu aracılığıyla elde edilen verilerle iki veya ikiden daha fazla değişken arasındaki değişim ve bu değişimin şiddetinin ölçülmesi hedeflendiğini ifade etmektedirler.

### ***Verilerin Toplanması***

Araştırmacıların bizzat kendi çabaları ile 2021 yılında, verilerin toplanması için İstanbul, İzmir, Ankara, Manisa ve Aydın illerinde bulunan polis merkezleri, bu illerin eğlence merkezleriyle meşhur semtlerinde konsomatris hizmeti veren mekanların sahipleriyle ve Ankara'ya özgü yalnızca "Night Coiffeur" adı altında, akşamları mesai yapan, genellikle konsomatrislere hizmet veren kuaförlerde görüşmeler gerçekleştirilerek yaklaşık iki aylık bir zaman diliminde verilere ulaşılmıştır. Verilerin bu şehirlerden toplanmasının sebebi verilere ulaşma elverişliliğinin bulunmasıdır. Veri toplama

sürecinde konsomatrislerin tedirginliğinden dolayı çeşitli zorluklarla karşılaşılrsa da çoğu kimlik bilgisi kullanılmayacağı için istenilen bilgileri vermeye razı olmuşlardır. Veri toplama süreci için gerekli etik kurul raporu 27.10.2021 tarihli ve 2021/11 sayılı kararı ve E-88083623-020-30251 sayılı yazısı ile bağlı bulunulan üniversitenin etik kurulunca onaylanmıştır.

### ***Evren-Örneklem***

Araştırmanın evrenini eğlence mekanlarında çalışan konsomatrisler oluşturmaktadır. Veriler iki ay süresince, veri toplama aracı ile Ankara, İstanbul, İzmir, Aydın ve Manisa illerindeki eğlence mekanlarında konsomasyon hizmeti veren 210 kişiden toplanmıştır. Eksik veya hatalı olan 15 veri araştırma kapsamı dışında bırakılmıştır.

**Tablo 1.** Katılımcılara İlişkin Demografik Özellikler

|                   |                           | n   | %   |
|-------------------|---------------------------|-----|-----|
| Yaşanılan Şehir   | Ankara                    | 18  | 9   |
|                   | İstanbul                  | 13  | 7   |
|                   | Aydın (Germencik)         | 26  | 13  |
|                   | Aydın (İncirliova)        | 16  | 8   |
|                   | İzmir                     | 24  | 12  |
|                   | Aydın (Kuşadası)          | 15  | 8   |
|                   | Aydın (Nazilli)           | 27  | 14  |
|                   | İzmir (Selçuk)            | 21  | 11  |
|                   | Aydın (Söke)              | 13  | 7   |
|                   | Manisa (Turgutlu)         | 22  | 11  |
| Eğitim düzeyi     | İlköğretim                | 57  | 29  |
|                   | Ortaöğretim               | 77  | 39  |
|                   | Lise                      | 37  | 19  |
|                   | Lisans                    | 15  | 8   |
|                   | Yüksek lisans             | 2   | 1   |
|                   | Doktora                   | 1   | 1   |
|                   | Hiçbiri                   | 6   | 3   |
| Yaş grubu         | 18-20 yaş                 | 34  | 17  |
|                   | 20-30 yaş                 | 100 | 51  |
|                   | 30-40 yaş                 | 56  | 29  |
|                   | 40-50 yaş                 | 5   | 3   |
| Büyüdüğünüz bölge | Ege Bölgesi               | 46  | 24  |
|                   | Marmara Bölgesi           | 35  | 18  |
|                   | Karadeniz Bölgesi         | 6   | 3   |
|                   | Akdeniz Bölgesi           | 24  | 12  |
|                   | İç Anadolu Bölgesi        | 22  | 11  |
|                   | Doğu Anadolu Bölgesi      | 15  | 8   |
|                   | Güneydoğu Anadolu Bölgesi | 31  | 16  |
|                   | Diğer                     | 16  | 8   |
| Medeni durum      | Evli                      | 11  | 6   |
|                   | Bekar                     | 60  | 31  |
|                   | Boşanmış                  | 47  | 24  |
|                   | Dul                       | 36  | 18  |
|                   | Açık ilişki               | 6   | 3   |
|                   | Sevgilisi var             | 35  | 18  |
|                   | Toplam                    | 195 | 100 |

Tablo 1’de araştırmaya katılanların %14’ü Nazilli’de yaşadığını, %100’ü kadın, %39’u en son ortaöğretimden mezun olduğunu, %51’i 20-30 yaş arasında olduğunu, %24’ü Ege bölgesinde büyüdüğünü, %6’sı evli, %31’i bekar, %24’ü boşanmış, %18’i dul, %3’ü açık ilişki yaşadığını ve %18’i sevgilisi olduğunu belirtmiştir.

### ***Veri Toplama Araçları***

Bu araştırmada verilerin toplanması amacıyla araştırmacı tarafından oluşturulan Demografik Bilgi Formu, İkincil Travmatik Stres Ölçeği (İTSÖ) ve Başa Çıkma Yolları Ölçeği (BÇYÖ) kullanılmıştır.

#### **Demografik Bilgi Formu**

Bu formada cinsiyet, yaş, en son mezun olunan eğitim programı, büyüdüğü bölge ve medeni durum değişkenleri yer almaktadır.

#### **İkincil Travmatik Stres Ölçeği (İTSÖ)**

Bride ve arkadaşları (2004) tarafından geliştirilen ölçek, travma sonrası stres belirtilerini gösteren bireylerle çalışan meslek çalışanlarının stres belirtilerini ölçmek için geliştirilmiş bir öz bildirim ölçeğidir. Beşli likert tipinde olan ölçek 17 maddeden oluşmaktadır. Ölçekten alınan yüksek puan yüksek stres düzeyini, düşük puan düşük stres düzeyini göstermektedir. 1, 5, 7, 9, 12, 14, 17. maddeler kaçınma alt boyutu; 4, 8, 11, 15, 16. maddeler uyarılma alt boyutu ve 2, 3, 6, 10, 13. maddeler duygusal ihlal alt boyutuyla ilgilidir. Bride ve arkadaşları İTSÖ’nün iç tutarlılık katsayısını ölçeğin bütünü için .94; duygusal ihlal için .83; kaçınma için .89 ve uyarılmışlık için .85 olarak bulmuşlardır.

Ölçek, Yıldırım ve ark. (2018), tarafından sağlık çalışanları örneklemiyle Türkçe ’ye uyarlanmıştır. Yıldırım ve ark. (2018), tarafından sağlık çalışanları örneklemiyle Güvenirlik katsayısı ölçeğin tüm maddelerinin toplamı için .91; duygusal ihlal için .84; kaçınma için .78 ve uyarılmışlık için .82 olarak bulunmuştur. Katılımcıların ikincil travmatik stres düzeyine bakıldığında, kaçınma boyutu (20.67±5.03) yüksek, uyarılma boyutu (16.68±4.4.) yüksek, duygusal ihlal boyutu (10.99±4.79) düşük ve ikincil travmatik stresin (48.34±11.80) orta düzeyde olduğu tespit edilmiştir.

#### **Başa Çıkma Yolları Ölçeği (BÇYÖ)**

Folkman ve Lazarus (1985) tarafından geliştirilen ölçek, insanların stresli durumlarla nasıl başa çıktıklarını ve hangi stratejileri kullandıklarını belirlemek için oluşturulmuştur. Stresli durumlarda kişinin bilişsel ve davranışsal stratejilerini içeren ölçek 66 maddeden oluşmaktadır. Ölçek; problem odaklı, sosyal destek arayan, mesafeli durma, sanrılar, kendini soyutlama, kendini suçlama, pozitiflik ve stresi azaltma olmak üzere 8 alt ölçekten oluşmaktadır.

Karancı ve ark. (1999) tarafından Dinar depremi sonrası yapılan çalışma ile ölçek kısaltılarak 42 madde haline getirilmiştir. Kesimci’nin (2003), meme kanseri hastaları ile yaptığı çalışmanın sonuçlarına göre ölçek problem çözme odaklı, kadercilik, iyimser/sosyal destek arayıcı ve çaresizlik olmak üzere dört alt boyuttan oluşmaktadır. 5, 19, 22, 25, 28, 31, 38, 39, 41. maddeler problem çözme

odaklı; 1, 2, 9, 10, 14, 15, 16, 20, 24, 29, 30, 33, 34, 37. maddeler kadercisi; 12, 17, 26, 35, 36, 40. maddeler çaresizlik ve 3, 4, 6, 7, 8, 21, 23, 27, 42. maddeler iyimser/sosyal destek arayıcı olarak belirlenmiştir. 11, 13, 18 ve 32. maddeler alt ölçeklere dahil edilmemiştir. Ölçek 3'lü likert (1=Hiçbir zaman, 2=Bazen, 3=Her zaman) tipindedir.

Katılımcıların başa çıkma yollarına bakıldığında, problem odaklı boyutu ( $2.29\pm 0.41$ ) orta, kadercilik boyutu ( $2.33\pm 0.39$ ) yüksek, çaresizlik boyutu ( $2.39\pm 0.49$ ) yüksek, iyimser/sosyal destek arayıcı boyutu ( $2.31\pm 0.39$ ) yüksek ve başa çıkma yollarının ( $2.31\pm 0.32$ ) yüksek düzeyde olduğu tespit edilmiştir. Başa çıkma yollarından en yüksek puana çaresizlik boyutunun sahip olduğu tespit edilmiştir.

### **Verilerin Analizi**

Veriler SPSS 21.0 programı ile analiz edilmiştir. Analizlerin öncesinde başlangıç analizleri yapılmıştır. Bu şekilde verilerin doğruluğu, kayıp ve aykırı değerler incelenmiştir. Konsomatris olarak çalışanların yaşadıkları ikincil travma ile baş etme becerileri arasındaki ilişkiyi incelemek için ilk olarak verilerin normal dağılıp dağılmadığına bakılmıştır. Buna göre çarpıklık ve basıklık değerlerine göre elde edilen verilerin normal bir dağılım gösterdiği ve değerlerin (-2) ila (+2) aralığında olduğu sonucuna varılmıştır. Bu koşulun yerine geldiği durumlarda verilerin normal dağılıma sahip olduğu varsayılmaktadır (George ve Mallery, 2010). Katılımcılarda ikincil travmaya maruz kalmanın başa çıkma yöntemlerini yordayıp yordamadığına bakmak için regresyon analizi yapılmıştır. Buna göre ANOVA, Pearson Korelasyon Katsayısı ve Çoklu Regresyon Analizi uygulanmış ve %95 güvenilirlik ile test edilmiştir. İkincil travmatik stres ölçek ifadelerinin 0.89 ve başa çıkma yolları ölçek ifadelerinin 0.92'lik düzeyde bir güvenilirliğe sahip olduğu görülmüştür. Kurulan regresyon modelinde ikincil travma puanlarının yordayıcısı olarak başa çıkma yolları puanları kullanılmıştır.

## **BULGULAR**

Araştırmaya katılan bireylerin maruz kaldıkları ikincil travma düzeyleri ve bunlarla baş etme yöntemleri hakkındaki bulgular bu kısımda yorumlanmaktadır.

**Tablo 2.** Konsomatrislerin İkincil Travmatik Stres Düzeyleri Toplam Puanı ve Alt Boyut Puanlarına Ait Tanımlayıcı Değerler

|                                  | n   | Min.  | Max.  | Ort.  | SS    |
|----------------------------------|-----|-------|-------|-------|-------|
| Kaçınma                          | 195 | 10.00 | 35.00 | 20.67 | 5.03  |
| Uyarılma                         | 195 | 7.00  | 25.00 | 16.68 | 4.40  |
| Duygusal ihlal                   | 195 | 5.00  | 25.00 | 10.99 | 4.79  |
| İkincil Travmatik Stres (Toplam) | 195 | 24.00 | 85.00 | 48.34 | 11.80 |

Tablo 2'de konsomatris olarak çalışanların yaşadıkları ikincil travmaya maruz kalma tarzları kaçınma düzeyi  $20.67\pm 5.03$ , uyarılma düzeyi  $16.88\pm 4.40$  ve duygusal ihlal düzeyi  $10.99\pm 4.79$  olarak

saptanmıştır. Kaçınma düzeyinin en yüksek, duygusal ihlal düzeyinin ise en düşük olduğu görülmüştür.

**Tablo 3.** Başa Çıkma Yolları Toplam Puanı ve Alt Boyut Puanlarına Ait Tanımlayıcı Değerler

|                               | n   | Min. | Max. | Ort. | SS   |
|-------------------------------|-----|------|------|------|------|
| Problem odaklı                | 195 | 1.00 | 3.00 | 2.29 | 0.41 |
| Kadercilik                    | 195 | 1.00 | 3.00 | 2.33 | 0.39 |
| Çaresizlik                    | 195 | 1.00 | 3.00 | 2.39 | 0.49 |
| İyimser\Sosyal Destek Arayıcı | 195 | 1.00 | 3.00 | 2.31 | 0.39 |
| Başa Çıkma Yolları (Toplam)   | 195 | 1.00 | 3.00 | 2.31 | 0.32 |

Tablo 3'te konsomatris olarak çalışanların başa çıkma yöntemlerinden problem odaklı düzeyi  $2.29 \pm 0.41$ , kadercilik düzeyi  $2.33 \pm 0.39$ , çaresizlik  $2.39 \pm 0.49$  ve iyimserlik/sosyal destek arayıcı düzeyi  $2.31 \pm 0.39$ . Başa çıkma yöntemlerinden çaresizlik en yüksek, iyimserlik/sosyal destek arayıcı düzeyinin ise en düşük olduğu gözlenmiştir.

**Tablo 4.** İkincil Travmatik Stres Ölçeği Alt Boyut Puanlarının Başa Çıkma Yolları Ölçeği Kadercilik Alt Boyutu Üzerindeki Etkisinin Belirlenmesine Yönelik Çoklu Regresyon Analizi Sonuçları

|                | Standart Olmayan Katsayılar |           | Standart Katsayılar |        | p     | F     | p     | Adj.R <sup>2</sup> |
|----------------|-----------------------------|-----------|---------------------|--------|-------|-------|-------|--------------------|
|                | B                           | Std. Hata | Beta                | t      |       |       |       |                    |
| Sabit          | 1.917                       | 0.125     |                     | 15.344 | 0.000 | 4.426 | 0.005 | 0.050              |
| Kaçınma        | 0.004                       | 0.009     | 0.048               | 0.429  | 0.668 |       |       |                    |
| Uyarılma       | 0.015                       | 0.008     | 0.170               | 1.896  | 0.060 |       |       |                    |
| Duygusal İhlal | 0.008                       | 0.008     | 0.092               | 0.988  | 0.324 |       |       |                    |

Bağımlı Değişken: Kadercilik

Tablo 4'te kaçınma, uyarılma ve duygusal ihlal değişkenlerinin kadercilik üzerinde bir etkisinin olup olmadığını görmek amacıyla çoklu regresyon analizi yapılmış ve modelin anlamlı olduğu görülmüştür ( $p < 0.05$ ). Kaçınma, uyarılma ve duygusal ihlal değişkenlerinin kadercilik üzerinde bir etkisinin olmadığı tespit edilmiştir ( $p > 0.05$ ).

**Tablo 5.** İkincil Travmatik Stres Ölçeği Alt Boyut Puanlarının Başa Çıkma Yolları Ölçeği Çaresizlik Alt Boyut Puanı Üzerindeki Etkisinin Belirlenmesine Yönelik Çoklu Regresyon Analizi Sonuçları

|                | Standart Olmayan Katsayılar |           | Standart Katsayılar |        | p     | F      | p     | Adj.R <sup>2</sup> |
|----------------|-----------------------------|-----------|---------------------|--------|-------|--------|-------|--------------------|
|                | B                           | Std. Hata | Beta                | t      |       |        |       |                    |
| Sabit          | 1.482                       | 0.140     |                     | 10.62  | 0.000 | 20.413 | 0.000 | 0.231              |
| Kaçınma        | -0.005                      | 0.010     | -0.048              | -0.482 | 0.630 |        |       |                    |
| Uyarılma       | 0.055                       | 0.009     | 0.498               | 6.172  | 0.000 |        |       |                    |
| Duygusal İhlal | 0.007                       | 0.009     | 0.070               | 0.839  | 0.403 |        |       |                    |

Bağımlı Değişken: Çaresizlik



Tablo 5'te kaçınma, uyarılma ve duygusal ihlal değişkenlerinin çaresizlik üzerinde bir etkisinin olup olmadığını görmek amacıyla Çoklu Regresyon analizi yapılmış ve çoklu regresyon sonucunda modeli anlamlı olduğu görülmüştür ( $p<0.05$ ). Kaçınma, uyarılma ve duygusal ihlal değişkenlerinin problem odaklılık üzerinde %23,1'lik bir etkisinin olduğu tespit edilmiştir ( $R^2=0,231$ ). Uyarılma değişkeninin çaresizlik üzerinde etkisi olduğu ( $p<0.05$ ) ancak kaçınma ve duygusal ihlal değişkenlerinin etkisinin olmadığı tespit edilmiştir ( $p>0.05$ ).

**Tablo 6.** İkincil Travmatik Stres Ölçeği Alt Boyut Puanlarının Başa Çıkma Yolları Ölçeği İyimser\Sosyal Destek Arayışına Alt Boyutu Üzerindeki Etkisinin Belirlenmesine Yönelik Çoklu Regresyon Analizi Sonuçları

|                | Standart Olmayan Katsayılar |           | Standart Katsayılar |        | p     | F      | p     | Adj.R <sup>2</sup> |
|----------------|-----------------------------|-----------|---------------------|--------|-------|--------|-------|--------------------|
|                | B                           | Std. Hata | Beta                | t      |       |        |       |                    |
| Sabit          | 1.751                       | 0.118     |                     | 14.832 | 0.000 | 10.385 | 0.000 | 0.127              |
| Kaçınma        | 0.015                       | 0.008     | 0.197               | 1.836  | 0.068 |        |       |                    |
| Uyarılma       | 0.005                       | 0.008     | 0.053               | 0.618  | 0.537 |        |       |                    |
| Duygusal İhlal | 0.015                       | 0.007     | 0.183               | 2.053  | 0.041 |        |       |                    |

Bağımlı Değişken: İyimser\Sosyal Destek Arayıcı

Tablo 6'da kaçınma, uyarılma ve duygusal ihlal değişkenlerinin çaresizlik üzerinde bir etkisinin olup olmadığını görmek amacıyla Çoklu Regresyon analizi yapılmış ve analiz sonucunda modelin anlamlı olduğu görülmüştür ( $p<0.05$ ). Kaçınma, uyarılma ve duygusal ihlal değişkenlerinin iyimserlik\sosyal destek arayıcı üzerinde %12,7'lik bir etkisinin olduğu tespit edilmiştir ( $R^2=0,127$ ). Duygusal ihlal değişkeninin iyimserlik\sosyal destek arayıcı üzerinde etkisi olduğu ( $p<0.05$ ) ancak kaçınma ve uyarılma değişkenlerinin etkisinin olmadığı tespit edilmiştir ( $p>0.05$ ).

## TARTIŞMA VE SONUÇ

Eğlence mekanlarında çalışan konsomatrislerin dolaylı olarak maruz kalmaları travmalar ile başa çıkma yolları arasında ilişki olup olmadığını amaçlayan bu çalışmaya göre, konsomatrislerin ikincil travmaları ile başa çıkma tutumları arasında ilişki olduğu tespit edilmiştir. Yalçın ve Erkoç (2019) da yaptıkları araştırmada eğlence sektörünün çalışma koşullarının yıpratıcı olduğunu ortaya koyarken cinsiyet rollerinin de zorlaştırıcı etken olduğu vurgulanmıştır (Erdoğan ,2018). Buna göre eğlence sektöründe çalışan konsomatrislerin travma, stres, tükenmişlik gibi sorunlarla sık karşılaştıkları düşünülebilir. Araştırmada, eğlence mekanlarında çalışan katılımcıların %56,9'u gelecek kaygılarının olduğunu, %47,7'si uyku problemi yaşadıklarını, %42,6'sı kötü şeyler olacağından korktuğunu, %33,9'u tedirginlik yaşadıklarını, %23,6'sı konsantrasyon problemi yaşadıkları, %11,8'i kendilerini duygusuzlaşmış hissettiklerini ve keyfinin çabuk kaçtığını çok sık seçeneklerini işaretleyerek ifade etmiştir. Yöneltilen ifadeler katılımcıların kaygı, korku, tedirginlik, uyku ve konsantrasyon problemleri ilgili soruların ortalamalarının yüksek çıkması katılımcıların müşterilerden ve yaptıkları işten etkilendiklerini ve dolaylı olarak travma yaşadıklarını göstermektedir. Mesleki faktörlerin yanı sıra aile, çevre, kişilerarası ilişkiler, aşırı alkol tüketen müşterilerin tacizleri (Yalçın ve Erkoç, 2019)

gibi faktörler konsomatrislerde ikincil travma yaşanmasında etkili olmaktadır. Birey ve toplum düzeyinde bu meslek grubuna yönelik dışlayıcı yaklaşımın terk edilmesi, ikincil travma sıklığının azalması adına yardımcı rol üstlenmektedir. Araştırmada sonuç olarak eğlence mekanlarında çalışan konsomatrislerin ikincil travmaya maruz kalma olasılıklarının yüksek olduğu belirlenmiştir.

Elde edilen araştırma sonucuna göre eğlence mekanlarında çalışan konsomatrislerin dinleme yoluyla maruz kaldıkları ikincil travmalarda başa çıkma yollarının kısmi olarak yordayıcı etkisi olduğu tespit edilmiştir. Araştırmaya göre konsomatrislerin kaçınma, uyarılma ve duygusal ihlal boyutlarının yüksek düzeyde olduğu görülmüştür. Konsomatrislerin ikincil travmalarla baş etme sürecinde maruz kaldıkları travmaya göre kadercilik, çaresizlik, iyimser/sosyal destek arayıcı gibi baş etme alt boyutlarından birini kullandıkları gözlenmiştir. Bu araştırmada baş etme yöntemi olarak çaresizliğin diğer alt boyutlara göre daha yüksek yordayıcı değere sahip olduğu tespit edilmiştir. Özen (2017), yaşamdan izi silinemeyen korkuların çaresizlik duygusunu ortaya çıkardığını, bazı durumlarda çaresizliğin güçsüzlük yerine çözüm aracı halini aldığını belirtmiştir. Konsomatrisler, geçmişte yaşadıkları travmaların etkisiyle birlikte çaresizliği baş etme yöntemi olarak kullanmaya yöneldikleri görülmektedir.

İkincil travma alt boyutlarından uyarılmaya maruz kalan konsomatrislerin baş etme yöntemi olarak çaresizlik yöntemine başvurdukları tespit edilmiştir. Konsomatrislerin sosyal destekten yoksun olmaları ve toplumun kayda değer bir kısmı tarafından dışlanması böyle bir sonucun ortaya çıkmasında etkili olduğu düşünülmektedir. Kılıç ve Oral (2006), çaresizliğin psikolojik bozuklukları beraberinde getirdiğini ve duygusal, davranışsal, bilişsel yansımaları olduğunu gösteren sonuçlar elde etmiştir. Çaresizliğin bir baş etme aracı olarak kullanılması, davranışsal yansıma olarak görünmektedir ve bu araştırma sonuçlarına göre konsomatrisler için de çaresizliğin bu yönde kullanımı söz konusudur.

Araştırmanın diğer bir bulgusuna göre duygusal ihlale maruz kalan konsomatrislerin baş etme yöntemi olarak iyimserlik/sosyal destek arayışı yöntemini kullandıkları görülmüştür. Sosyal destek zorlu yaşamla mücadelede her insanın başvurduğu en değerli baş etme yöntemi olarak kabul edilebilir. Özsoy ve Okyayuz (2016), sosyal destek yetersizliğinin insanları çaresizliğe itebildiğini ve baş etme mücadelesini düşürebildiğini gösteren sonuçlar elde etmiştir. Sosyal desteğin duygusal ihlal durumlarında kullanılan bir baş etme becerisi olması, araştırmada vurgulanan hususlardan birisidir. Konsomasyon yaparak hayatlarını sürdüren kadınların gelen müşterilerin tutum ve söylemleriyle maruz kaldıkları duygusal ihlal ile baş etme yöntemi olarak iyimserlik/sosyal destek arayışına başvurmaları beklendik bir tutum olarak görünmektedir.

Eğlence mekanlarında çalışan konsomatrislerin, müşteri olarak gelen kişilerin tutum ve söylemleri sebebiyle maruz kaldıkları ikincil travmalarla başa çıkma davranışları arasındaki ilişki incelenmiştir. Elde edilen sonuca göre konsomatrislerin yaşadıkları ikincil travmalarla başa çıkma yöntemlerinin kısmi olarak ilişkili olduğu bulunmuştur. İkincil travma olarak uyarılma değişkeniyle başa çıkma alt

boyutu olan çaresizlik üzerinde etkili olduğu; duygusal ihlal değişkeniyle iyimserlik/sosyal destek arayışı üzerinde etkili olduğu görülmüştür.

Araştırma sonucunda, konsomatrislerin yaşadıkları ikincil travmalarla başa çıkma yöntemlerinin kısmi olarak ilişkili olduğu bulunmuştur. İkincil travma olarak uyarılma değişkeniyle başa çıkma alt boyutu olan çaresizlik üzerinde etkili olduğu; duygusal ihlal değişkeniyle iyimserlik/sosyal destek arayışı üzerinde etkili olduğu gözlenmiştir.

## ÖNERİLER

- Araştırmanın sonuçlarına göre ikincil travmatik strese maruz kalan konsomatrisleri bu etkilerden korumak için, içeriği işlevsel baş etme stratejilerini geliştirmeye yönelik, psikolojik sağlamlık ve farkındalık eğitimleri düzenlenebilir.
- Konsomatrislerin ifadelerine göre gelen müşterilerin yaptığı taciz, aşağılama ve şiddet gibi taşkınlıklardan kaynaklanan can güvenliklerinin tehdit altında olduğu görülmüş ve buna göre konsomasyon işi yapanların maruz kaldıkları travma ve iş güvenlikleri arasındaki ilişki araştırılabilir.
- Konsomatrislerin, geçim sıkıntısı ve yüksek ücret getirisi sebebiyle kendi istekleriyle çalıştıkları belirlenmiştir. Benzer bulgulara farklı çalışmalarda da rastlanmaktadır. (Durmaz, 2015; Kutluk ve Tukabaeva, 2015; Satır, 2014 ve Yiğit, 2018). Daha fazla bilgi kaynağı için konsomatrislerin duygusal okuryazarlık düzeylerini, kişilik yapılarını, aile dinamiklerini ve sosyal becerilerini de inceleyen daha kapsamlı bir çalışma yapılması önerilmektedir.
- Konsomatrislerin baş etme becerilerinin değerlendirilebilmesinde psikolojik sağlamlığın rolünü içeren bir çalışma yapılması da önerilmektedir.
- Bu araştırma yalnızca az sayıda veri grubu ile sınırlı olup daha fazla örneklem toplanarak daha geniş bir evrende çalışılabilir, çünkü çok az literatür olması sebebiyle bu konuda daha fazla araştırma yapılmasına ihtiyaç vardır.

## KAYNAKÇA

- Açıkalm, N. (2013) Fuhuş pazarında sermaye olmak: Mersin örneği, *Çalışma ve Toplum: Ekonomi ve Hukuk Dergisi*, 38(3).
- Ateş, A. ve Şahin, M. (2019). Alkollü eğlence mekanları çalışanlarının tükenmişlik düzeyleri: Konya ili örneği. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 11(2), 1118-1132.
- Bonach, K., & Heckert, A. (2012). Predictors of secondary traumatic stress among children's advocacy center forensic interviewers. *Journal of child sexual abuse*, 21(3), 295–314.
- Bride, B. E. (2007). Prevalence of secondary traumatic stress among social workers. *Social Work*, 52(1), 63-70.
- Bride, B.E., Jones, J. L., & Macmaster, S. A. (2007) Correlates of secondary traumatic stress in child protective services workers. *Journal of Evidence-Based Social Work*, 4(3-4),69-80.
- Bride, B. E., Robinson, Margaret, M., Yegidis, B., & Figley, C. R. (2004). Development and validadion of the secondary traumatic stres scale. *Research on Social Work Practice*, 14(1), 27-35.
- Büyüköztürk, Ş. (2009). *Manual of data analysis for social sciences*. Ankara: Pegem Academi.
- Canel-Çınarbaş, D., & Doğan, F. (2019). Travma sonrası stres ile prososyal davranış arasındaki ilişkide travma sonrası büyümenin rolü. *Nesne*, 7(15), 201-213. DOI: 10.7816/nesne-07-15-04
- Çolak, B., Şişmanlar, Ş.G., Karakaya, I., Etiler, N., & Biçer, Ü., (2012). Çocuk cinsel istismarı olgularını değerlendiren meslek gruplarında dolaylı travmatizasyon. *Anadolu Psikiyatri Dergisi*, 13(1), 51-58.
- Demirci Aygün, Ö. (2019). *Kalp-damar hastanesi çalışanlarında görülen ikincil travmatizasyon, eş duyum yorgunluğu ve tükenmişlik belirtilerinin sıklığı ile bu sorunlarla ilişkili risk ve koruyucu faktörler: Siyami Ersek örneği*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Bilgi Üniversitesi, İstanbul.
- Durmaz, N. (2015). Eğlence sektöründe çalışma koşulları ve ayrımcılık: Çingeneler örneği, *Çalışma ve Toplum*, 44(1), 259-292.
- Erdoğan, D. (2018). *Ankara pavyon kültüründe erkekliklerin inşası*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Hacettepe Üniversitesi, Ankara.
- Figley, C.R. (2002). Compassion fatigue: Psychotherapists' chronic lack of self care. *Journal of Clinical Psychology*, 58(11), 1433-1441.
- Figley CR. (2013). Compassion Fatigue: Coping With Secondary Traumatic Stress Disorder in Those Who Treat Traumatized (Ed CR Figley):1-20. New York, Routledge.

- Figley, C. R., & Gersons, B. P., Kleber, R. J. (Eds.). (2013). Beyond trauma: Cultural and societal dynamics. *Springer Science & Business Media*,75-98.
- Folkman, S., & Lazarus, R.S. (1985). If it changes it must be a proces: Study of emation and coping during three stages of a college examination. *Journal of Personality and Social Psychology*, 48(1), 150-170.
- George, D., & Mallery, M. (2010). SPSS for windows step by step: A simple guide and reference, 17.0 update (10a ed.) Pearson, Boston.
- Gomez Dominguez, E., & Rutledge, D.N. (2009). Prevalence of secondary traumatic stres among emergency nurses. *Journal Emergency Nursing*, 35(3): 199-204.
- Gündüz, B. (2020). Meslek elemanlarının yaşadıkları ikincil travmatik stres. *İstanbul Kent Üniversitesi İnsan ve Toplum Bilimleri Dergisi*, 1 (1), 1-14.
- Gürdil, G. (2014). *Üstlenilmiş travma ve ikincil travmatik stresin travmatik yaşantılara müdahale eden bir grup üzerinde Geştalt temas biçimleri çerçevesinde değerlendirilmesi*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Ankara Üniversitesi, Ankara.
- Gürkan, A., & Yalçın, N. (2017). Sağlık çalışanlarında ikincil travmatik stres. *Gümüşhane Üniversitesi Sağlık Bilimleri Dergisi*, 6 (2): 90-95.
- Kahil, A. (2016). *Travmatik yaşantıları olan bireylere yardım davranışında bulunan profesyonel ve gönüllülerin ikincil travmatik stres düzeylerinin incelenmesi*, Yüksek Lisans Tezi, Ufuk Üniversitesi, Ankara.
- Kahil, A., Palabıykoğlu, N.F. (2018). İkincil travmatik stres. *Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar*, 10(1),59-70.
- Karancı, N. A., Alkan, N., Akşit, B., Sucuoğlu, H., & Balta, E. (1999). Gender differences in psychological distress, coping, social support and related variables following the 1995 Dinal (Turkey) Earthquake. *North American Journal of Psychology*, 1(2), 189-204.
- Kesimci, A. (2003). *Perceived social support, coping strategies and stress-related growth as predictors of depression and hopelessness in breast cancer patients*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Orta Doğu Teknik Üniversitesi, Ankara.
- Kılıç, B.G., & Oral, N. (2006). Çocuklarda öğrenilmiş çaresizlik üzerine bir gözden geçirme. *Çocuk ve Gençlik Ruh Sağlığı Dergisi*, 13 (2),76-86.
- Kokurcan A., & Özsan H.H. (2012). Travma kavramının psikiyatri tarihindeki seyri, *Kriz Dergisi*, 20 (1-2-3),19-24.
- Kutluk, F, Yiğit, Z. (2018). Yeni Angara Müziğinde kadın ve “gizli senaryoları”. *Etnomüzikoloji Dergisi*, 1 (1), 9-24.

- Lerias, D., Byrne, M.K. (2003). Vicarious traumatization symptoms and predictors. *Stress and Health*, 19(3), 129-138.
- Niroula, G. (2017). Women vulnerability in informal entertainment sectors in Kathmandu: A human rights perspectives. *International and Multidisciplinary Journal of Social Sciences*, 6(1), 23-46.
- Özen, Y. (2019). Psikolojik travmanın insanlık kadar eski tarihi. *The Journal of Social Science*, 3(5), 362-375.
- Özsoy, İ., Okyayuz, Ü.H. (2016). Amputasyon geçirmiş kişilerin baş etme becerileri: Olgu sunumu. *Klinik Psikiyatri Dergisi*, 19(1), 45-51.
- Öztürk, O., Uluşahin A. (2016). *Mental health and disorders* [Ruh Sağlığı ve Bozuklukları]. Ankara: Nobel Tıp Kitabevleri.
- Pak, M. D., Özcan, E., İçağasıoğlu Çoban, A. (2017). Acil servis çalışanlarının ikincil travmatik stres düzeyi ve psikolojik dayanıklılığı. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 10 (52),628-644.
- Siva, A. N. (1991). *İnfertilitede stresle baş etme, öğrenilmiş güçlülük ve depresyon incelenmesi*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Hacettepe Üniversitesi, Ankara.
- Tansel, B, Tunç, A., & Gündoğdu, M. (2016). Çocuk şube müdürlüğünde Çalışan polis memurlarının ikincil travmatik stres düzeylerinin incelenmesi, *Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8(2), 675-688.
- Tukabaeva, L. (2015). *Göçün Feminizasyonu bağlamında Ankara'da eğlence sektörü*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Ankara Üniversitesi, Ankara.
- Whitfield, N., & Kanter, D. (2014). Helpers in distress: Preventing secondary trauma. *Reclaiming Children and Youth*, 22(4),59-61.
- World Health Organization (2013). *Guidelines for the management of conditions that are specifically related to stress*. World Health Organization, Geneva.
- Yalçın, H. ve Erkoç, E. (2019). Eğlence sektöründe çalışan kadınların çalışma koşullarının incelenmesi ve ebeveyn tutumlarının çeşitli değişkenlerle ilişkisi. *Karatay Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 3, 187-207.
- Yıldırım, G., Kıdak, L.B., & Yurdabakan, İ. (2018). İkincil travmatik stres ölçeği: Bir uyarılma çalışması. *Anadolu Psikiyatri Dergisi*, 19(1), 45-51.
- Yılmaz, B., Şahin, N.H. (2007) Arama kurtarma çalışanlarında travma sonrası stres belirtileri ve travma sonrası büyüme. *Türk Psikoloji Dergisi*, 22(59),119-133.

Geliş Tarihi:

26.01.2022

Kabul Tarihi:

21.04.2022


Yayımlanma Tarihi:

15.06.2022

Kaynakça Gösterimi: Işık, M., & Kızıltuğ, S. (2022). Karanlık liderlik algısının işgören performansı ve iş tatminine etkisi. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 21(43), 307-326. doi: 10.46928/iticusbe.1062866

## KARANLIK LİDERLİK ALGISININ İŞGÖREN PERFORMANSI VE İŞ TATMİNİNE ETKİSİ

*Araştırma*

Metin Işık 

Sorumlu Yazar (Correspondence)

Bitlis Eren Üniversitesi

[beu.metin@gmail.com](mailto:beu.metin@gmail.com)

Sezgin Kızıltuğ 

[sezgin.kiziltug@hotmail.com](mailto:sezgin.kiziltug@hotmail.com)

Metin Işık, Bitlis Eren Üniversitesi, İİBF-İşletme Bölümü Yönetim ve Organizasyon anabilim dalında Doçent olarak görev yapmaktadır. Örgütsel davranış ve insan kaynakları alanlarında araştırmalar yapmaktadır.

Sezgin Kızıltuğ, Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi, İktisat Bölümü mezunudur. Bitlis Eren Üniversitesi İşletme A.B.D Tezli Yüksek Lisans Programında eğitimine devam etmektedir.

# KARANLIK LİDERLİK ALGISININ İŞGÖREN PERFORMANSI VE İŞ TATMİNİNE ETKİSİ

Metin Işık  
[beu.metin@gmail.com](mailto:beu.metin@gmail.com)  
Sezgin Kızıltuğ  
[sezgin.kiziltug@hotmail.com](mailto:sezgin.kiziltug@hotmail.com)

## Özet

**Amaç:** Bu araştırmanın temel amacı akademisyenlerin karanlık liderlik algılarının performans ve iş tatminlerine etkisini incelemektir. Ayrıca ortalamalar üzerinden akademisyenlerin karanlık liderlik algısı, işgören performansı ve iş tatmin düzeyleri değerlendirilmiştir.

**Yöntem:** Araştırmada değişkenler arası ilişkiler ve etki düzeylerinin tespit edilmesi hedeflendiğinden nicel araştırma yöntemi benimsenmiştir. Araştırmanın anakütlesini Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi merkez kampüsünde görev yapan akademisyenler oluşturmaktadır. Örneklemi ise basit tesadüfi yöntemle araştırmaya dahil olan 259 kişi oluşturmaktadır. Araştırmaya anket tekniği ile veri toplanmıştır. Araştırmaya katılanlara yanıtlanmak üzere, karanlık liderlik, işgören performansı ve iş tatmini ölçekleri verilmiştir. Araştırmada elde edilen verilere ölçüm modeli ile DFA, korelasyon, regresyon ve frekans analizleri yapılmıştır. Analizlerin yapılmasında SPSS 25 ile IBM Amos 24 paket programlarından yararlanılmıştır.

**Bulgular:** Araştırma sonucunda elde edilen bulgulara göre akademisyenlerin karanlık liderlik, performans ve iş tatmini ortalamalarının 3'ün (kararsızım) altında olduğu bulunmuştur. Analiz sonuçlarına göre; karanlık liderlik algısının samimiyezsiz ve zorbaca davranışlar boyutları işgören performansını negatif yönde etkilemektedir. Öte yandan karanlık liderliğin samimiyezsiz, bezdiren ve zorbaca davranışlar boyutlarının da iş tatminini negatif yönlü etkilediği görülmüştür. Bu sonuçlara göre çalışanların karanlık liderlik algıları arttıkça performans ve iş tatminleri azalmaktadır.

**Özgünlük:** Literatürde son yıllarda karanlık liderliğin türlerinden bir tanesi seçilerek yapılan çok sayıda araştırma görülmektedir. Bu çalışmayı diğer çalışmalardan ayıran yönü karanlık liderlik türlerini tamamını kapsayan salt karanlık liderliğin ele alınmış olmasıdır. Ayrıca bu değişkenleri yükseköğretim alanında inceleyen araştırmaların yeterli olmamasından dolayı da hem literatüre hem de uygulayıcılara katkı sağlanması beklenmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Karanlık Liderlik, İş Tatmini, İşgören Performansı

**JEL Sınıflandırması:** D23, J28, J53



# THE EFFECT OF PERCEIVED DARK LEADERSHIP ON EMPLOYEE PERFORMANCE AND JOB SATISFACTION

## Abstract

**Purpose:** In this research, it is aimed to examine the effect of academics' dark leadership perceptions on performance and job satisfaction. In addition, dark leadership perception, employee performance and job satisfaction levels of academicians were evaluated over the averages.

**Method:** Quantitative research method was adopted since it was aimed to determine the relations between variables and their effect levels in the research. The population of the research consists of academicians working in the central campus of Erzincan Binali Yıldırım University. The sample consists of 259 people who were included in the research by simple random method. Data were collected through the survey technique. Dark leadership, employee performance and job satisfaction scales were given to the participants of the research to be answered. DFA, correlation, regression and frequency analyzes were performed with the measurement model on the data obtained in the study. SPSS 25 and IBM Amos 24 package programs were used in the analysis.

**Findings:** According to the research findings; It was found that the dark leadership, performance and job satisfaction averages of academicians were below 3 (undecided). According to the results of multiple regression analysis for testing the research hypotheses; The insincere behaviors and tyrannous behaviors dimensions of dark leadership perception negatively affect employee performance. On the other hand, it has been observed that the dimensions of insincere, wearisome and tyrannous behaviors of dark leadership also affect job satisfaction negatively. According to these results, as the employees' dark leadership perceptions increase, their performance and job satisfaction decrease.

**Originality:** In recent years, there has been a lot of research in the literature, which has been done by choosing one of the types of dark leadership. The aspect that distinguishes this study from other studies is that it has been studied with purely dark leadership, which covers all types of dark leadership. In addition, it is expected to contribute to both the literature and practitioners, since the studies examining these variables in the field of higher education are not sufficient.

**Keywords:** Dark Leadership, Job Satisfaction, Employee Performance

**JEL Classification:** D23, J28, J53

## GİRİŞ

Liderlik, bir misyonu, görevi ya da düşünceyi yerine getirmek için başkalarını etkilemeyi içeren bir kavram niteliğindedir. Northouse (2007, s. 3) ise liderliği bireylerden oluşan grubu ortak bir hedefe ulaşmak için yeni yöntemlerle, yollarla etkileme süreci olarak tanımlamıştır. Bu bağlamda liderlik olgusunun en çok araştırılan ve üzerinde durulan yönü ise nasıl etkili bir lider olabileceği olmuştur (Işık, 2020). Etkili liderliğin nasıl olabileceğine dair genel geçer açık bir çerçeve olmamakla birlikte, literatürde etkili liderliğe dair farklı bakış açıları içeren pek çok çalışma ve bilgi bulunmaktadır (Tekin ve Zorba, 2001, s. 28).

Literatür incelendiğinde bir liderin etkin ve üretken olabilmesi için; örgüt içerisinde statüsünü açıkça ifade etmesi, örgütün amaç ve ideallerine katkı sağlaması, süreçlerin uygulanma aşamalarında doğru karar vermesi, başarıda süreklilik sağlaması, takipçilerinin/izleyicilerinin ihtiyaçlarının karşılanması için çaba harcama bazı özelliklerin gerekliliği belirtilmiştir (Eren, 1991; Tekin ve Zorba, 2001; Ulukan, 2006; Yiğit ve Ramazanoğlu, 2016; Uğurlu, 2020). Alkın ve Ünsar'a (2007) göre bir örgütün hedeflerine ulaşabilmesi için liderin organizasyonun bütünü etkileyen bir karaktere sahip olması gerekmektedir. Çünkü liderlik, esasında bir yetenektir ve doğruyu yapmayı gerektirir; lider ise bir pusuladır (Covey, 2011). Öte yandan bir lider, genel olarak organize etme, planlama, ikna etme, harekete geçme, ilham verme, etkileme ve iyi bir örnek ve rehberlik tanımlama becerilerine sahip olmalıdır (Eren, 1991, s. 501-502). Bütün bunlar pozitif liderlik davranışlarını gerektirmesine karşın, liderin negatif davranışlarını ifade eden liderlik türleri de bulunmaktadır. Bu liderlik tarzlarından bir tanesi de karanlık liderliktir. Conger'a (1990) göre bazen liderliğin karanlık tarafı hem liderin hem de örgütün zararına olacak şekilde aydınlık tarafını gölgede bırakabilir.

Literatürde üzerine uzlaşa sağlanmış bir karanlık liderlik tanımı bulunmadığından, bu liderlik türü nitelikleri yönünden tanımlanmaktadır. Bu bağlamda karanlık liderlik, işgörenlerini maddiyat, kıdem, baskı unsurlarıyla motive etmeye çalışan kişiler olarak tanımlanırken, diğer taraftan ise bedensel ve psikolojik olarak tehdit eden ve kendilerinden daha iyi performans sergileyen çalışanlarını kıskandıkları için onları baskılayarak önlemeye çalışan kişiler olarak nitelendirilmektedir (Gümüştakin, 2019, s. 7). Alan yazında karanlık liderliğin alt faktörleri olarak; küçük tiranlık (Ashforth, 1994; Kılıç, 2020), toksik liderlik (Whicker, 1996; Yalçınsoy ve Işık, 2018), istismarcı liderlik (Tepper, 2000; Karadağ, 2020), narsist liderlik (Aboramadan vd., 2020; Glad, 2002; Doğan, 2020), kötü liderlik (Kellerman, 2004), yıkıcı liderlik (Aasland vd., 2010; Kılınç, 2020), paranoyak liderlik (Soran, 2020), duygusal bağımlı liderlik (Korkmazer, 2020), kibirli liderlik (Söylemez, 2020), etik dışı liderlik (Karakaplan Özer, 2020), despotik liderlik (Türkmenoğlu, 2020), makyavelist lider (Uğurlu, 2020) gibi liderlik türlerinin ele alındığı görülmektedir. Söz konusu liderlik türleri esas olarak liderliğin karanlık yönünü oluşturan yönetici tutumlarını aydınlatmaktadır (Başar vd., 2016, s. 67). Bu liderlik tarzlarının, kendi menfaatini öncelikle, şahsi fikrini kabul etmeye zorlama, zorbaca ve aşağılayıcı tutumlar sergileme, ölçsüz reaksiyon gösterme, kişisel ayrıcalıklar sağlama şeklinde ortak özellikleri bulunmaktadır (Fındıklı vd., 2019, s. 95). Karanlık, negatif davranışları sergileyen

liderler genellikle çalışanlarına aşağılayıcı lakaplar takma eğilimi göstermektedir (Kılıç, 2020). Ayrıca bu liderler çalışanlara karşı gereksiz tepkiler vermekte, çalışanları iş kaybına yönelik tehditkâr sözler kullanarak korkutmakta, saldırgan göz temasları kurmakta, gerekli bilgileri saklamakta ve onlarla alay etmektedir (Keashly, 1998). Bu durum çalışanlarda öz saygının azalmasına neden olmaktadır. Öte yandan, liderin negatif tutumları çalışanları örgüt içerisinde bilgi paylaşmama, yeri geldiğinde sorumluluk almama ve işten kaçınma gibi olumsuz davranışlara yönlendirmektedir (Uğurlu, 2020, s. 190).

Örgütlerin başarıya ulaşabilmesindeki en önemli faktörün çalışanların iş başarımı olduğuna göre, işgörenin performansını artıran en önemli etkenin de liderin sergilediği liderlerin sergiledikleri tutum işgörenin performansını arttıran en önemli etki olarak bilinmektedir (Uğurlu, 2020, s. 190). Liderin pozitif veya negatif olarak göstermiş olduğu tutum, iş görenin performansını direkt etkilemekte bu da örgütün başarısını etkilemektedir (Turunç, 2010, s. 253-254). Öte yandan araştırmalarda karanlık liderlik davranışlarının çalışanların iş tatmin düzeylerinde negatif yönlü bir etkiye sahip olduğu bilinmektedir (Erdal Üngör, 2021). Nitekim Zengin (2019) araştırmasında bu duruma dikkat çekmiş ve karanlık liderliğin iş yerinde memnuniyet ve tatmin sağlanmasının önünde engel olduğunu belirtmiştir. Bu bağlamda yukarıda liderin karanlık yönü olarak ifade edilen boyutların çalışanların iş tatminleri ve performansları üzerinde etkili olduğu düşünülmektedir. Nitekim yapılan literatür araştırmasından elde edilen bulgular da bu yöndedir. Araştırmada karanlık liderliğin işgörenlerin performans ve iş tatminleri üzerindeki etkisi ortaya konulması amaçlanmıştır.

## **KAVRAMSAL VE KURAMSAL ÇERÇEVE/LİTERATÜR**

### ***Karanlık Liderlik***

Alan yazında liderliğin etik yönüne yapılan çalışmalar azımsanmayacak olmasına karşın, liderliğin kişiliğindeki etik olmayan yani karanlık yönünü ele alan araştırmaların sayısı oldukça az sayıdadır (Hogan ve Hogan, 2001). Liderliğin karanlık yönünün göz ardı edilmesi; atıl kaynaklar, başarısız kariyerler ve örgütsel çöküşle neticelenebilmektedir (Karakaplan Özer, 2020 s. 55). Liderlik araştırmalarında liderin karanlık yönünü ele alan öncü çalışmalar Conger tarafından yapılmıştır. Conger'a (1990, s. 55) göre, güçlü bir liderin özellikleri kapsamında hem olumlu hem de olumsuz yüzü bulunmaktadır. Bu nedenle liderlerin varlığı, doğrudan çalışanları, örgütleri ve zaman zaman toplumları için riskler taşımaktadır. Bu bakımdan onlar dikkatle yönetilmeleri gerekmektedir. Bununla birlikte, olumsuz davranışları olumlu davranışlara nispeten (görece) değerlendirilmelidir. Gerçekten de bir liderin başarısına katkıda bulunan belirli nitelikler başarısızlığa yol açabilecek istenmeyen niteliklere dönüşebilmektedir (Erdal Üngör, 2021, s. 129). Bu durum, kurumsal ilke ve normları kişilik yapısında toplamayan liderin, kendisini etkileyen durumları fark edemediği takdirde, etkili iletişim kabiliyeti ile izleyicilerini vizyonuna inandırması sonucunda kurumsal ilke, norm ve vizyonda yapabileceği muhtemel hataları görememesi birçok problemin doğuşuna sebep verebileceğini işaret etmektedir (Başar, Sıgır ve Basım, 2016, s. 66).

İş dünyasında son 20 yılda küresel ölçekteki şirketlerde yaşanan krizler, yönetsel başarısızlıklar, kurumsal skandallar ve çöküşler liderlerin karanlık olarak ifade edilen kişilik özelliklerinin irdelenmesine neden olmuştur (Bolelli ve Ekizler, 2020, s. 57). Aslında liderlik çalışmalarının ve araştırmalarının ana odağının “iyi” veya etkili liderlikle ilgili olduğu sıklıkla görülmektedir. Buna karşın, az sayıda çalışma liderliğin olumsuz taraflarını incelemiştir. Lehman Brothers, Arthur Anderson, Enron, WorldCom, Tyco, Sterns gibi şirketlerin çöküşü kötü liderliğin tartışılmasına, değerlendirilmesine ve öncüllerini keşfetmek için daha çok ampirik araştırma çağrılarını güçlendirmiştir (Conger, 1990; Higgs, 2009, s. 166). Bu çağrılar liderlik araştırmalarında karanlık liderliğin incelenmesine yönelik yapılan başlangıç düzeyindeki çağrılar olup, esasında liderin kişilik yapısındaki karanlık yüzüne etkilerine odaklanmaya dikkat çekmiştir (Zengin, 2019; Korkmazer, 2020, s. 99-100).

Çalışmalarında liderliğin başarısızlığa sebebiyet veren yönlerini ele alan sınırlı sayıda araştırmacı, liderin karakteristik özelliklerinden hangilerinin başarıya engel olduğu sorusuna odaklanmışlardır (Ballı ve Çakıcı, 2016, s. 168; Korkmazer, 2020, s. 99). Ashforth (1994) liderlerin sürekli olarak takipçilerini küçümseme ve diğerlerini dikkate almama gibi “karanlık” olarak yorumlanabilecek bir dizi davranışın olumsuz neticelere sebebiyet verebileceğini ifade etmektedir. Schilling (2009) araştırmasında karanlık olarak nitelendirilebilecek davranışlar sergileyen liderlerin sıklıkla kendilerini örgütsel amaçlardan ziyade kişisel hedeflere yönelttiklerini tespit etmiştir. Ayrıca araştırmalar karanlık liderliğin iş performansı, iş tatmini, örgütsel bağlılık gibi örgütün başarısını ve verimliliğini etkileyen faktörler üzerinde negatif yönlü etkisi olduğunu bulgulamışlardır (Benson ve Hogan, 2008, s. 12).

### ***İşgören Performansı***

Başarıyı elde etmede en önemli etken insandır. Örgütlerin hem başarılı olabilmeleri hem de diğer örgütlerle rekabet etmelerini sağlayan faktörler arasında en önde gelen faktör işgörenlerdir. Diğer örgütler ile yarışabilmek ve daha iyi seviyelere gelmek ancak tatminkâr performans gösteren işgörenler ile gerçekleşebilmektedir (Kızıldaş, 2017, s. 33). Performans, örgütlerin ve çalışanların, örgütsel hedefleri ne kadar gerçekleştirdiklerinin göstergesidir (Pugh, 1991, s. 7). İşgören performansı, işin çalışanların bireysel niteliklerine ve kabiliyetlerine uygun olarak tolerans gösterilen sınırlar içinde, sınırlı bir süre de işletmeye sağlanan mal ve hizmetlerin sonucudur. Bu sonuç, görevin yerine getirilme derecesi olarak da ifade edilmektedir. Bu durumda çalışan performansını, verilen görevi yerine getirilebilmek için ortaya konulan çabaların tümü olarak tanımlamak doğru bir ifadedir (Dilek, 2009, s. 4).

İşgören performansı, bir çalışanın yaptığı ve yapmadığı şey olarak kabul edilir. Çalışan performansı, çıktılarının kalitesini ve miktarını, iş yerindeki varlığını, uyumlu ve yardımsever doğasını ve çıktıların zamanlamasını içermektedir (Aydemir, 2013, s. 47-48). Bu bağlamda işgören performansı, kişinin ihtiyaç ve isteklerini giderebilmek için çalışmış olduğu yerde birtakım vazife ve mesuliyet olarak

vakit ve emek harcamasıdır (Öztürk, 2016, s. 41). Örgüt için önemli olan, işgörenin iş görme halindeyken gösterdiği performanstır. Dolayısıyla örgütler ancak iş görenin göstermiş olduğu ölçüde hedef ve amaçlarını gerçekleştirebilirler (Yılmaz ve Karahan, 2010, s. 147).

### ***İş Tatmini***

İnsanların hayatında önemli bir alanı kaplayan çalışma fiili, ekonomik anlamı ile de hayatın idame ettirilmesinde önem arz eden iş olgusu ve bundan duyulan tatmin sayısız araştırmanın konusu olmuştur. İnsanlar işleri ve çalıştıkları örgütler hakkında edindikleri izlenimler ile birtakım görüş ve duygulara sahip olurlar. Çalışanın işi ve organizasyonu ile doğrudan ilgili olan görüş ve duyguları, bireyin yaptığı işine karşı tutumunu göstermektedir. Örgütsel davranışın en mühim göstergesi olan iş tutumlarından biri de iş tatminidir (George vd., 2000, s. 34).

Literatürde çokça işlenmekte olan bir araştırma konusu olarak iş tatmini, endüstri psikolojisinin önemli konuları arasındadır (Parnell ve Crandall, 2003). İş tatmini Locke (1976, s. 1300) tarafından bireyin işini ya da işe ilişkin deneyimlerini değerlendirilmesi sonucunda hoşça giden, zevkli ya da pozitif bir duygusal durum şeklinde tanımlamıştır. Benzer şekilde Bettencourt ve Brown'da (1997, s. 42) bir çalışanın işine yönelik durumunu dair duygusal değerlendirmesini iş tatmini olarak ifade etmektedir. Daha kısa bir şekilde ifade etmek gerekirse, iş tatmini insanların işlerini ne ölçüde sevdikleridir (Spector, 1996, s. 214; Işık ve Çiçek, 2019). Nihayetinde bu tanımlar iş tatminini, çalışanın kendi işiyle yönelik olup, işi sevip/sevememesine ilişkin duygusal bir değerlendirme olduğunu göstermektedir (Kale, 2015, s. 106; Lambert vd., 2016, s. 23). Çalışanların işyerinin kendisinden, amirlerinden, takım arkadaşlarından ve iş organizasyonu gibi genel çalışma ortamından elde etmek istediği sakinleştirici ve rahatlatıcı hissiyat olarak ifade edilen iş tatmini (Üçüncü, 2016, s. 8), devamlılık, bağlılık, işin çekiciliği ve verimlilik için önemli bir faktördür (Toker, 2007). İş tatmini çalışanların işten maddi çıkarlar elde etmesi, birlikte çalışmaktan keyif alması, çalışma arkadaşları ve ürün üretimi yapmaktan mutluluk duyması ile yakından ilgilidir (Chambers, 1999, s. 69).

## **HİPOTEZ GELİŞTİRME**

### ***Karanlık Liderliğin İş Tatminine Etkisi***

Literatürde karanlık liderliğin farklı değişkenlerle ilişkisini ortaya koyan birçok araştırmaya rastlanmaktadır. Araştırmalarda karanlık liderlik davranışları ile iş performansı, motivasyon, örgütsel sessizlik, etik iklim, örgütsel bağlılık, çalışan tükenmişliği, işten ayrılma niyeti ve iş stresi gibi ilişkiler çalışmalarda sıklıkla tartışılmaktadır. Araştırmalar karanlık liderlik davranışının çalışanların etik iklim (Ballı ve Koca Ballı, 2017), intikam alma niyetleri (Başar ve Açıkgöz, 2020), iş performansını ve iş motivasyonu (Kızıldaş, 2017), örgütsel bağlılık ile örgütsel sessizlik (Ballı ve Çakıcı, 2016), örgütsel sessizlik ve iş tatminsizliği (Şimşir ve Seyran, 2020), iş tatmini (Zengin, 2019) üzerinde etkili olduğunu ortaya koymuştur. Akyüz, Kaya ve Aravi (2015), tarafından yapılan bir çalışmada liderin

çalışanları zorlamasının iş tatmini üzerinde olumsuz etkisi olduğunu öte yandan yasal yetki ve ödüllerin ise iş tatmini üzerinde olumlu etkisi olduğunu bulgulamışlardır. Nitekim Başar'da (2020) araştırmasında karanlık liderlik ile iş tatmini arasında ters yönlü bir korelasyon olduğunu bulgulamıştır. Bu bağlamda literatürden hareketle aşağıdaki hipotez geliştirilmiştir.

*H<sub>1</sub>. Karanlık liderlik davranışı iş tatminini etkilemektedir.*

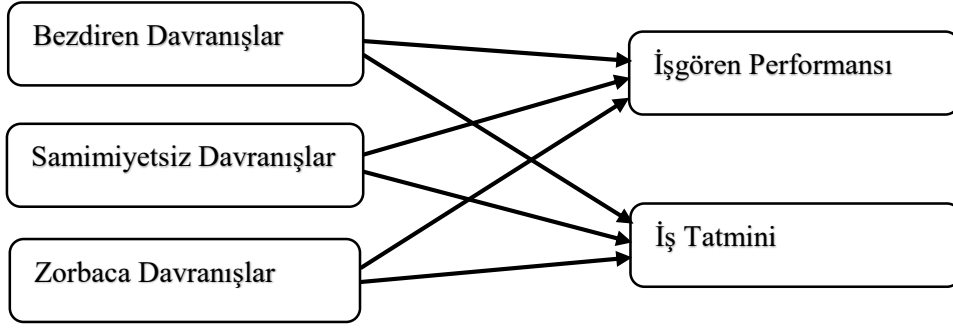
### ***Karanlık Liderliğin İşgören Performansına Etkisi***

Karanlık liderlik davranışları, iş görenler açısından lideri kabul etmeme, işe yabancılaşma, çaresizlik, özgüvende azalma, zorbalık, stres, düşük performans (Ashforth, 1994), yaşamdan ve işten memnuniyetsizlik (Şimşir ve Seyran, 2020) gibi olumsuz sonuçlara yol açmaktadır. Bunların yanı sıra kaygı, psikolojik sıkıntı (Tepper, 2000), iş stresi, iş ve aile çatışması, yorgunluk, uykusuzluk, iştahsızlık, konsantrasyon eksikliği, tükenmişlik, baş ağrısı, mutsuzluk, güvensizlik, içe kapanma, yalnızlaşma, korku, depresyon ve şok (Mikkelsen ve Einarsen, 2002; Başar ve Basım, 2016), sinirlilik ve stres (Yumuşak, 2017) gibi olumsuz sonuçlara da neden olmaktadır. Ayrıca, çalışanlarda inançsızlık, tükenmişlik duygusu, iş tatminsizliği ve performans düşüklüğüne neden olmakta bu durum uzun vadede çalışanların işten ayrılmalarına yol açmaktadır (Ülbeği, Özgen ve Özgen, 2014). Öte yandan, örgütsel çıktılar üzerinde karanlık liderliğin etkilerini incelemeyi amaçlayan araştırmalarda; karanlık liderliğin çalışanların görev performansı, genel iş performansı ve bağlamsal performans üzerinde negatif yönlü bir etkisinin bulunduğu tespit edilmiştir (Moscoso ve Salgado, 2004; Benson ve Campbell, 2007). İşgörenin performansını artıran en önemli etkenlerden biri de liderin sergilemiş olduğu liderlik biçimidir (Uğurlu, 2020, s. 190). Bu bakımdan aşağıdaki hipotez geliştirilmiştir.

*H<sub>2</sub>. Karanlık liderlik davranışı işgören performansını etkilemektedir.*

## **YÖNTEM**

Bu araştırmada nedensel tarama deseninde nicel veri analizine dayalı bir araştırma yöntemi benimsenmiştir. Araştırmanın amacı örneklem itibarıyla akademisyenlerin karanlık liderlik davranışına ilişkin algılarının performans ve iş tatmini düzeylerine olan etkisini tespit etmektir. Bu amaç doğrultusunda akademisyenlere yönelik bir anket çalışması gerçekleştirilmiştir. Anket formunda kullanılan ölçekler için Bitlis Eren Üniversitesi Etik İlker ve Etik Kurulundan 25.01.2022 tarihli (sayı: E-84771431-050.03-37969) ve (2022-01) nolu kararı ile gerekli izin alınmıştır. Araştırmada kapsamında toplanan verilerin analiz edilmesi için SPSS 25 ile IBM Amos 24 paket programlarından yararlanılmıştır.



Şekil 1. Araştırma Modeli

### ***Araştırmanın Anakütlesi ve Örneklemi***

Araştırmanın anakütlesini Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi lisans düzeyi birimlerinde görev yapan akademisyenler oluşturmaktadır. Örneklem seçiminde kolayda örnekleme yoluna gidilmiştir. Hazırlanan anket formunun bir kısmı akademisyenlere elden dağıtılmış iki hafta sonra toplanmıştır. Bir kısmı ise akademisyenlerin e-posta adreslerine gönderilmiştir. Toplanan anket 272 adet anket formundan 259 tanesinin değerlendirme açısından uygun olduğu görülmüştür. Değerlendirme yönünden uygun bulunan anket formlarındaki katılımcıların demografik bilgileri aşağıda Tablo 1’de belirtilmiştir.

### ***Veri Toplama Araçları***

**Karanlık Liderlik Ölçeği:** Karanlık liderlik algısı Başar (2019) tarafından geliştirilen, samimiyetsiz davranışlar (5 ifade), bezdiren davranışlar (6 ifade) ve zorbaca davranışlar (6 ifade) şeklinde adlandırılan üç boyutlu ölçek ile ölçülmüştür.

**İşgören Performansı Ölçeği:** Performans için Çöl (2008) tarafından Türkçe geçerlemesi yapılan ve katılımcıların performanslarına ilişkin kendi algılarını değerlendirdikleri 4 ifadeli ölçek kullanılmıştır.

**İş Tatmini Ölçeği:** İş tatminini ölçmek için Işık (2016) tarafından hazırlanan ve Türkçe geçerlemesi yapılan 5 ifadeli ölçekten yararlanılmıştır.

5’li Likert tarzında hazırlanan ölçek “1= Kesinlikle Katılmıyorum” “5= Kesinlikle Katılıyorum” aralığında kodlanmıştır. Veri toplama sürecinde anket formunda katılımcıların demografik bilgilerini belirlemeye yönelik olarak bir takı ifadelere yer verilmiştir. Elde edilen verilerin normallik varsayımına uyup uymadığını tespit etmek için çarpıklık ve basıklık değerine bakılmıştır. Bu değerler +2,0 ile -2,0 aralığında olduğu takdirde veriler normal dağılıma uygun anlamındadır (George ve Mallery, 2010). Analizler sonucunda referans alınan değerlere göre verilerin normal dağılım gösterdiği tespit edilmiştir.

## BULGULAR

Araştırmanın örneklemini oluşturan bireylere ilişkin bazı demografik bilgiler aşağıdaki tabloda belirtilmiştir.

**Tablo.1** Demografik Bilgiler

| Değişken      | f              | %            | Değişken      | f              | %            |      |      |
|---------------|----------------|--------------|---------------|----------------|--------------|------|------|
| Cinsiyet      | Kadın          | 83           | 32            | Yaş            | 20 ve Altı   | -    |      |
|               | Erkek          | 176          | 68            |                | 21-30        | 51   | 19,7 |
| Medeni Durum  | Evli           | 189          | 73            |                | 31-40        | 121  | 46,7 |
|               | Bekar          | 70           | 27            |                | 41-50        | 62   | 23,9 |
| Unvan         | Profesör       | 18           | 6,9           |                | 51 ve üzeri  | 25   | 9,7  |
|               | Doçent         | 29           | 11,2          | Çalışma Süresi | 0-2 yıl      | 30   | 11,6 |
|               | Dr.Öğr.Üyesi   | 66           | 25,5          |                | 3-5 yıl      | 41   | 15,8 |
|               | Öğretim Grv.   | 83           | 32            |                | 6-8 yıl      | 37   | 14,3 |
|               | Araştırma Grv. | 63           | 24,3          |                | 9-11 yıl     | 46   | 17,8 |
|               |                |              | 12 ve üzeri   |                | 105          | 40,5 |      |
| <b>Toplam</b> | <b>259</b>     | <b>100,0</b> | <b>Toplam</b> | <b>259</b>     | <b>100,0</b> |      |      |

Araştırmada kullanılan ölçeklere ilişkin tanımlayıcı istatistikler ve korelasyon analizi Tablo 2’de verilmiştir.

**Tablo 2.** Korelasyon Analizi ve Ortalamalar

| Değişkenler                  | Ort. | SS.  | 1       | 2       | 3       | 4      | 5 |
|------------------------------|------|------|---------|---------|---------|--------|---|
| 1 (Bezdiren Davranışlar)     | 2,77 | 1,13 | -       |         |         |        |   |
| 2 (Samimiyetsiz Davranışlar) | 2,63 | 1,06 | ,872**  | -       |         |        |   |
| 3 (Zorbaca Davranışlar)      | 2,91 | 1,08 | ,891**  | ,935**  | -       |        |   |
| 4 (İşgören Performansı)      | 2,33 | 1,07 | ,036    | ,069    | -,008   | -      |   |
| 5 (İş tatmini)               | 2,63 | 1,19 | -,298** | -,276** | -,300** | ,331** | - |

Ort = Ortalama; SS = Standart Sapma N= 259; \*\*p<0.01

Tablo 2’den de anlaşılacağı üzere işgören performansı ile karanlık liderlik alt boyutları arasında anlamlı ilişki bulunmamaktadır. İş tatmini ile karanlık liderlik alt boyutları arasında negatif yönlü anlamlı ilişkiler olduğu görülmektedir. Son olarak işgören performansı ile iş tatmini arasında pozitif yönlü anlamlı ilişki olduğu görülmüştür. Ayrıca ortalama değerleri incelendiğinde, örneklemini oluşturan bireylerin karanlık liderlik, performans ve iş tatmini ortalamalarının 3’ün (kararsızım) altında olduğu görülmektedir.

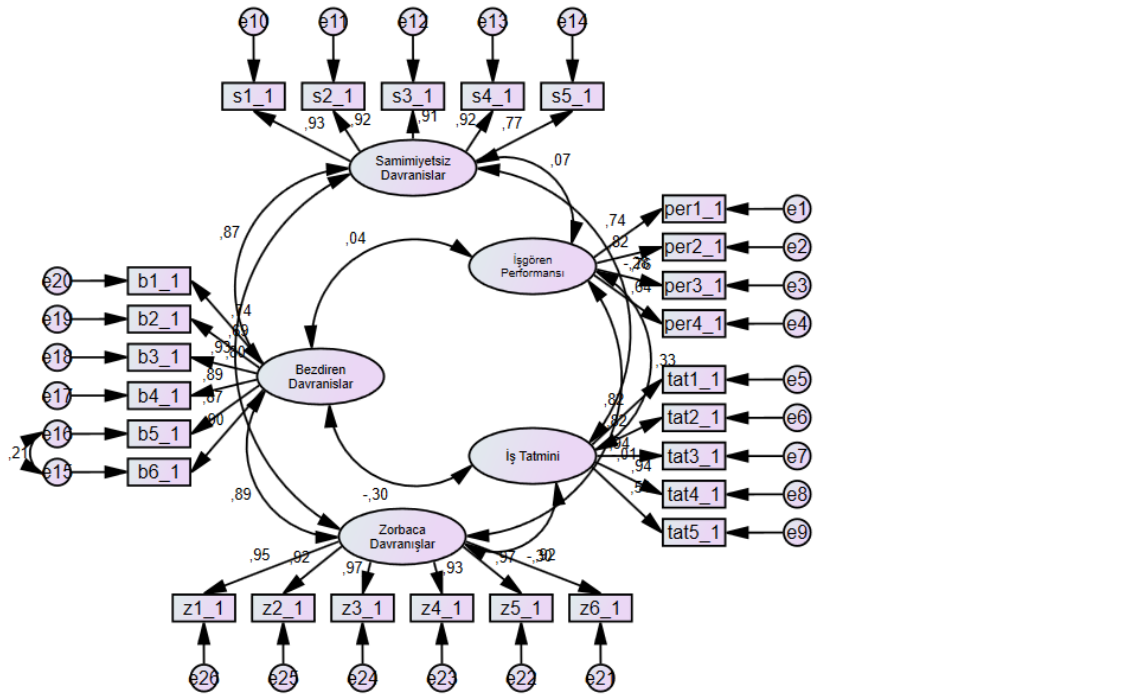
### **Güvenilirlik ve Faktör Analizleri**

Araştırmada kullanılan ölçeklerin güvenilirliğini ölçmek için Cronbach Alpha değerleri hesaplanmıştır. Bezdiren davranışları **,92**; samimiyetsiz davranışlar **,95** zorbaca davranışlar **,98**; işgören performansı **,83** ve iş tatmini **,88** olarak tespit edilmiştir. Güvenilirlik açısından bu değerlerin oldukça iyi olduğu görülmektedir. Ayrıca çoklu doğrusallık sorunu için (multicollinearity) VIF değerlerine bakılmış, elde edilen değerlerin bağımsız değişkenler arasında çoklu bağlantı olmadığını göstermiştir (VIF<5) (Craney ve Surlles, 2002).



Araştırma verilerine Anderson ve Gerbing (1988) tarafından önerilen hipotez test ve analiz süreçleri uygulanmıştır. Bunun için yapısal eşitlik modellemesi yaklaşımı doğrultusunda AMOS yazılımından Maximum Likelihood Estimation analiz modundan yararlanılarak analizler yapılmıştır. Oluşturulan yapısal model üzerinden analiz yapılmadan önce, Fornell ve Larcker'ın (1981) belirtmiş olduğu üzere ölçüm modelinin geçerlilik ve güvenilirlik yönünden uygun değerleri sağlayıp sağlamadığına bakılmıştır. Şekil 2'de belirtildiği gibi oluşturulan ölçüm modeline uygulanan doğrulayıcı faktör analizi (DFA) neticesinde kabul edilebilir uyum indekslerinin elde edildiği görülmüştür: **RMSEA** = 0.057, **GFI** = 0.874, **NFI** = 0.932, **AGFI** = 0.846, **CFI** = 0.968, **(CMIN/DF)**  $\chi^2/df$  = 1.828 Bu değerler araştırmada kullanılan ölçeklerin hem yapı geçerlemesi hem de güvenilirlik bakımından literatürde kabul gören sınırlar içerisinde (Schermele-Engel, Moosbrugger ve Müller, 2003).

Ölçüm modeline uygulanan DFA analizinden sonra ölçekler uyum ve ayırt edici geçerlilik açısından teste tabii tutulmuştur. Fornell ve Larcker'a (1981) göre ölçeklerin uyum geçerliliği için faktör yüklerinin 0,50'den yüksek olması ve faktör kompozit güvenilirliğinin de (CR) 0,60'a eşit ya da daha büyük olması gerekmektedir. Bagozzi ve Yi'ye (1988) göre de maddelerin kendi yapıları ile çıkarılan ortalama varyansın (AVE), açıklanamayan varyansın (AVE>0.50) büyük olması gerekir. Tablo 3'te ölçeklere ilişkin uyum geçerliliği testleri sonuçları belirtilmiştir. Sonuçlara göre ölçüm modelinde kullanılan ölçekler oldukça güçlü uyum geçerliliği sağlamaktadır. Belirtilen bu ölçüm ve değerlerin yanı sıra ölçeklere ait  $\alpha$  değerlerinin de ,70'den büyük olması geçerliliği desteklediğini göstermektedir.



Şekil 2. DFA Ölçüm Modeli

**Tablo 3.** Geçerlilik ve Güvenirlik Analizi Sonuçları

| Maddeler                        | Faktör Yükleri | $\alpha$    | CR          | AVE         |
|---------------------------------|----------------|-------------|-------------|-------------|
| <b>İşgören Performansı</b>      |                | <b>,828</b> | <b>,832</b> | <b>,555</b> |
| per1                            | ,744           |             |             |             |
| per2                            | ,822           |             |             |             |
| per3                            | ,763           |             |             |             |
| per4                            | ,638           |             |             |             |
| <b>İş Tatmini</b>               |                | <b>,875</b> | <b>,909</b> | <b>,674</b> |
| tat1                            | ,820           |             |             |             |
| tat2                            | ,819           |             |             |             |
| tat3                            | ,937           |             |             |             |
| tat4                            | ,940           |             |             |             |
| tat5                            | ,513           |             |             |             |
| <b>Samimiyetsiz Davranışlar</b> |                | <b>,950</b> | <b>,951</b> | <b>,797</b> |
| s1                              | ,935           |             |             |             |
| s2                              | ,920           |             |             |             |
| s3                              | ,907           |             |             |             |
| s4                              | ,922           |             |             |             |
| s5                              | ,768           |             |             |             |
| <b>Bezdiren Davranışlar</b>     |                | <b>,924</b> | <b>,927</b> | <b>,525</b> |
| b1                              | ,723           |             |             |             |
| b2                              | ,668           |             |             |             |
| b3                              | ,791           |             |             |             |
| b4                              | ,883           |             |             |             |
| b5                              | ,882           |             |             |             |
| b6                              | ,914           |             |             |             |
| <b>Zorbaca Davranışlar</b>      |                | <b>,980</b> | <b>,984</b> | <b>,747</b> |
| z1                              | ,946           |             |             |             |
| z2                              | ,922           |             |             |             |
| z3                              | ,968           |             |             |             |
| z4                              | ,928           |             |             |             |
| z5                              | ,969           |             |             |             |
| z6                              | ,922           |             |             |             |

**Tablo 4.** Karanlık Liderlik Algısının İşgören Performansına Etkisi

| Değişkenler         | $\beta$  | $R^2$ | Düz. $R^2$ | F     | Sig. |
|---------------------|----------|-------|------------|-------|------|
| Sabit               | 4,196*** | ,030  | ,018       | 2,596 | ,000 |
| <b>Bezdiren</b>     | ,029     |       |            |       | ,622 |
| <b>Samimiyetsiz</b> | -,192    |       |            |       | ,012 |
| <b>Zorbaca</b>      | -,189    |       |            |       | ,012 |

Bağımlı Değişken: İşgören Performansı

Yapılan çoklu regresyon analizinin sonuçlarına göre; karanlık liderlik algısının samimiyetsiz davranışları boyutunun iş tatmini üzerinde pozitif yönlü ( $\beta= ,192$ ,  $p<0.001$ ) ve zorbaca davranışlar boyutunun ise negatif yönlü ( $\beta= -,189$ ,  $p<0.001$ ) anlamlı etkiye sahip olduğu görülmüştür. Bezdiren davranışlar boyutunun ( $\beta= ,029$ ,  $p>0.001$ ) ise anlamlı bir etkisi olmadığı tespit edilmiştir. Tablo 4'teki  $R^2$  değerinden de anlaşılacağı üzere karanlık liderliğin işgören performansı üzerindeki etkinin %03'ünü açıklamaktadır. Bu sonuçlara göre **H<sub>1</sub>** hipotezi **desteklenmektedir**.

**Tablo 5.** Karanlık Liderlik Algısının İş Tatminine Etkisi

| Değişkenler         | $\beta$  | R <sup>2</sup> | Düz. R <sup>2</sup> | F      | Sig. |
|---------------------|----------|----------------|---------------------|--------|------|
| Sabit               | 5,741*** | ,099           | ,096                | 28,464 | ,000 |
| <b>Bezdiren</b>     | -,197    |                |                     |        | ,000 |
| <b>Samimiyetsiz</b> | -,189    |                |                     |        | ,000 |
| <b>Zorbaca</b>      | -,190    |                |                     |        | ,000 |

Bağımlı Değişken: *İş Tatmini*

Yapılan çoklu regresyon analizinin sonuçlarına göre; karanlık liderlik algısının üç boyutunun da iş tatmini üzerinde negatif yönlü anlamlı etkiye sahip olduğu tespit edilmiştir. Karanlık liderlik algısının bezdiren davranışlar ( $\beta = -,197$ ,  $p < 0.001$ ), samimiyetsiz davranışlar ( $\beta = -,189$ ,  $p < 0.001$ ) ve zorbaca davranışlar ( $\beta = -,190$ ,  $p < 0.001$ ) boyutlarının işgören iş tatmini üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olduğu görülmüştür. Tablo 5'teki  $\beta$  değerleri karanlık liderlik arttıkça iş tatmin düzeyinin azaldığını göstermektedir. Tablodaki R<sup>2</sup> değerine karanlık liderlik algısının iş tatmini üzerindeki etkinin yaklaşık %10'nu açıklamaktadır. Bu sonuçlara göre H<sub>2</sub> hipotezi **kabul** edilmiştir.

## SONUÇ VE TARTIŞMA

Bu çalışmada örneklem olarak seçilen akademik personelin karanlık liderlik algısının işgören performansı ve iş tatmini üzerindeki etkisi incelenmiştir. Bu amaç doğrultusunda ilk olarak karanlık liderlik kavramına yönelik literatür taraması yapılmıştır. Yapılan literatür taraması karanlık liderliğin birçok türü/bileşeni olduğunu göstermektedir. Genel olarak çalışan ya da örgüt üzerinde negatif etkisi olan bu tür ya da bileşenler (Uslu, 2021) araştırmanın giriş bölümünde ele alınmıştır. Yine yapılan literatür araştırması bazı araştırmaların karanlık liderliğin bir türüne/bileşenine odaklandığını (toksik, narsist, makyavelist gibi), bazılarının ise salt karanlık liderlik kavramına odaklandıklarını göstermektedir. Bu çalışmanın yöntem bölümünden de anlaşılacağı üzere salt karanlık liderlik kavramı inceleme konusu yapılmıştır. Başar (2019) tarafından geliştirilen bezdiren, samimiyetsiz ve zorbaca davranışlar şeklinde üç yapıdan oluşan karanlık liderlik algısı ölçeği ile kavramın hem çalışanların performansları hem de iş tatmin düzeyleri üzerindeki etkisi ortaya konulması amaçlanmıştır.

Araştırmanın hipotezleri doğrultusunda yapılan çoklu regresyon analizi sonuçlarına göre; karanlık liderlik algısının samimiyetsiz ve zorbaca davranışlar boyutlarının işgören performansı üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olduğu görülmüştür. Bezdiren davranışlar boyutunun ise anlamlı bir etkisi olmadığı tespit edilmiştir. Araştırmanın bu bulgusunun literatür ile desteklendiği görülmektedir. Nitekim yapılan çalışmalar liderin negatif davranışlarının çalışanlarda olumsuz tutum ve davranışlara yol açtığını (Turunç, 2010: 253-254), bunun sonucunda da çalışanların düşük performans sergiledikleri (Ashforth, 1994; Ülbeği, Özgen ve Özgen, 2014) tespit edilmiştir. Ayrıca bu bulgunun karanlık liderliğin çalışanların görev performansı, genel iş performansı ve bağlamsal performans

üzerinde negatif yönlü bir etkisi olduğunu tespit eden (Moscoso ve Salgado, 2004; Benson ve Campbell, 2007) araştırma sonuçları ile örtüşmektedir.

Karanlık liderliğin alt boyutlarının iş tatminine olan etkisini belirlemeye yönelik yapılan çoklu regresyon analizi sonucunda üç alt boyutunda iş tatmini üzerinde negatif yönlü etkisi olduğu tespit edilmiştir. Bu bulgu Başar'ın (2020) karanlık liderlik ölçeğini geliştirdiği araştırmasındaki bulgu ile desteklenmektedir. İlgili araştırmada da karanlık liderliğin bezdiren davranışlar, samimiyetsiz davranışlar, zorbaca davranışlar boyutlarının iş tatmini ile ters yönlü korelasyona sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Öte yandan bu bulgu, Erdal Üngör (2021) tarafından karanlık liderliğin bezdiren davranışlar, samimiyetsiz davranışlar, zorbaca davranışlar boyutlarının iş tatmine olan etkisine yönelik yapılan çoklu regresyon analizi bulgusu ile desteklenmiştir. İlgili araştırmada bezdiren davranışlar ve zorbaca davranışlar boyutlarının iş tatmini negatif yönlü etkilediği görülmüştür. Ayrıca Zengin'de (2019) araştırmasında karanlık liderliğin iş tatminine negatif yönlü etkilediği tespit etmiştir. Bu bağlamda araştırmadaki regresyon analizi sonucuna göre çalışanların karanlık liderlik algılarının arttıkça iş tatmin düzeylerinin azaldığı belirlenmiştir.

Yöneticilere ve araştırmacılara uygulamalarında katkı sunması düşünülen bu araştırmanın birtakım sınırlılıkları bulunmaktadır. Bu sınırlılıklardan ilki araştırmanın deseni ile ilgilidir. Araştırma nedensel taramaya dayalı olup nicel yöntemle kurgulanmıştır. İkinci sınırlılık ise karanlık liderlik değişkenine ilişkindir. Alan yazında karanlık liderliğin ölçülmesinde birçok farklı ölçeğin kullanıldığı görülmektedir. Bazı araştırmalar karanlık liderliği aslında karanlık liderliğin türleri itibarıyla incelediklerini belirtmek gerekir. Örneğin toksik, narsist, yıkıcı, makyavelist gibi karanlık liderliğin alt bileşenleri incelemişlerdir. Bu araştırmada ise salt karanlık liderlik algısı inceleme konusu yapılmıştır. Bir değer sınırlılık örnekleme ilişkindir. Araştırmanın örneklemini bir üniversitedeki akademisyenler oluşturmaktadır. Bu bağlamda gelecekteki araştırmaların farklı örneklem üzerinden karanlık liderlik, performans, iş tatmini, bağlılık, adanmışlık ve sahiplenme gibi değişkenleri konu edinebilirler. Ayrıca karanlık liderlik kavramı türleri itibarıyla inceleme konusu yapılabilir. Bir diğer öneri olarak karanlık kişilik kavramının karanlık liderlik ile ilişkisinin araştırılabilir. Özellikle ilgili yabancı alan yazın karanlık kişilik ve karanlık liderlik türleri arasındaki ilişkiye işaret etmektedir. Bir başka öneri olarak nitel araştırma tekniği ile değişkenler incelendiği takdirde kuramsal katkı sağlanabilir. Son araştırmacılara kamu ve özel sektörden örneklem alınarak karşılaştırmalı bir çalışma yapılması önerilir.

## KAYNAKÇA

- Aasland, M. S., Skogstad, A., Notelaers, G., Nielsen, M. B., & Einarsen, S. (2010). The prevalence of destructive leadership behavior. *British Journal of Management*, 21, 438-452.
- Aboramadan, M., Turkmenoglu, M. A., Dahleez, K. A., & Cicek, B. (2020). Narcissistic leadership and behavioral cynicism in the hotel industry: the role of employee silence and negative workplace gossiping. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*.
- Afacan Fındıklı, M., Okan, G. & Sığırı, Ü. (2019). Karanlık liderlik ölçeği: çalışanların algısı üzerine bir ölçeklendirme çalışması. *Nitel Sosyal Bilimler*, 1(1), 89-115.
- Akyüz, B., Kaya, N. & Aravi, B. (2015). Kamu çalışanlarının iş tatmini üzerinde liderin güç kaynaklarının rolü. *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 13(25), 71-90.
- Alkın, C. & Ünsar, S. (2007). Liderlik özellikleri ve davranışlarının belirlenmesi üzerine bir araştırma. *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 9(3), 75-94.
- Anderson, J. C. & Gerbing, D. W. (1988). Structural equation modeling in practice: A review and recommended two-step approach. *Psychological Bulletin*. 103(3), 411.
- Ashforth, B. (1994). Petty tyranny in organisations. *Human Relations*. 47(7), 755-778.
- Aydemir, P. (2013). *İş görenlerin ücret tatmini, iş tatmini ve performans algısı: Bir uygulama*. Yüksek Lisans Tezi, Bülent Ecevit Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Zonguldak.
- Bagozzi, R. P., & Yi, Y. (1988). On the evaluation of structural equation models. *Journal of The Academy of Marketing Science*. 16(1), 74-94.
- Ballı E. & Çakıcı A., (2016). Karanlık liderliğin örgütsel bağlılık ve örgütsel sessizlik üzerine etkisi: Otel Çalışanları Üzerinde Bir Araştırma. *Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 25(3), 167-180.
- Ballı, E. & Ballı, A. İ. K. (2017). Karanlık liderlik ve örgütsel etik iklim arasındaki ilişki: otel işletmelerinde bir araştırma. *The First International Congress On Future Of Tourism*, 74-81.
- Başar, U. (2019). *Liderin karanlık kişilik özellikleri ile çalışanın tükenmişliği arasındaki ilişkide çalışanın karanlık liderlik algısının aracı rolü: çok düzeyli bir araştırma*. Doktora Tezi. Başkent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Başar, U. (2020). İş yerinde karanlık liderlik algısı ölçeği. *İstanbul Kent Üniversitesi İnsan ve Toplum Bilimleri Dergisi*, 1(1), 70-103.
- Başar, U. & Açıkgöz, S. (2020). *Çalışanın karanlık liderlik algısı ile intikam alma niyeti arasındaki ilişkide nevrotizmin düzenleyici rolü*. 28. Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi. Ankara.
- Başar, U., & Basım, N. (2016). A cross-sectional survey on consequences of nurses' burnout: Moderating role of organizational politics. *Journal of Advanced Nursing*, 72(8), 1838-1850.

- Başar, U., Sığırı, Ü. & Basım, N. (2016). İş yerinde karanlık liderlik. *İş ve İnsan Dergisi*, 3(2), 65-76.
- Benson, M. J., & Campbell, J. P. (2007). To be or not to be linear: An expanded representation of personality and its relationship to leadership performance. *International Journal of Selection and Assessment*, 15(2), 232-249.
- Benson, M.J. & Hogan, R.S. (2008). How dark side leadership personality destroys trust and degrades organisational effectiveness. *Organisations and People*, 15(3), 10-18.
- Bettencourt, L. A., & Brown, S. W. (1997). Contact employees: Relationships among workplace fairness, job satisfaction and prosocial service behaviors. *Journal of Retailing*, 73(1), 39-61.
- Bolelli, M. & Hüseyin, E. (2020). Karanlık üçlünün tükenmişlik üzerindeki etkisinde öz denetimin düzenleyici rolü. (Ed: Mustafa Mete), *İktisadi ve İdari Bilimlerde Teori ve Araştırmalar* (Cilt 2) içinde (s.55-82). Ankara: Gece Kitaplığı.
- Chambers, J. (1999). The job satisfaction of managerial and executive women: revisiting the assumptions. *Journal of Education for Business*, 75(2), 69-74.
- Conger, J. A. (1990). The dark side of leadership. *Organizational Dynamics*, 19(2), 44-55.
- Covey, S. R. (2011). *Etkili insanların 7 alışkanlığı*. (Çev. O. Deniztekin ve F. N. Deniztekin). Varlık: İstanbul.
- Craney, Trevor A., & Surlles, James G. (2002). Model-Dependent variance inflation factor cutoff values. *Quality Engineering*, 14(3) 3: 391-403.
- Çöl, G. (2008). Algılanan güçlendirmenin işgören performansı üzerine etkileri, *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 9(1), 35-46.
- Dilek Barış İ., (2009). *Performans değerlendirme ve bankacılık sektörüne yönelik bir uygulama*. Yüksek Lisans Tezi. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Doğan, E. (2020). Narsist Liderlik. (Ed: Berat Çiçek), *Liderliğin karanlık yönü* (1. Baskı) içinde (s. 79-96). Nobel Yayınları: Ankara.
- Erdal Üngör, J. (2021). Karanlık liderlik davranışlarının iş tatmini üzerindeki etkisi. *Business & Management Studies: An International Journal*, 9(1), 126-136.
- Eren, E. (1991). *Yönetim ve organizasyon*. İşletme Fakültesi Yayın No: 236, İstanbul.
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*. 18(1), 39-50.
- George, D., Mallery, M. (2010). *SPSS for Windows step by step: A simple guide and reference*, 17.0 Update (10a ed.) Boston: Pearson.

- George, Jennifer M. & Gareth R. Jones (2000); *Essentials of managing organisational behavior*. Prentice-Hall: New Jersey.
- Glad, B. (2002). Why tyrants go too far: Malignant narcissism and absolute power. *Political Psychology*, 23(1), 1-37.
- Gümüştekin, K. (2019). *Karanlık liderliğin çalışan algısı üzerine bir uygulama*. Yüksek Lisans Tezi. Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Tatham, R. L. (2006). *Multivariate data analysis* (Vol. 6): Upper Saddle River, NJ: Pearson Prentice Hall.
- Higgs, M. (2009). The good, the bad and the ugly: Leadership and narcissism. *Journal of Change Management*, 9(2), 165-178.
- Hogan, R., & Hogan, J. (2001). Assessing leadership: A view from the dark side. *International Journal of Selection and Assessment*, 9, 40-51.
- Işık, M. (2016). *Kurumsal itibar algısının iş tatminine etkisinde örgütsel özdeşleşmenin aracı rolü ve bir araştırma*. Doktora Tezi, Dicle Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Diyarbakır.
- Işık, M. (2020). *Değişen yönetici tipolojisi: C-Seviye Yöneticiler*, Gazi Kitabevi, Ankara.
- Işık, M., & Çiçek, B. (2019). *İş memnuniyeti ve kariyer tatmini ilişkisinde ik uygulamaları ve çalışma koşullarının düzenleyici rolü*, 27. Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi, Antalya.
- Kale, E. (2015). Lider desteği ve iş arkadaşları desteğinin iş performansı üzerine etkileri: İş Tatmini ve Yaşam Tatmininin Aracı Rolü. *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, 7(14), 103-120.
- Karadağ, M. (2020). İstismarcı liderlik. (Ed: Berat Çiçek), *Liderliğin karanlık yönü* (1. Baskı) içinde (s. 118-140). Nobel Yayınları: Ankara.
- Karakaplan Özer, E. (2020). Etik dışı liderlik. (Ed: Berat Çiçek), *Liderliğin karanlık yönü* (1. Baskı) içinde (s. 55-78). Nobel Yayınları: Ankara.
- Keashly, L. (1998). Emotional abuse in the workplace: Conceptual and empirical issues. *Journal of Emotional Abuse*, 1(1), 85-117.
- Kellerman, B. (2004). *Bad leadership: what it is, how it happens, why it matters*. Boston: Harvard Business School Press.
- Kılıç, A. (2020). Tiran liderlik. (Ed: Berat Çiçek), *Liderliğin karanlık yönü* (1. Baskı) içinde (s. 227-238). Nobel Yayınları: Ankara.
- Kılınç, E. (2020). Yıkıcı liderlik. (Ed: Berat Çiçek), *Liderliğin karanlık yönü* (1. Baskı) içinde (s. 33-54). Nobel Yayınları: Ankara.

- Kızıldaş, E. (2017). *Kültürel değerlere göre karanlık lider algısının çalışan iş performansı etkisi üzerine bir araştırma*. Yüksek lisans tezi, Başkent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Korkmazer, F. (2020). Duygusal bağımlı liderlik (Ed: Berat Çiçek), *Liderliğin karanlık yönü* (1. Baskı) içinde (s. 97-117). Nobel Yayınları: Ankara.
- Lambert, E. G., Minor, K. I., Wells, J. B., & Hogan, N. L. (2016). Social support's relationship to correctional staff job stress, job involvement, job satisfaction, and organizational commitment. *The Social Science Journal*, 53(1), 22-32.
- Locke, E. A. (1976). *The Nature and Causes of Job Satisfaction*, in Marvin Dunnette, Handbook of Industrial and Organizational Psychology, Chicago: Rand McNally.
- Mikkelsen, E. G., & Einarsen, S. (2002). Basic assumptions and symptoms of posttraumatic stress among victims of bullying at work. *European Journal of Work And Organizational Psychologist*, 11(1), 87-111.
- Moscoso, S., & Salgado, J. F. (2004). "Dark Side" personality styles as predictors of task, contextual, and job performance. *International Journal of Selection and Assessment*, 12(4), 356-362.
- Northouse, P. G. (2007). *Leadership: theory and practice*. Sage publications: California.
- Öztürk, M. (2016). *Etik liderlik, lidere güven ve işgören performansı arasındaki karşılıklı ilişkiler üzerine ampirik bir çalışma*. Yüksek Lisans Tezi. Bahçeşehir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Parnell, J. A., Crandall, W, (2003). Propensity for participative decision-making, job satisfaction, organizational commitment, organizational citizenship behavior, and intentions to leave among *egyptian managers*. *The Multinational Business Review*, 11, 36-73.
- Pugh, D. (1991). *Organizational behaviour*. Prentice Hall Interneational (UK) Ltd.).
- Schermelleh-Engel, K., Moosbrugger, H., & Müller, H. (2003). Evaluating the fit of structural equation models: Tests of significance and descriptive goodness-of-fit measures. *Methods of Psychological Research Online*, 8(2), 23-74.
- Schilling, J. (2009). From ineffectiveness to destruction: A qualitative study on the meaning of negative leadership. *Leadership*, 5(1), 102-128.
- Soran, S. (2020). Paranoyak liderlik. (Ed: Berat Çiçek), *Liderliğin karanlık yönü* (1. Baskı) içinde (s. 158-171). Nobel Yayınları: Ankara.
- Söylemez, M. (2020). Kibirli (Hubristik) liderlik. (Ed: Berat Çiçek), *Liderliğin karanlık yönü* (1. Baskı) içinde (s. 141-157). Nobel Yayınları: Ankara.



- Spector, P. E. (1996). *Industrial and organizational psychology: Research and practice*. John Wiley: New York.
- Şimşir, İ., & Seyran, F. (2020). İş tatmininin önemi ve etkileri. *Meyad Akademi*, 1(1), 25-42.
- Tekin, A, Zorba, E. (2001). Spor ve rekreasyon organizasyonlarında etkili liderlik. *Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 1(2), 28-36.
- Tepper, B. (2000). Consequences of abusive supervision. *Academy of Management Journal*, 43(2), 178-190.
- Toker, B. (2007). Demografik değişkenlerin iş tatminine etkileri: İzmir'deki beş ve dört yıldızlı otellere yönelik bir uygulama. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 8(1), 92-107.
- Turunç, Ö. (2010). Organizasyonlarda kontrol algılamalarının örgütsel özdeşleşme ve iş performansına etkisi. *Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 11(1), 251-269.
- Türkmenoğlu, M. (2020). Karanlık lider özellikleri kavşağı: despotik liderlik. (Ed: Berat Çiçek), *Liderliğin karanlık yönü* (1. Baskı) içinde (s. 172-187). Nobel Yayınları: Ankara.
- Uğurlu, F. (2020). Liderin karanlık yüzü: Makyavelist lider. (Ed: Berat Çiçek), *Liderliğin karanlık yönü* (1. Baskı) içinde (s. 188-207). Nobel Yayınları: Ankara.
- Ulukan, M. (2006). *Futbolcuların kulübe bağlılıklarında antrenörün liderlik özelliklerinin rolü*. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı, Doktora Tezi, Konya.
- Uslu, O. (2021). Karanlık liderlik tarzları: kavramsal bir değerlendirme. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 23(2), 901-924.
- Üçüncü, K. (2016). *İş tatmini ve motivasyon*. Karadeniz Teknik Üniversitesi Yayınları: Trabzon.
- Ülbeği, İ. D., Özgen, H. M., & Özgen, H. (2014). Türkiye’de istismarcı yönetim ölçeğinin uyarlaması: güvenilirlik ve geçerlik analizi. *Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 23(1), 1-12.
- Whicker, M. L. (1996). *Toxic leaders: When organizations go bad*. Westport, CT: Quorum Books.
- Yalçınsoy, A. & Işık, M. (2018). Toksik liderlik ile örgütsel bağlılık ve işten ayrılma niyeti ilişkisine yönelik bir araştırma. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 17(3), 1016-1025.
- Yılmaz, H. & Karahan, A. (2010). Liderlik davranışı, örgütsel yaratıcılık ve işgören performansı arasındaki ilişkilerin incelenmesi: Uşak’ta bir araştırma, *Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, 17(2), 145-158.
- Yiğit, S. & Ramazanoğlu, F. (2016). The analysis of self-esteem level of the school of physical education and sports students participating in intercollegiate football contests. *Journal of Human Sciences*, 13(3), 5587-5594.

Yumuşak, S. (2007). İşgörende iş stresini etkileyen faktörlerin incelenmesine yönelik bir araştırma. *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 5(1), 95-106.

Zengin, Y. (2019). Karanlık liderliğin örgütsel seslilik ve iş tatmini üzerindeki etkisi. *Kafkas Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 10(19), 310-337.

Geliş Tarihi:

27.01.2022

Kabul Tarihi:

12.05.2022

Yayımlanma Tarihi:

15.06.2022

Kaynakça Gösterimi: Ayça, B. (2022). Eğitim sürecindeki Z kuşağının evrensel değerlere ve toplumsal konulara yönelik algılarının araştırılması. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 21(43), 327-346. doi: 10.46928/iticusbe.1063712

## EĞİTİM SÜRECİNDEKİ Z KUŞAĞININ EVRENSEL DEĞERLERE VE TOPLUMSAL KONULARA YÖNELİK ALGILARININ ARAŞTIRILMASI

*Araştırma*

Betül Ayça 

Sorumlu Yazar (Correspondence)

Trakya Üniversitesi

[betulayca@gmail.com](mailto:betulayca@gmail.com)

Betül Ayça, Trakya Üniversitesi, Keşan Yusuf Çapraz Uygulamalı Bilimler Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü doktor öğretim üyesidir. Örgütsel davranış, stratejik yönetim, toplam kalite yönetimi alanında dersler vermekte ve bu alanda araştırmalar yapmaktadır.

# EĞİTİM SÜRECİNDEKİ Z KUŞAĞININ EVRENSEL DEĞERLERE VE TOPLUMSAL KONULARA YÖNELİK ALGILARININ ARAŞTIRILMASI

Betül Ayça  
[betulayca@gmail.com](mailto:betulayca@gmail.com)

## Özet

**Amaç:** Bu çalışma, özellikle lise ve üniversitede eğitim gören Z-kuşağının evrensel değerleri ve uluslararası düzeyde önem taşıyan, benlik, sosyal ve kültürel konuları nasıl yorumladıklarını incelemektedir.

**Yöntem:** Bu çalışmada 21 maddeden oluşan “Değerler Ölçeği (Portrait Value Questionnaire)” uygulanmıştır. Bu ölçek, Schwartz (1992;1999; 2012) tarafından “Temel Evrensel Teorisi” çerçevesinde geliştirilmiştir. Uluslararası alanda kabul görmüş, geçerliliği ve güvenilirliği kanıtlanmıştır; ancak ülkemizde şu ana kadar yalnızca birkaç araştırmacı bu ölçeği kullanmıştır. Ayrıca, literatürden yararlanarak 10 maddelik sosyo-kültürel konulara ilişkin bir soru formu hazırlanmış ve ölçekle beraber bu form da uygulanmıştır.

**Bulgular:** Bu çalışmaya, İstanbul, Ankara ve İzmir’de yaşayan toplam 314 lise son sınıf ve lisans öğrencisi katılmıştır. Katılımcılar kolayda örneklem yöntemiyle seçilmiştir. Katılımcıların 187’si (%59,6) kadın ve 127’si (%40,4) de erkektir. Yaş ve gelir seviyesi değişkenine göre güç, başarı, uyarılım, uyum arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmuştur. Kültürel Değerlerin mutluluk üzerinde pozitif bir etkisi olduğu anlaşılmaktadır. Nitekim başarı ve gelenekselcilik ile ilgili değerler sosyo-kültürel konuların %22,8’ini açıklamaktadır.

**Özgünlük:** Mevcut literatür önceki kuşakların çeşitli konulardaki düşüncelerini ve ayrıca eğilimlerini ortaya çıkarmaktadır. Ancak, Z kuşağına ilişkin çalışmaların sayısı hâlâ sınırlıdır. Bu bağlamda, eğitim sürecindeki Z kuşağının evrensel değerler, benlik, toplum ve kültürle ilgili konulara dair tutumlarının incelenmesi literatüre katkıda bulunmaktadır. Ayrıca, bu kuşağın üyeleri yakın gelecekte işgücüne katılacakları için bu çalışma, örgütlere ve pazarlamacılara yakında beraber çalışacakları bireylerin dünya görüşleri ve öncelikleri hakkında bilgi sağlaması açısından da önem taşımaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Z Kuşağı, Evrensel Değerler, Davranış, Toplumsal Konular

**JEL Sınıflandırması:** J10

# INVESTIGATING THE PERCEPTIONS OF GENERATION Z IN THE EDUCATION PROCESS TOWARDS UNIVERSAL VALUES AND SOCIAL ISSUES

## Abstract

**Purpose:** This study investigates how Generation Z, particularly those in high schools and universities, interprets universal values and internationally prominent self, social and cultural issues.

**Method:** “The Value Questionnaire (Portrait Value Questionnaire)” consisting of 21 items was implemented in this study. This questionnaire was developed by Schwartz (1992; 1999; 2012) within his Basic Universal Theory. It is internationally accepted and regarded as valid and reliable; but in our country, up to now, few researchers have previously used this method. Moreover, based on the literature review, a 10-item sociological survey implemented.

**Results:** In this research, 314 senior high school and undergraduate students living in Istanbul, Ankara and Izmir participated. Participants were selected by convenience sampling method. 187 (59.6%) of the participants were female and 127 (40.4%) were male. A statistically significant difference was found between power, achievement, stimulation and adjustment according to age and income level variables. It is understood that cultural values have a positive effect on happiness. As a matter of fact, values related to success and traditionalism explain 22.8% of socio-cultural issues.

**Originality:** The available literature uncovers previous generations’ opinions on various topics and their tendencies; but studies on Generation Z is still limited in number. In this respect, investigating Generation Z’s perception regarding international values, self, social and cultural issues contributes to the literature. Moreover, as members of this generation will join the workforce soon, this study is of prominence since provides organizations and marketers with information on the world views and priorities of their future employees.

**Keywords:** Generation Z, Universal Values, Behavior, Social Issues

**JEL Classification:** J10

## GİRİŞ

İnsanlık tarihinde büyük değişimlere yol açan bilimsel gelişmeler ve toplumsal devinimler bugün yaşananları ve daha önemlisi yarının dünyasını şekillendirmektedir. 20. Yüzyıl başlarındaki iki kuşak arasındaki toplumsal, kültürel ve teknolojik gelişmeler belirleyici olmakla birlikte kuşaklar arasındaki düşünce, algı ve davranışlarda büyük farklılıklar yaratmamıştır. Ancak, 1980'ler ve özellikle internetin giderek yaygınlık kazanmasını sağlayan bilişim ve iletişim teknolojileri ön görülemeyen bir hızla insanları ve yaşam tarzlarını etkilemiştir. 1990'larda Sovyet Sosyalist Birliği'nin çöküşünü izleyen yıllardaki toplumsal değişim bu teknolojik gelişimin sonunda milenyum çağı devrimsel nitelikte farklılaşmalara yol açmış ve zaman içinde insanların, özellikle genç nüfusun geleneklere, geçmişe bakış açısı büyük ölçüde değişmiştir (Beck, Giddens & Lash, 1994). Küreselleşme olgusunun kaçınılmaz etkisi insanların sosyal, kültürel değişikliklerini ortaya çıkarmış ve iş dünyasının kurallarını da farklılaştırmıştır.

Yenilikçi girişimlerin son on yıldaki hızlı yükselişiyle birlikte, yeni yaşam koşullarına alışmaya çalışan iş dünyası; kültürel ve iş gücü değişikliklerinden dolayı stratejik yönetim olarak adlandırılan geleceğe dönük ticari eylemleri planlamak zorunda kalmış ve yeni liderlik tarzları ortaya çıkmıştır. Özellikle son 5 yılda yaşanan finansal krizler, mülteci hareketleri, terör eylemleri, insan hakları anlayışının da değişimiyle sonuçlanmıştır.

Yakın gelecekte karşılaşılabilecek yapay zekâ gibi her türlü yenilik ve her alanda karşılaşılabilecek olası sorunlar hakkında fikir yürütebilmek için bugünün çocuklarına ve gençlerine odaklanmak gerekmektedir. Bu çerçevede tüm akademik toplumda z-kuşağının karakteristiklerini, düşünce, değer ve tutumları ve bunun gelecekteki yansımaları hakkında yapılan araştırma sayısında ciddi artışlar vardır (Mohr & Mohr, 2017; Cole & Marcum, 2015; Sarioğlu & Özgen, 2018; Çetin & Karalar, 2016). Biz insanların siyasal, coğrafi, toplumsal farklılıklar gözetilmeksizin algı, düşünce, tutum ve davranışlarımızı etkileyen evrensel (temel) insani değerler (basic human values) bu nedenle akademik toplumda ilgi odağı olmuştur. George Orwell'in yazdığı gibi, "Her nesil, kendinden öncekinden daha zeki ve kendinden sonra gelen nesilden daha akıllı olduğunu hayal eder." (McCrindle, t.y.).

## KAVRAMSAL ÇERÇEVE

### Kuşakların Tarihsel Kronolojisi

#### *Y kuşağı (1980-1999)*

Litaretür'de farklı zaman dilimleriyle karşılaştıkça ta 1980-2000 yılları arası doğanlara verilen ortak isimdir. Kendinden önceki kuşaklara göre farklılıklar gösteren Y kuşağının en belirgin özelliği özgürlüklerine son derece düşkün olmalarıdır. Emir almaktan hoşlanmayan ve özgür çalışma saatlerine daha uygun bir kuşaktır (Altuntuğ, 2012: 206).

Küreselleşme, iletişim, mobilite ve sanallık, çağdaş toplumumuz ve ekonomimizde dört baskın eğilim olarak tanımlanmıştır. Bilgi ve iletişim teknolojilerindeki gelişmeler devrim devrimsel bir etki yaratmış ve hemen her alanda değişimlerle sonuçlanmıştır (Skinner vd.,2018 :94).

Yenilikçilik ve yaratıcılıkta yetkin olmaları, bunları işe, girişimciliğe dönüştürmedeki başarıları Y kuşağını yenilikçi girişimcilikte de öncü kılmaktadır. Y Kuşağı, çok özgürlük sağlayan, katılımcı yönetimin, ekip çalışmasının yaygın olduğu, çabuk yükselmenin mümkün olduğu işletmelerde, kurumsal işletmelerde çalışmaya yatkındırlar.

Çabuk yükselmek, esnek çalışmak, çok kazanıp çok tüketmek, bilgi teknolojileriyle yaşamak, yenilikçi ve yaratıcı olmak özellikleri dikkate alındığında da Y Kuşağının girişimcilik kariyerine yatkın oldukları yargısına varabiliriz (Akdemir vd., 2013).

### ***Z Kuşağı (2000-2020)***

Z kuşağının ne zaman başladığı ve ne zaman biteceği konusunda tartışmalar var olmakla beraber bu çalışmada 2000 yılından 2020 yılına kadar doğanlar Z Kuşağı üyeleri olarak adlandırılmıştır. Z kuşağının kendini ayırıştırıcı birtakım farklı özelliklere ve değişik bir dünya görüşüne sahip olmaları sebebiyle bu kuşağın üyelerini ayırt edici kılmıştır. Burada dikkat çeken nokta, Z kuşağının küreselleşme olgusunun hız kazanmasıyla bu yeni döneme de en çabuk uyumu sağlayabilen kuşak olmasıdır. Küreselleşmenin, “Yerel olan her türlü ekonomik, toplumsal, kültürel ve politik birikimlerin evrensel biçime dönüşmesi” (Yahyagil, 2019: .94) her toplumda iş ve özel yaşam kurallarını etkilemiş, bu yeni kuşağı da kendi tarzına uyarlamıştır. Bu nesil aynı zamanda sosyal olarak da oldukça bilinçlidir, çok kültürlü örgütlere uyum sağlamaları diğer kuşaklara göre daha yüksektir. İş ve çalışma şekillerine baktığımızda Z kuşağı, yöneticilere bazı benzersiz farklılıklar ortaya koyar. Kariyer imkânı bulduklarında, yöneticiler tarafından oluşturulan farklı sistemlere örneğin, derecelere ve ödüle cevap vermektedirler. Yönetim tarafından uygulanacak yeni sistemlere müzakere edilebilecek bir performans ödül sisteminin olması durumunda daha iyi performans gösterebilmektedirler. (Rodriguez vd., 2019). Z kuşağı, Y kuşağıyla benzer özelliklere sahiptir. Dijitalleşen dünya Z kuşağıyla başladı. Onlar teknolojinin içine doğan, internet ve teknolojilerle birlikte yaşamlarını idame ettiren bir kuşak haline geldi. Gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler ve 3. Dünya ülkeleri de dahil olmak üzere Z kuşağı için internet, tablet ve akıllı telefonlar fizyolojik ihtiyaçları kadar önemli hale gelmiştir.

Özellikle sosyal hayatlarında bir önceki jenerasyona göre galeri ve müze gibi etkinlikleri diğer eğlencelerden daha düşük sıralama eğilimindedirler. Bu yaş grubuyla boş zamanlarında etkileşim kurmanın anahtarı faaliyetler, sanal dünyada da gerçekleştirilecek veya kolaylaştırılabilir sosyal etkileşim, katılım ve deneyimlerin birlikte yaratılmasına yönelik arzuları hedeflemeye odaklanmalıdır (Skinner vd., 2018: 96).

Z kuşağı gerçekten küresel olan ilk nesildir. Sadece güzel sanatlar, müzik, film ve ünlüler onlar için önceki nesiller kadar küresel değildir, aynı zamanda teknoloji, evrensel değerler ve kültürel açıdan farklı değerler, moda, beslenme tarzı, çevrimiçi eğlence, sosyal trendler, iletişim yolları da farklılık göstermektedir (Bkz: <https://generationz.com.au/articles/global/> ) Ayrıca, küreselleşme olgusunun genç kuşakta eşitlik, yeni demokrasi anlayışı, kadın hakları gibi konular modern dünyanın temel ilkelerini hızla aşılarda ve gençlerin dünyaya bakışı değişmektedir (Walby, 2009).

Diğer kuşaklar metin veya ses yoluyla iletişimi tercih etme eğilimindeyken, Z Kuşağı video kullanarak çevresindekilerle daha kolay iletişim kurmakta ve akıllı telefonlara ve sosyal medya kullanımına çok zaman harcamaktadırlar. İçinde olduğumuz dönemi etkileyen bu toplumsal değişime açıklık getirmek için düzenlenen bu çalışma, Z-kuşağının evrensel değerlerinin önem derecesini ve uluslararası ölçekte öne çıkan benlik, sosyal ve kültürel alanda önem kazanan konulara ilişkin görüşlerini öğrenmeyi amaçlamaktadır. Bu bilgi, işletmelerin yakın gelecekteki iş gücüne katılacak gençlerin düşünceleri hakkında fikir sahibi olmaları açısından önemli olacağı düşünülmüştür.

## **YÖNTEM**

### ***Araştırmanın Amacı***

Bunun için günümüzde uluslararası ölçekte geçerlik ve güvenilirliği kanıtlanmış, ülkemizde de çeşitli akademisyenler tarafından kullanılan Schwartz'ın (1992; 1999; 2012) Temel Evrensel Teorisi çerçevesinde geliştirdiği ve 21 maddeden oluşan Değerler Ölçeği (Portrait Value Questionnaire) ile literatürden yararlanarak 10 maddelik sosyo-kültürel konulara ilişkin bir soru formu kullanılmıştır. Araştırmanın verileri İstanbul'daki lise son sınıf ve üniversite lisans öğrencilerinden kolay örneklem yöntemiyle seçilenden internet üzerinden toplanmıştır.

### ***Evren ve Örnekleme***

Araştırmanın verileri İstanbul ve Ankara'daki lise son sınıf ve üniversite lisans öğrencilerinden kolayda örneklem (convenience sampling) yöntemiyle seçilen veriler üzerinden toplanmıştır.

### ***Veri Toplama Teknikleri***

Günümüzde uluslararası ölçekte geçerlik ve güvenilirliği kanıtlanmış, ülkemizde de çeşitli akademisyenler tarafından kullanılan Schwartz'ın (1992; 1999; 2012) Temel Evrensel Teorisi çerçevesinde geliştirdiği ve 21 maddeden oluşan Değerler Ölçeği (Portrait Value Questionnaire) ile yine literatürden yararlanarak 10 maddelik sosyo-kültürel konulara ilişkin bir soru formu kullanılmıştır.

### ***İstatistiksel İncelemeler***

Çalışmada elde edilen bulgular değerlendirilirken, istatistiksel analizler için SPSS (Statistical Package for Social Sciences) for Windows 16.0 programı kullanılmış olup, çalışma verileri değerlendirilirken parametrelerin normal dağılıma uygunluğu Kolmogorov-Smirnov testi ile



değerlendirilmiştir. Çalışma verileri değerlendirilirken tanımlayıcı istatistiksel metotların (Ortalama, Standart sapma, Sayı ve Yüzde) yanı sıra değerlendirmelerde, Niceliksel verilerde normal dağılım gösteren parametrelerin karşılaştırmalarında Varyans analizi ve iki grup arası karşılaştırmalarında Student t test, kullanılmıştır. Niceliksel verilerde normal dağılım göstermeyen parametrelerin karşılaştırmalarında Kruskal-Wallis testi ve Mann-Whitney U testi Niceliksel veriler arasındaki ilişkinin incelenmesi için Pearson Korelasyon Analizi ve aralarında ilişki olan değişkenlerin etki oranlarını görebilmek için de Çoklu Doğrusal Regresyon Analizi yapılmıştır. Sonuçlar %95'lik güven aralığında, anlamlılık  $p < 0.05$  düzeyinde değerlendirildi.

## BULGULAR

Bu çalışmanın verileri toplam 314 katılımcı tarafından gerçekleştirilmiştir. Katılımcıların 187'si (%59,6) kadın ve 127'si (%40,4) de erkektir. Buna göre:

**Tablo 1.** Katılımcıların demografik özelliklerinin dağılımları ve ortalamalarının değerlendirilmesi

| Özellik               | Seçenek                   | N               | %                     |
|-----------------------|---------------------------|-----------------|-----------------------|
| <b>Cinsiyet</b>       | Kadın                     | 187             | 59,6                  |
|                       | Erkek                     | 127             | 40,4                  |
| <b>Gelir Seviyesi</b> | Düşük                     | 14              | 4,5                   |
|                       | Alt Sınıf                 | 51              | 16,2                  |
|                       | Orta Sınıf                | 147             | 46,8                  |
|                       | Üst Orta                  | 94              | 29,9                  |
|                       | Üst Sınıf                 | 8               | 2,5                   |
|                       | <b>En Düşük-En Yüksek</b> | <b>Ortalama</b> | <b>Standart Sapma</b> |
| <b>Yaş</b>            | 12,0-37,0                 | 20,00           | 2,60                  |

Tablo 1'de katılımcıların demografik özelliklerinin dağılımları ve ortalama sonuçları verilmiştir. Buna göre katılımcıların 187'si (%59,6) kadın ve 127'si (%40,4) erkektir. Yaşları 12 ile 37 yıl arasında değişmekte olup, ortalama  $20,0 \pm 2,60$  yıldır. Katılımcıların 14'ü (%4,5) düşük gelire sahip olup, 51'i (%16,2) alt sınıf, 147'si (%46,8) orta sınıf, 94'ü (%29,9) üst orta ve 8'i (%2,5) üst sınıf gelire sahiptir.

**Tablo 2.** Değerler Ölçeği

| Değerler                              | En Düşük | En Yüksek | Ortalama | Standart Sapma |
|---------------------------------------|----------|-----------|----------|----------------|
| Öz Yönetim                            | 4,00     | 12,00     | 9,93     | 1,78           |
| Güç                                   | 2,00     | 12,00     | 8,01     | 2,17           |
| Evenselcilik                          | 6,00     | 18,00     | 15,22    | 2,43           |
| Başarı                                | 2,00     | 12,00     | 9,06     | 2,10           |
| Güvenlik                              | 2,00     | 12,00     | 10,05    | 1,90           |
| Uyarılım                              | 3,00     | 12,00     | 9,23     | 2,15           |
| Uyum                                  | 2,00     | 12,00     | 8,38     | 2,33           |
| Gelenekselcilik                       | 2,00     | 12,00     | 8,41     | 2,04           |
| Hazcılık                              | 4,00     | 12,00     | 10,18    | 1,75           |
| Değerler Ölçeği                       | 8,00     | 16,00     | 13,89    | 1,60           |
| Sosyo-kültürel Konulara İlişkin Ölçek | 19,00    | 40,00     | 30,77    | 3,50           |

Tablo 2'de çalışmaya katılan katılımcılara uygulanan mutluluk ölçeği alt boyutları, Değerler Ölçeği ve Sosyo-kültürel Konulara İlişkin Ölçeğin aldıkları en düşük, en yüksek, ortalama ve standart sapma sonuçları verilmiştir. Buna göre öz yönetim puanları 4 ile 12 puan arasında değişmekte olup, ortalama

9,93±1,78 puandır. Güç puanları 2 ile 12 puan arasında değişmekte olup, ortalama 8,01±2,17 puandır. Evrenselcilik puanları 6 ile 18 puan arasında değişmekte olup, ortalama 15,22±2,43 puandır. Başarı puanları 2 ile 12 puan arasında değişmekte olup, ortalama 9,06±2,10 puandır. Güvenlik puanları 2 ile 12 puan arasında değişmekte olup, ortalama 10,05±1,90 puandır. Uyarılım puanları 3 ile 12 puan arasında değişmekte olup, ortalama 9,23±2,15 puandır. Uyum puanları 2 ile 12 puan arasında değişmekte olup, ortalama 8,38±2,33 puandır. Gelenekselcilik puanları 2 ile 12 puan arasında değişmekte olup, ortalama 8,41±2,04 puandır. Hazcılık puanları 4 ile 12 puan arasında değişmekte olup, ortalama 10,18±1,75 puandır. Değerler Ölçeği puanları 8 ile 16 puan arasında değişmekte olup, ortalama 13,89±1,60 puandır. Sosyo-kültürel Konulara İlişkin Ölçek puanları 19 ile 40 puan arasında değişmekte olup, ortalama 30,77±3,50puandır.

**Tablo 3.** Korelasyon analizi

|  |   | Öz.    | Güç.   | Evrn.  | Başarı | Güv.   | Uyar.  | Güç.   | Uyum   | Gelen. | Haz.   | Değ.  | Sos. |
|--|---|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|-------|------|
| Öz.  | R | 1      |        |        |        |        |        |        |        |        |        |       |      |
|  | P |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |       |      |
|  | N | 314    |        |        |        |        |        |        |        |        |        |       |      |
| Güç  | R | ,094   | 1      |        |        |        |        | 1      |        |        |        |       |      |
|  | P | ,098   |        |        |        |        | ,098   |        |        |        |        |       |      |
|  | N | 314    | 314    |        |        |        | 314    | 314    |        |        |        |       |      |
| Evrn.  | R | ,472** | ,007   | 1      |        |        | ,472** | ,007   |        |        |        |       |      |
|  | P | ,000   | ,902   |        |        |        | ,000   | ,902   |        |        |        |       |      |
|  | N | 314    | 314    | 314    |        |        | 314    | 314    |        |        |        |       |      |
| Başarı   | R | ,329** | ,472** | ,201** | 1      |        | ,329** | ,472** |        |        |        |       |      |
|  | P | ,000   | ,000   | ,000   |        |        | ,000   | ,000   |        |        |        |       |      |
|  | N | 314    | 314    | 314    | 314    |        | 314    | 314    |        |        |        |       |      |
| Güv.   | R | ,158** | ,244** | ,368** | ,337** | 1      | ,158** | ,244** |        |        |        |       |      |
|  | P | ,005   | ,000   | ,000   | ,000   |        | ,005   | ,000   |        |        |        |       |      |
|  | N | 314    | 314    | 314    | 314    | 314    | 314    | 314    |        |        |        |       |      |
| Uyar.  | R | ,490** | ,200** | ,345** | ,332** | ,039   | ,490** | ,200** |        |        |        |       |      |
|  | P | ,000   | ,000   | ,000   | ,000   | ,494   | ,000   | ,000   |        |        |        |       |      |
|  | N | 314    | 314    | 314    | 314    | 314    | 314    | 314    |        |        |        |       |      |
| Uyum.  | R | -,032  | ,108   | ,152** | ,114*  | ,312** | -,032  | ,108   | 1      |        |        |       |      |
|  | P | ,574   | ,056   | ,007   | ,043   | ,000   | ,574   | ,056   |        |        |        |       |      |
|  | N | 314    | 314    | 314    | 314    | 314    | 314    | 314    | 314    |        |        |       |      |
| Gelenek.   | R | ,004   | ,015   | ,206** | ,050   | ,181** | ,004   | ,015   | ,394** | 1      |        |       |      |
|  | P | ,946   | ,788   | ,000   | ,378   | ,001   | ,946   | ,788   | ,000   |        |        |       |      |
|  | N | 314    | 314    | 314    | 314    | 314    | 314    | 314    | 314    | 314    |        |       |      |
| Hazcı.   | R | ,432** | ,175** | ,457** | ,308** | ,185** | ,432** | ,175** | ,020   | ,093   | 1      |       |      |
|  | P | ,000   | ,002   | ,000   | ,000   | ,001   | ,000   | ,002   | ,719   | ,101   |        |       |      |
|  | N | 314    | 314    | 314    | 314    | 314    | 314    | 314    | 314    | 314    | 314    |       |      |
| Değerler<br>Ölçeği                                 | R | ,236** | ,181** | ,290** | ,242** | ,257** | ,236** | ,181** | ,138*  | ,045   | ,154** | 1     |      |
|  | P | ,000   | ,001   | ,000   | ,000   | ,000   | ,000   | ,001   | ,015   | ,430   | ,006   |       |      |
|  | N | 312    | 312    | 312    | 312    | 312    | 312    | 312    | 312    | 312    | 312    | 312   |      |
| Sosyo-<br>kültürel<br>Konulara<br>İlişkin<br>Ölçek | R | ,174** | ,026   | ,276** | ,262** | ,226** | ,174** | ,026   | ,154** | ,358** | ,180** | ,139* | 1    |
|  | P | ,002   | ,652   | ,000   | ,000   | ,000   | ,002   | ,652   | ,007   | ,000   | ,001   | ,014  |      |
|  | N | 311    | 311    | 311    | 311    | 311    | 311    | 311    | 311    | 311    | 311    | 310   | 311  |

\*\* $p < ,01$

\* $p < ,05$

*H<sub>1</sub>: Değer ölçeği alt boyutları ile Değerler Ölçeği arasında pozitif yönde bir ilişki vardır.*

*H<sub>2</sub>: Değer ölçeği alt boyutları ile Sosyo-kültürel Konulara İlişkin Ölçek arasında pozitif yönde bir ilişki vardır.*

*H<sub>3</sub>: Değerler Ölçeği ile Sosyo-kültürel Konulara İlişkin Ölçek arasında pozitif yönde bir ilişki vardır.*

Tablo 3'te ölçeklerin birbirleri ile olan ilişkisinin incelenmesine ilişkin Pearson Korelasyon analizi test sonuçları verilmiştir. Buna göre öz yönetim ile evrenselcilik arasında istatistiksel olarak pozitif yönde orta şiddette bir ilişki vardır ( $p<,01$ ). Bir başka ifadeyle öz yönetim artarken evrenselcilikte artmaktadır.

Öz yönetim ile başarı arasında istatistiksel olarak pozitif yönde orta şiddette bir ilişki vardır ( $p<,01$ ). Bir başka ifadeyle öz yönetim artarken başarıda artmaktadır.

Öz yönetim ile güvenlik arasında istatistiksel olarak pozitif yönde zayıf bir ilişki vardır ( $p<,01$ ). Bir başka ifadeyle öz yönetim artarken güvenlikte artmaktadır.

Öz yönetim ile uyarılım arasında istatistiksel olarak pozitif yönde orta şiddette bir ilişki vardır ( $p<,01$ ). Bir başka ifadeyle öz yönetim artarken uyarılım da artmaktadır.

Öz yönetim ile hazcılık arasında istatistiksel olarak pozitif yönde orta şiddette bir ilişki vardır ( $p<,01$ ). Bir başka ifadeyle öz yönetim artarken hazcılıkta artmaktadır.

Öz yönetim ile Değerler Ölçeği arasında istatistiksel olarak pozitif yönde zayıf bir ilişki vardır ( $p<,01$ ). Bir başka ifadeyle öz yönetim artarken Değerler Ölçeği de artmaktadır.

Öz yönetim ile Sosyo-kültürel Konulara İlişkin Ölçek arasında istatistiksel olarak pozitif yönde zayıf bir ilişki vardır ( $p<,01$ ). Bir başka ifadeyle öz yönetim artarken ölçek3 de artmaktadır.

Güç ile başarı arasında istatistiksel olarak pozitif yönde orta şiddette bir ilişki vardır ( $p<,01$ ). Bir başka ifadeyle güç artarken başarıda artmaktadır.

Güç ile güvenlik arasında istatistiksel olarak pozitif yönde zayıf bir ilişki vardır ( $p<,01$ ). Bir başka ifadeyle güç artarken güvenlikte artmaktadır.

Güç ile uyarılım arasında istatistiksel olarak pozitif yönde zayıf bir ilişki vardır ( $p<,01$ ). Bir başka ifadeyle güç artarken uyarılımda artmaktadır.

Güç ile hazcılık arasında istatistiksel olarak pozitif yönde zayıf bir ilişki vardır ( $p<,01$ ). Bir başka ifadeyle güç artarken hazcılıkta artmaktadır.

Güç ile Değerler Ölçeği arasında istatistiksel olarak pozitif yönde zayıf bir ilişki vardır ( $p<,01$ ). Bir başka ifadeyle güç artarken Değerler Ölçeği de artmaktadır.

Evrenselcilik ile başarı arasında istatistiksel olarak pozitif yönde zayıf bir ilişki vardır ( $p<,01$ ). Bir başka ifadeyle evrenselcilik artarken başarıda artmaktadır.

Evrenselcilik ile güvenlik arasında istatistiksel olarak pozitif yönde orta şiddette bir ilişki vardır ( $p<,01$ ). Bir başka ifadeyle evrenselcilik artarken güvenlikte artmaktadır.

Evrenselcilik ile uyarılım arasında istatistiksel olarak pozitif yönde orta şiddette bir ilişki vardır ( $p<,01$ ). Bir başka ifadeyle evrenselcilik artarken uyarılımda artmaktadır.

Evrenselcilik ile uyum arasında istatistiksel olarak pozitif yönde zayıf bir ilişki vardır ( $p<,01$ ). Bir başka ifadeyle evrenselcilik artarken uyumda artmaktadır.

Evrenselcilik ile gelenekselcilik arasında istatistiksel olarak pozitif yönde zayıf bir ilişki vardır ( $p<,01$ ). Bir başka ifadeyle evrenselcilik artarken gelenekselcilikte artmaktadır.

Evrenselcilik ile hazcılık arasında istatistiksel olarak pozitif yönde orta şiddette bir ilişki vardır ( $p<,01$ ). Bir başka ifadeyle evrenselcilik artarken hazcılıkta artmaktadır.

Evrenselcilik ile Değerler Ölçeği arasında istatistiksel olarak pozitif yönde zayıf bir ilişki vardır ( $p<,01$ ). Bir başka ifadeyle evrenselcilik artarken Değerler Ölçeği de artmaktadır.

Evrenselcilik ile Sosyo-kültürel Konulara İlişkin Ölçek arasında istatistiksel olarak pozitif yönde zayıf bir ilişki vardır ( $p<,01$ ). Bir başka ifadeyle evrenselcilik artarken Sosyo-kültürel Konulara İlişkin Ölçek de artmaktadır.

Başarı ile güvenlik arasında istatistiksel olarak pozitif yönde orta şiddette bir ilişki vardır ( $p<,01$ ). Bir başka ifadeyle başarı artarken güvenlikte artmaktadır.

Başarı ile uyarılım arasında istatistiksel olarak pozitif yönde orta şiddette bir ilişki vardır ( $p<,01$ ). Bir başka ifadeyle başarı artarken uyarılımda artmaktadır.

Başarı ile uyum arasında istatistiksel olarak pozitif yönde zayıf bir ilişki vardır ( $p<,01$ ). Bir başka ifadeyle başarı artarken uyumda artmaktadır.

Başarı ile hazcılık arasında istatistiksel olarak pozitif yönde orta şiddette bir ilişki vardır ( $p<,01$ ). Bir başka ifadeyle başarı artarken hazcılıkta artmaktadır.

Başarı ile Değerler Ölçeği arasında istatistiksel olarak pozitif yönde zayıf bir ilişki vardır ( $p<,01$ ). Bir başka ifadeyle başarı artarken Değerler Ölçeği de artmaktadır.

Başarı ile Sosyo-kültürel Konulara İlişkin Ölçek arasında istatistiksel olarak pozitif yönde zayıf bir ilişki vardır ( $p<,01$ ). Bir başka ifadeyle başarı artarken Sosyo-kültürel Konulara İlişkin Ölçek de artmaktadır.

Güvenlik ile uyum arasında istatistiksel olarak pozitif yönde orta şiddette bir ilişki vardır ( $p<,01$ ). Bir başka ifadeyle güvenlik artarken uyumda artmaktadır.

Güvenlik ile gelenekselcilik arasında istatistiksel olarak pozitif yönde zayıf bir ilişki vardır ( $p<,01$ ). Bir başka ifadeyle güvenlik artarken gelenekselcilikte artmaktadır.

Güvenlik ile hazcılık arasında istatistiksel olarak pozitif yönde zayıf bir ilişki vardır ( $p<,01$ ). Bir başka ifadeyle güvenlik artarken hazcılıkta artmaktadır.

Güvenlik ile Değerler Ölçeği arasında istatistiksel olarak pozitif yönde zayıf bir ilişki vardır ( $p<,01$ ). Bir başka ifadeyle güvenlik artarken Değerler Ölçeği de artmaktadır.

Güvenlik ile Sosyo-kültürel Konulara İlişkin Ölçek arasında istatistiksel olarak pozitif yönde zayıf bir ilişki vardır ( $p<,01$ ). Bir başka ifadeyle güvenlik artarken Sosyo-kültürel Konulara İlişkin Ölçek de artmaktadır.

Uyarılım ile hazcılık arasında istatistiksel olarak pozitif yönde zayıf bir ilişki vardır ( $p<,01$ ). Bir başka ifadeyle uyarılım artarken hazcılıkta artmaktadır.

Uyarılım ile Sosyo-kültürel Konulara İlişkin Ölçek arasında istatistiksel olarak pozitif yönde zayıf bir ilişki vardır ( $p<,05$ ). Bir başka ifadeyle uyarılım artarken Sosyo-kültürel Konulara İlişkin Ölçek de artmaktadır.

Uyum ile gelenekselcilik arasında istatistiksel olarak pozitif yönde zayıf bir ilişki vardır ( $p<,01$ ). Bir başka ifadeyle uyum artarken gelenekselcilikte artmaktadır.

Uyum ile Değerler Ölçeği arasında istatistiksel olarak pozitif yönde zayıf bir ilişki vardır ( $p<,05$ ). Bir başka ifadeyle uyum artarken Değerler Ölçeği de artmaktadır.

Uyum ile Sosyo-kültürel Konulara İlişkin Ölçek arasında istatistiksel olarak pozitif yönde zayıf bir ilişki vardır ( $p<,01$ ). Bir başka ifadeyle uyum artarken Sosyo-kültürel Konulara İlişkin Ölçek de artmaktadır.

Gelenekselcilik ile Sosyo-kültürel Konulara İlişkin Ölçek arasında istatistiksel olarak pozitif yönde zayıf bir ilişki vardır ( $p<,01$ ). Bir başka ifadeyle gelenekselcilik artarken Sosyo-kültürel Konulara İlişkin Ölçek de artmaktadır.

Hazcılık ile Değerler Ölçeği arasında istatistiksel olarak pozitif yönde zayıf bir ilişki vardır ( $p<,05$ ). Bir başka ifadeyle hazcılık artarken Değerler Ölçeği de artmaktadır.

Hazcılık ile Sosyo-kültürel Konulara İlişkin Ölçek arasında istatistiksel olarak pozitif yönde zayıf bir ilişki vardır ( $p<,01$ ). Bir başka ifadeyle hazcılık artarken Sosyo-kültürel Konulara İlişkin Ölçek de artmaktadır.

Değerler Ölçeği ile Sosyo-kültürel Konulara İlişkin Ölçek arasında istatistiksel olarak pozitif yönde zayıf bir ilişki vardır ( $p<,01$ ). Bir başka ifadeyle Değerler Ölçeği artarken Sosyo-kültürel Konulara İlişkin Ölçek de artmaktadır.

**Tablo 4.** Cinsiyetlerine göre sosyo-kültürel konulara ilişkin ölçek ün ortalamaları arasındaki farklılığın incelenmesi

|                                       | <b>Kadın</b>  | <b>Erkek</b>  | <b>P</b>     |
|---------------------------------------|---------------|---------------|--------------|
|                                       | <b>Ort±SS</b> | <b>Ort±SS</b> |              |
| Sosyo-kültürel Konulara İlişkin Ölçek | 31,14±3,21    | 30,24±3,84    | <b>,026*</b> |

\* $p < ,05$

*H<sub>4</sub>: Cinsiyet değişkeni ile Sosyo-kültürel Konulara İlişkin Ölçek arasında anlamlı bir farklılık vardır.*

Tablo 4’te katılımcıların cinsiyetlerine göre Sosyo-kültürel Konulara İlişkin Ölçek ün ortalamaları arasındaki farklılığın incelenmesine ilişkin bağımsız örneklem t testi analiz sonuçları verilmiştir. Buna göre cinsiyetlerine göre Sosyo-kültürel Konulara İlişkin Ölçek ün ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık vardır ( $p < ,05$ ). Kadınların Sosyo-kültürel Konulara İlişkin Ölçek ortalamaları erkeklerin Sosyo-kültürel Konulara İlişkin Ölçek ortalamalarından anlamlı düzeyde yüksektir.

**Tablo 5.** Gelir seviyesine göre sosyo-kültürel konulara ilişkin ölçek ün ortalamaları arasındaki farklılığın incelenmesi

|                                       | <b>Gelir Seviyesi</b> |                  |                   |                 |                  | <b>P</b>     |
|---------------------------------------|-----------------------|------------------|-------------------|-----------------|------------------|--------------|
|                                       | <b>Düşük</b>          | <b>Alt Sınıf</b> | <b>Orta Sınıf</b> | <b>Üst Orta</b> | <b>Üst Sınıf</b> |              |
|                                       | <b>Ort±SS</b>         | <b>Ort±SS</b>    | <b>Ort±SS</b>     | <b>Ort±SS</b>   | <b>Ort±SS</b>    |              |
| Sosyo-kültürel Konulara İlişkin Ölçek | 30,0±5,01             | 31,70±3,68       | 30,89±3,44        | 27,50±3,66      | 30,77±3,50       | <b>,017*</b> |

\* $p < ,05$

*H<sub>5</sub>: Gelir seviyesi değişkeni ile Sosyo-kültürel Konulara İlişkin Ölçek arasında anlamlı bir farklılık vardır.*

Tablo 5’te katılımcıların gelir seviyelerine göre Sosyo-kültürel Konulara İlişkin Ölçek ün ortalamaları arasındaki farklılığın incelenmesine ilişkin One-Way ANOVA testi analiz sonuçları verilmiştir. Buna göre gelir seviyelerine göre Sosyo-kültürel Konulara İlişkin Ölçek ün ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık vardır ( $p < ,05$ ). Anlamlılığın nerden kaynaklandığını bulmak için yapılan Post-Hoc analizi sonucunda alt sınıf geliri olanların Sosyo-kültürel Konulara İlişkin Ölçek ortalamaları, üst-orta ( $p: ,046$ ) ve üst sınıf olanların ( $p: ,002$ ) Sosyo-kültürel Konulara İlişkin Ölçek ortalamalarından anlamlı düzeyde yüksektir. Üst sınıf geliri olanların Sosyo-kültürel Konulara İlişkin Ölçek ortalamaları, üst-orta ( $p: ,007$ ) ve üst sınıf olanların ( $p: ,019$ ) Sosyo-kültürel Konulara İlişkin Ölçek ortalamalarından anlamlı düzeyde yüksektir.

**Tablo 6.** Yaş değişkeni ile sosyo-kültürel konulara ilişkin ölçek arasındaki ilişkisinin incelenmesi

|                                       | <b>Yaş</b> |          |
|---------------------------------------|------------|----------|
|                                       | <b>R</b>   | <b>P</b> |
| Sosyo-kültürel Konulara İlişkin Ölçek | ,012       | ,839     |

*H<sub>6</sub>: Yaş değişkeni ile Sosyo-kültürel Konulara İlişkin Ölçek arasında pozitif yönde bir ilişki vardır.*

Tablo 6’da yaş değişkeni ile Sosyo-kültürel Konulara İlişkin Ölçek arasındaki ilişkinin incelenmesine ilişkin Pearson Korelasyon analizi test sonuçları verilmiştir. Buna göre yaş değişkeni ile Sosyo-kültürel Konulara İlişkin Ölçek arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki yoktur ( $p>,05$ ).

**Tablo 7.** Yaş değişkeni ile öz yönetim, güç, evrensellik, başarı, güvenlik, uyarılım, uyum, gelenekselcilik, hazcılık ve değerler ölçeği arasındaki ilişkinin incelenmesi

|                        | Yaş  |        |
|------------------------|------|--------|
|                        | R    | P      |
| <b>Öz Yönetim</b>      | ,153 | ,007** |
| <b>Güç</b>             | ,147 | ,009** |
| <b>Evrensellelik</b>   | ,150 | ,008** |
| <b>Başarı</b>          | ,096 | ,090   |
| <b>Güvenlik</b>        | ,229 | ,000** |
| <b>Uyarılım</b>        | ,061 | ,285   |
| <b>Uyum</b>            | ,110 | ,052   |
| <b>Gelenekselcilik</b> | ,056 | ,321   |
| <b>Hazcılık</b>        | ,116 | ,040*  |
| <b>Değerler Ölçeği</b> | ,127 | ,024*  |

\*\* $p<,01$  \* $p<,05$

*H<sub>7</sub>: Yaş değişkeni ile Değerler arasında pozitif yönde bir ilişki vardır.*

Tablo 7’de yaş değişkeni ile öz yönetim, güç, evrensellik, başarı, güvenlik, uyarılım, uyum, gelenekselcilik, hazcılık ve Değerler Ölçeği arasındaki ilişkinin incelenmesine ilişkin Pearson Korelasyon analizi test sonuçları verilmiştir. Buna göre yaş değişkeni ile başarı, uyarılım, uyum, gelenekselcilik arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki yoktur ( $p>,05$ ).

Yaş değişkeni ile öz yönetim arasında istatistiksel olarak pozitif yönde zayıf bir ilişki vardır ( $p<,01$ ). Bir başka ifadeyle yaş artarken öz yönetimde artmaktadır.

Yaş değişkeni ile güç arasında istatistiksel olarak pozitif yönde zayıf bir ilişki vardır ( $p<,01$ ). Bir başka ifadeyle yaş artarken güçte artmaktadır.

Evrensellelik değişkeni ile güç arasında istatistiksel olarak pozitif yönde zayıf bir ilişki vardır ( $p<,01$ ). Bir başka ifadeyle yaş artarken evrensellelikte artmaktadır.

Evrensellelik değişkeni ile güvenlik arasında istatistiksel olarak pozitif yönde zayıf bir ilişki vardır ( $p<,01$ ). Bir başka ifadeyle yaş artarken güvenlikte artmaktadır.

Evrensellelik değişkeni ile hazcılık arasında istatistiksel olarak pozitif yönde zayıf bir ilişki vardır ( $p<,05$ ). Bir başka ifadeyle yaş artarken hazcılıkta artmaktadır.

Evrensellelik değişkeni ile Değerler arasında istatistiksel olarak pozitif yönde zayıf bir ilişki vardır ( $p<,05$ ). Bir başka ifadeyle yaş artarken Değerler Ölçeği de artmaktadır.

**Tablo 8.** Cinsiyet değişkenine göre öz yönetim, güç, evrensellik, başarı, güvenlik, uyarılım, uyum, gelenekselcilik, hazcılık ve değerler ölçeği puanlarının karşılaştırılmasına

|                        | <b>Gruplar</b> | <b>N</b> | <b>Xsıra</b> | <b>Σ sıra</b> | <b>U</b>  | <b>Z</b> | <b>P</b>      |
|------------------------|----------------|----------|--------------|---------------|-----------|----------|---------------|
| <b>Öz Yönetim</b>      | Kadın          | 187      | 168,0<br>5   | 31426,00      | 9901,000  | -2,547   | <b>,011*</b>  |
|                        | Erkek          | 127      | 141,9<br>6   | 18029,00      |           |          |               |
|                        | Total          | 314      |              |               |           |          |               |
| <b>Güç</b>             | Kadın          | 187      | 154,8<br>6   | 28958,50      | 11380,500 | -,632    | <b>,527</b>   |
|                        | Erkek          | 127      | 161,3<br>9   | 20496,50      |           |          |               |
|                        | Total          | 314      |              |               |           |          |               |
| <b>Evrenselcilik</b>   | Kadın          | 187      | 175,2<br>9   | 32779,00      | 8548,000  | -4,264   | <b>,000**</b> |
|                        | Erkek          | 127      | 131,3<br>1   | 16676,00      |           |          |               |
|                        | Total          | 314      |              |               |           |          |               |
| <b>Başarı</b>          | Kadın          | 187      | 161,6<br>3   | 30225,50      | 11101,500 | -,990    | <b>,322</b>   |
|                        | Erkek          | 127      | 151,4<br>1   | 19229,50      |           |          |               |
|                        | Total          | 314      |              |               |           |          |               |
| <b>Güvenlik</b>        | Kadın          | 187      | 172,1<br>2   | 32187,00      | 9140,000  | -3,536   | <b>,000**</b> |
|                        | Erkek          | 127      | 135,9<br>7   | 17268,00      |           |          |               |
|                        | Total          | 314      |              |               |           |          |               |
| <b>Uyarılım</b>        | Kadın          | 187      | 162,2<br>0   | 30331,00      | 10996,000 | -1,125   | <b>,261</b>   |
|                        | Erkek          | 127      | 150,5<br>8   | 19124,00      |           |          |               |
|                        | Total          | 314      |              |               |           |          |               |
| <b>Uyum</b>            | Kadın          | 187      | 159,6<br>2   | 29849,50      | 11477,500 | -,507    | <b>,612</b>   |
|                        | Erkek          | 127      | 154,3<br>7   | 19605,50      |           |          |               |
|                        | Total          | 314      |              |               |           |          |               |
| <b>Gelenekselcilik</b> | Kadın          | 187      | 166,8<br>3   | 31198,00      | 10129,000 | -2,236   | <b>,025*</b>  |
|                        | Erkek          | 127      | 143,7<br>6   | 18257,00      |           |          |               |
|                        | Total          | 314      |              |               |           |          |               |
| <b>Hazcılık</b>        | Kadın          | 187      | 170,2<br>2   | 31832,00      | 9495,000  | -3,085   | <b>,002**</b> |
|                        | Erkek          | 127      | 138,7<br>6   | 17623,00      |           |          |               |
|                        | Total          | 314      |              |               |           |          |               |
| <b>Değerler Ölçeği</b> | Kadın          | 186      | 163,0<br>9   | 30334,00      | 10493,000 | -1,601   | <b>,109</b>   |
|                        | Erkek          | 126      | 146,7<br>8   | 18494,00      |           |          |               |
|                        | Total          | 312      |              |               |           |          |               |

\*\* $p < ,01$  \* $p < ,05$

$H_9$ : Cinsiyet değişkeni ile mutluluk arasında pozitif yönde bir ilişki vardır.

$H_{10}$ : Cinsiyet değişkeni ile Değerler arasında pozitif yönde bir ilişki vardır.



Tablo 8’de cinsiyet değişkenine göre öz yönetim, güç, evrensellik, başarı, güvenlik, uyarılım, uyum, gelenekselcilik, hazcılık ve Değerler Ölçeği ölçek puanlarının karşılaştırılmasına ilişkin parametrik olmayan Mann Whitney U testi sonuçları verilmiştir. Buna göre cinsiyet değişkenine göre güç, başarı, uyarılım, uyum ve Değerler Ölçeği puanlarında istatistiksel olarak anlamlı farklılık yoktur ( $p>,05$ ).

Öz yönetim ölçeği puanlarında kadınların lehine anlamlı fark bulunmuştur ( $z=-2,547$ ;  $p<,05$ ). Bir başka ifadeyle kadınların öz yönetim duyguları erkeklerinkinden anlamlı şekilde daha yüksektir.

Evrenselcilik ölçeği puanlarında kadınların lehine anlamlı fark bulunmuştur ( $z=-4,264$ ;  $p<,01$ ). Bir başka ifadeyle kadınların evrenselcilik duyguları erkeklerinkinden anlamlı şekilde daha yüksektir.

Güvenlik ölçeği puanlarında kadınların lehine anlamlı fark bulunmuştur ( $z=-3,536$ ;  $p<,01$ ). Bir başka ifadeyle kadınların güvenlik duyguları erkeklerinkinden anlamlı şekilde daha yüksektir.

Gelenekselcilik ölçeği puanlarında kadınların lehine anlamlı fark bulunmuştur ( $z=-2,236$ ;  $p<,05$ ). Bir başka ifadeyle kadınların gelenekselcilik duyguları erkeklerinkinden anlamlı şekilde daha yüksektir.

Hazcılık ölçeği puanlarında kadınların lehine anlamlı fark bulunmuştur ( $z=-3,085$ ;  $p<,05$ ). Bir başka ifadeyle kadınların hazcılık duyguları erkeklerinkinden anlamlı şekilde daha yüksektir.

**Tablo 9.** Katılımcıların gelir seviyelerine göre öz yönetim, güç, evrensellik, başarı, güvenlik, uyarılım, uyum, gelenekselcilik, hazcılık ve değerler ölçeği karşılaştırma

| Puan          | Gruplar     | N   | $\bar{x}_{sıra}$ | $\chi^2$ | Sd | P             |
|---------------|-------------|-----|------------------|----------|----|---------------|
| Özyönetim     | Düşük Gelir | 14  | 145,68           | 3,927    | 4  | <b>,416</b>   |
|               | Alt Sınıf   | 51  | 140,98           |          |    |               |
|               | Orta Sınıf  | 147 | 157,38           |          |    |               |
|               | Üst Orta    | 94  | 169,59           |          |    |               |
|               | Üst Sınıf   | 8   | 143,56           |          |    |               |
| Güç           | Düşük Gelir | 14  | 113,25           | 20,435   | 4  | <b>,000**</b> |
|               | Alt Sınıf   | 51  | 126,85           |          |    |               |
|               | Orta Sınıf  | 147 | 152,26           |          |    |               |
|               | Üst Orta    | 94  | 186,42           |          |    |               |
|               | Üst Sınıf   | 8   | 186,88           |          |    |               |
| Evrenselcilik | Düşük Gelir | 14  | 136,04           | 3,189    | 4  | <b>,527</b>   |
|               | Alt Sınıf   | 51  | 152,32           |          |    |               |
|               | Orta Sınıf  | 147 | 154,19           |          |    |               |
|               | Üst Orta    | 94  | 169,93           |          |    |               |
|               | Üst Sınıf   | 8   | 142,81           |          |    |               |
| Başarı        | Düşük Gelir | 14  | 126,29           | 8,368    | 4  | <b>,079</b>   |
|               | Alt Sınıf   | 51  | 134,01           |          |    |               |
|               | Orta Sınıf  | 147 | 162,39           |          |    |               |
|               | Üst Orta    | 94  | 169,88           |          |    |               |
|               | Üst Sınıf   | 8   | 126,50           |          |    |               |
| Güvenlik      | Düşük Gelir | 14  | 119,18           | 10,926   | 4  | <b>0,27*</b>  |
|               | Alt Sınıf   | 51  | 127,90           |          |    |               |
|               | Orta Sınıf  | 147 | 163,64           |          |    |               |
|               | Üst Orta    | 94  | 170,23           |          |    |               |

|                 |             |     |        |       |   |             |
|-----------------|-------------|-----|--------|-------|---|-------------|
|                 | Üst Sınıf   | 8   | 150,88 |       |   |             |
| Uyarılım        | Düşük Gelir | 14  | 161,86 | 1,901 | 4 | <b>,754</b> |
|                 | Alt Sınıf   | 51  | 148,89 |       |   |             |
|                 | Orta Sınıf  | 147 | 153,61 |       |   |             |
|                 | Üst Orta    | 94  | 167,24 |       |   |             |
|                 | Üst Sınıf   | 8   | 161,75 |       |   |             |
| Uyum            | Düşük Gelir | 14  | 162,00 | 5,170 | 4 | <b>,270</b> |
|                 | Alt Sınıf   | 51  | 164,46 |       |   |             |
|                 | Orta Sınıf  | 147 | 145,52 |       |   |             |
|                 | Üst Orta    | 94  | 171,19 |       |   |             |
|                 | Üst Sınıf   | 8   | 164,50 |       |   |             |
| Gelenekselcilik | Düşük Gelir | 14  | 156,79 | 1,339 | 4 | <b>,855</b> |
|                 | Alt Sınıf   | 51  | 147,98 |       |   |             |
|                 | Orta Sınıf  | 147 | 155,75 |       |   |             |
|                 | Üst Orta    | 94  | 164,51 |       |   |             |
|                 | Üst Sınıf   | 8   | 169,19 |       |   |             |
| Hazcılık        | Düşük Gelir | 14  | 164,14 | 2,097 | 4 | <b>,718</b> |
|                 | Alt Sınıf   | 51  | 146,78 |       |   |             |
|                 | Orta Sınıf  | 147 | 160,03 |       |   |             |
|                 | Üst Orta    | 94  | 161,04 |       |   |             |
|                 | Üst Sınıf   | 8   | 126,06 |       |   |             |
| Değerler        | Düşük Gelir | 14  | 166,46 | 6,830 | 4 | <b>,145</b> |
|                 | Alt Sınıf   | 50  | 152,45 |       |   |             |
|                 | Orta Sınıf  | 146 | 149,13 |       |   |             |
|                 | Üst Orta    | 94  | 172,70 |       |   |             |
|                 | Üst Sınıf   | 8   | 108,56 |       |   |             |

\*\* $p < ,01$

$H_{11}$ : Gelir seviyesi değişkeni ile mutluluk ölçeği arasında anlamlı bir farklılık vardır.

$H_{12}$ : Gelir seviyesi değişkeni ile Değerler Ölçeği arasında anlamlı bir farklılık vardır.

Tablo 9’da çalışmaya katılan katılımcıların gelir seviyelerine göre öz yönetim, güç, evrensellik, başarı, güvenlik, uyarılım, uyum, gelenekselcilik, hazcılık ve Değerler Ölçeği karşılaştırma için parametrik olmayan bir test olan Kruskal Wallis testi analizi sonuçları verilmiştir. Buna göre katılımcıların gelir seviyesine göre öz yönetim, evrensellik, başarı, uyarılım, uyum, gelenekselcilik, hazcılık ve Değerler Ölçeği puanlarında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık yoktur ( $p > ,05$ ). Düşük gelir seviyesine sahip katılımcıların güç oranları, alt sınıf, orta sınıf, üst orta sınıf ve üst sınıflara göre güç oranı daha düşüktür ( $\chi^2=20,435$ ;  $p < ,01$ ).

Düşük gelir seviyesine sahip katılımcıların güvenlik oranları, alt sınıf, orta sınıf, üst orta sınıf ve üst sınıflara göre güvenlik oranı daha düşüktür ( $\chi^2=10,926$ ;  $p < ,05$ ).

**Tablo 10.** Ölçek2 ölçek puanlarının değer ölçeği puanları üzerinde etkisinin incelenmesi

| Yordayan        | Yordanan              | B                            | Standart Hata B | B     | T        | P      |
|-----------------|-----------------------|------------------------------|-----------------|-------|----------|--------|
| Değerler Ölçeği | (Constant)            | 8,999                        | ,774            |       | 11,621   | ,000   |
|                 | Öz Yönetim            | ,114                         | ,061            | ,125  | 1,865    | ,063   |
|                 | Güç                   | ,081                         | ,046            | ,109  | 1,766    | ,078   |
|                 | Evrenselcilik         | ,137                         | ,046            | ,206  | 3,006    | ,003** |
|                 | Başarı                | ,075                         | ,051            | ,098  | 1,475    | ,141   |
|                 | Güvenlik              | ,083                         | ,053            | ,098  | 1,560    | ,120   |
|                 | Uyarılım              | -,044                        | ,051            | -,059 | -,868    | ,386   |
|                 | Uyum                  | ,049                         | ,042            | ,071  | 1,172    | ,242   |
|                 | Gelenekselcilik       | -,031                        | ,046            | -,040 | -,676    | ,500   |
|                 | Hazcılık              | -,023                        | ,061            | -,025 | -,384    | ,701   |
| R= ,394         | R <sup>2</sup> = ,155 | F <sub>(9,302)</sub> = 6,171 |                 |       | p=,000** |        |

\*\*p&lt;,01

*H<sub>13</sub>: Ölçek2 ölçek puanlarının mutluluk ölçeği puanları üzerinde etkisi vardır.*

Tablo 10'da ölçek2 ölçek puanlarının mutluluk ölçeği puanları üzerinde etkisi olup olmadığına ilişkin çoklu doğrusal regresyon sonuçları verilmiştir. Buna göre Değerler Ölçeği ölçeğinden alınan puanların, mutluluk puanları üzerinde etkisi olduğu bulunmuştur (F<sub>(9,302)</sub> = 6,171; p<,01). Değerler Ölçeği ölçeğinden alınan puanlar, mutluluk puanlarından evrenselciliği %15,5'ini etkilemektedir. Bir başka ifadeyle evrenselciliğin %15,5'i Değerler Ölçeği belirtileriyle açıklanmaktadır.

**Tablo 11.** Ölçek3 ölçek puanlarının değer ölçeği puanları üzerinde etkisinin incelenmesi

|                                       | Yordanan              | B                            | Standart Hata B | B     | t        | P      |
|---------------------------------------|-----------------------|------------------------------|-----------------|-------|----------|--------|
| Sosyo-kültürel Konulara İlişkin Ölçek | (Constant)            | 19,604                       | 1,585           |       | 12,369   | ,000   |
|                                       | Öz Yönetim            | ,077                         | ,127            | ,039  | ,603     | ,547   |
|                                       | Güç                   | -,173                        | ,096            | -,107 | -1,813   | ,071   |
|                                       | Evrenselcilik         | ,177                         | ,095            | ,123  | 1,855    | ,065   |
|                                       | Başarı                | ,409                         | ,106            | ,246  | 3,866    | ,000** |
|                                       | Güvenlik              | ,122                         | ,111            | ,066  | 1,097    | ,273   |
|                                       | Uyarılım              | -,069                        | ,106            | -,043 | -,654    | ,514   |
|                                       | Uyum                  | -,048                        | ,087            | -,032 | -,552    | ,581   |
|                                       | Gelenekselcilik       | ,552                         | ,096            | ,323  | 5,734    | ,000** |
|                                       | Hazcılık              | ,057                         | ,127            | ,029  | ,449     | ,654   |
| R= ,477                               | R <sup>2</sup> = ,228 | F <sub>(9,301)</sub> = 9,868 |                 |       | p=,000** |        |

\*\*p&lt;,01

*H<sub>14</sub>: Ölçek3 ölçek puanlarının mutluluk ölçeği puanları üzerinde etkisi vardır.*

Tablo 11'de ölçek3 ölçek puanlarının mutluluk ölçeği puanları üzerinde etkisi olup olmadığına ilişkin çoklu doğrusal regresyon sonuçları verilmiştir. Buna göre Sosyo-kültürel Konulara İlişkin Ölçek ölçeğinden alınan puanların, mutluluk puanları üzerinde etkisi olduğu bulunmuştur (F<sub>(9,301)</sub> = 9,868; p<,01). Sosyo-kültürel Konulara İlişkin Ölçek ölçeğinden alınan puanlar, mutluluk puanlarından başarı ve gelenekselcilik %22,8'ini etkilemektedir. Bir başka ifadeyle başarı ve gelenekselciliğin %22,8'i Sosyo-kültürel Konulara İlişkin Ölçek belirtileriyle açıklanmaktadır.

## SONUÇ, TARTIŞMA VE ÖNERİLER

Öz yönetim, güç, evrensellik, başarı, güvenlik, uyarılım, uyum, gelenekselcilik, hazcılık ile cinsiyet arasında anlamlı bir ilişki bulunamamıştır fakat yaş ve gelir seviyesi değişkenine göre güç, başarı, uyarılım, uyum arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmuştur. Kültürel değerlerin, mutluluk üzerinde pozitif bir etkisi olduğu anlaşılmaktadır. Nitekim başarı ve gelenekselcilik ile ilgili değerler sosyo-kültürel konuların %22,8'ini açıklamaktadır.

Öztürk & Ünal (2019) yaptığı çalışmada üniversite gençliğinin temel insani değerleri ile yaşam doyumları arasındaki ilişkiyi araştırmıştır. Schwartz'ın Değer Kuramı çerçevesinde yapılan çalışmada; "Portre Değerler Ölçeği" ile "Yaşam Memnuniyeti Ölçeği" kullanılarak 342 Sivas Cumhuriyet Üniversitesinde öğrencisi üzerinde yapılan çalışmaya göre öğrenciler için en çok muhafazakârlık ve kendini aşma değeri önem taşımaktadır. Öğrencilerin yaşam doyumu düzeyi yüksek bulunmuştur ve yaşam doyumu ile değişime açıklık, muhafazakârlık ve kendini aşma temel değerleri arasında pozitif yönde fakat zayıf ilişki bir saptanmıştır. Yaşam doyumu yüksek olan öğrenciler ise değişime açıklık, muhafazakârlık ve kendini aşma değerlerini diğer öğrencilerden daha çok önem vermektedir.

Yalçın & Kelgökmen İlic (2017), Y kuşağının farklılaşan iş değerleri ve liderlik algılamalarını incelemiş yönetimde iletişim faktörünün önemini vurgulamıştır. Yapılan çalışmalar incelendiğinde Z kuşağının değerlerinin çok incelenmediği görülmüştür.

Araştırmanın bulguları incelendiğinde yönetim ve insan kaynakları politikaları geliştirilirken kuşak farklılıklarının göz önünde bulundurulması ve bu konu ile ilgili yaşam doyumu, mutluluk, iş doyumu ve işletme performansına ve devamlılığına yansımaları gibi diğer değişkenlerin incelenmesi önerilmektedir. İnsanların algı ve davranışlarını etkileyen, onların kültürel, duygusal ve bireysel etmenlerin araştırılması günümüzde daha da çok önem kazanmıştır (Yahyagil, 2015).

Araştırmanın sınırlılıkları Z kuşağı üyeleri iş hayatında azınlıkta olduğundan dolayı daha sonraki araştırmalarda bu kuşakta olan çalışanların sayısının artacağından tekrarlanması faydalı olacaktır. Ayrıca pandemi koşullarında 314 kişi arasında yapılsa da daha büyük bir örnekleme ulaşılması araştırmanın evrenselliğini artıracaktır.

## KAYNAKÇA

- Akdemir, A., Konakay, G., Demirkaya, H., Noyan, A., Demir, B., Ağ, C., Pehlivan, Ç., Özdemir, E., Akduman, G., Eregez, H., Öztürk, İ. & Balcı, O. (2013). Y kuşağının kariyer algısı, kariyer değişimi ve liderlik tarzı beklentilerinin araştırılması. *Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 2(2), 11-42.
- Altuntuğ, N. (2012). Kuşaktan kuşağa tüketim olgusu ve geleceğin tüketici profili. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 4(1), 203-212.
- Beck, U., Giddens, A. & Lash, S. (1994). *Reflexive modernization - politics, tradition and aesthetics in the modern social order*. Cambridge: Polity Press.
- Cole, A., & Marcum, B. (2015). Generation Z: Facts and fictions. In T. Napier (Ed.), *Not Just Where to Click: Teaching Students How to Think About Information* (pp. 107-137). Chicago, IL: American Libraries Association.
- Çetin, C., & Karalar, S. (2016). X, Y ve Z kuşağı öğrencilerin çok yönlü ve sınırsız kariyer algıları üzerine bir araştırma. *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 14(28), 157-197.
- Mccrindle (t.y.). *Gen Z 'OK Boomer'*, 13.11.2021 tarihinde <https://mccrindle.com.au/insights/blog/gen-z-launch-ok-boomer/> adresinden alındı.
- Mohr, K. A., & Mohr, E. S. (2017). Understanding generation Z students to promote a contemporary learning environment. *Journal on Empowering Teaching Excellence*, 1(1), 9.
- Öztürk, M. & Ünal, V. (2019). Temel insani değerler ile yaşam doyumu arasındaki ilişki: Sivas Cumhuriyet Üniversitesi örneği. *Hacettepe Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi*, 36(1), 61-74.
- Rodriguez, M., Boyer, S., Fleming, D. & Cohen, S. (2019). Managing the next generation of sales, gen z/millennial cusp: an exploration of grit, entrepreneurship, and loyalty. *Journal of Business-to-Business Marketing*, 26(1), 43-55.
- Sarıoğlu, E. B., & Özgen, E. (2018). Z kuşağının sosyal medya kullanım alışkanlıkları üzerine bir çalışma. *Journal of International Social Research*, 11(60).
- Schwartz, S. H. (1992). Universals in the content and structure of values: Theoretical advances and empirical tests in 20 countries. *Advances in Experimental Social Psychology*, 25, 1-65
- Schwartz, S. H. (1999). A theory of cultural values and some implications for work. *Applied Psychology*, 48(1), 23-47.
- Schwartz, S. H. (2012). An overview of the schwartz theory of basic values. *Online Readings in Psychology And Culture*, 2(1), 1-20.

- Skinner, H., Sarpong, D. & White, G. R. T. (2018), Meeting the needs of the millennials and generation z: Gamification in tourism through geocaching, *Journal of Tourism Futures*, 4(1), 93-104.
- Walby, S. (2009). *Globalization and inequalities: complexity and contested modernities*. London, Sage Publications Ltd.
- Yahyagil, M. Y. (2015). Values, feelings, job satisfaction and well-being: the Turkish case. *Management Decision*, 53(10), 2268-2286.
- Yahyagil, M. Y. (2019). *Küreselleşme girdabında kültür: modern zamanlarda mutluluk arayışı* İstanbul: Yeditepe Üniversitesi Yayınevi.
- Yalçın, B. & Kelgökmen İlic, D. (2017). Y jenerasyonunun farklılaşan iş değerleri ve liderlik algılamaları. *Yaşar Üniversitesi E-Dergisi*, 12 (46), 136-160.

Geliş Tarihi:

14.02.2022

Kabul Tarihi:

03.06.2022

Yayımlanma Tarihi:

15.06.2022

Kaynakça Gösterimi: Alpman, G. (2022). Türk aile şirketlerinde nesiller arası yönetim devri: Bir gömülü teori çalışması. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 21(43), 347-376. doi: 10.46928/iticusbe.1073518

## **TÜRK AİLE ŞİRKETLERİNDE NESİLLER ARASI YÖNETİM DEVRİ: BİR GÖMÜLÜ TEORİ ÇALIŞMASI**

*Araştırma*

Gökhan Alpman 

Sorumlu Yazar (Correspondence)

[gokhan.alpman@std.medipol.edu.tr](mailto:gokhan.alpman@std.medipol.edu.tr)

Alpman, İstanbul Medipol Üniversitesi Yönetim ve Strateji Ana Bilim Dalında doktora yapmakta ve Aile Şirketleri üzerine araştırmalarını sürdürmektedir.

# TÜRK AİLE ŞİRKETLERİNDE NESİLLER ARASI YÖNETİM DEVRİ: BİR GÖMÜLÜ TEORİ ÇALIŞMASI

Gökhan Alpman  
[gokhan.alpman@std.medipol.edu.tr](mailto:gokhan.alpman@std.medipol.edu.tr)

## Özet

Dünya ekonomilerinde var olan şirketlerin %80'inden fazlasını aile şirketleri oluşturmakta, pek çok ülkede gayri safi milli hasılabın %70'inden fazlası aile şirketleri tarafından üretilmektedir. Ancak çoğu aile şirketinin birkaç neslin ötesinde ayakta kalamaması, yönetim devri konusunu aile şirketleriyle ilgili en önemli konulardan biri haline getirmiştir. Nesiller arası yönetim devrini etkileyen faktörlerin anlaşılması aile şirketlerinin sürdürülebilir olmaları açısından büyük önem taşımaktadır.

**Amaç:** Bu çalışmada Türk aile şirketlerinin nesiller arası yönetim devri konusundaki sorunlarının anlaşılmasına yönelik bir model geliştirilmesi amaçlanmıştır.

**Yöntem:** Klasik gömülü teori metodolojisi uygulanarak Türk aile şirketi kurucuları, ikinci nesil aile üyeleri, gelinler ve damatlar, profesyonel yöneticiler ve danışmanlar ile görüşmeler gerçekleştirilmiş, toplanan veriler modelin oluşturulabilmesi için kodlama ve sürekli karşılaştırmalı veri analizine tabi tutulmuştur.

**Bulgular:** Çalışmanın sonucunda Türk aile şirketlerinin kurucularının nesiller arası yönetim devri ile ilgili temel sorunlarının devir gerçekleşirse “Bana ne olacak?” endişesi olduğu ve Türk aile şirketlerinin kurucularının nesiller arası yönetim devri ile ilgili bu sorun ve endişelerini gidermek ile ilgili davranış modelinin yönetim devrini ölene kadar gerçekleştirmemek yani “Mezarda emeklilik” olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

**Özgünlük:** Bu çalışmanın en büyük özgünlüğü Türk aile şirketlerinde yönetim devri konusunda gömülü teori yöntemi kullanılarak yapılmış ilk çalışma olmasıdır.

**Anahtar Kelimeler:** Aile Şirketleri, Nesiller Arası Yönetim Devri, Gömülü Teori

**JEL Sınıflandırması:** D64, D91, G32



# **TRANSGENERATIONAL SUCCESSION IN TURKISH FAMILY BUSINESSES: A GROUNDED THEORY STUDY**

## **Abstract**

More than 80% of the companies in the world economies are family businesses and, in many countries, more than 70% of the gross domestic product is produced by family businesses. However, the inability of most family businesses to survive beyond a few generations has made the succession one of the most important issues related to family businesses. Understanding the factors affecting the succession is of great importance for the sustainability of family businesses.

**Purpose:** In this study, it is aimed to develop a model to understand the problems of transgenerational succession of Turkish family businesses.

**Method:** The classical grounded theory methodology was applied, interviews were held with the founders, second generation family members, brides and grooms, professional managers and advisors of Turkish family businesses and the collected data were subjected to coding and continuous comparative data analysis to form the model.

**Findings:** As a result of the study, it has been concluded that the main problems of the founders of Turkish family businesses regarding the transgenerational succession are the concern of "What will happen to me?" if the succession takes place, and the behavioral model of the founders of Turkish family businesses to overcome these problems and concerns about the transgenerational succession is not to do the succession until they die, in other words, "Over my dead body".

**Originality:** The greatest originality of this study is that it is the first study on transgenerational succession of Turkish family businesses by using the classical grounded theory methodology.

**Keywords:** Family Businesses, Transgenerational Succession, Grounded Theory

**JEL Classification:** D64, D91, G32

## GİRİŞ

Dünya ekonomilerinde var olan şirketlerin %80'inden fazlasını aile şirketleri oluşturmaktadır. Pek çok ülkede gayri safi milli hasılanın %70'inden fazlası aile şirketleri tarafından üretilmektedir. Dünya üzerinde işgücünün %50-75'i aile şirketleri tarafından istihdam edilmektedir. Fortune 500'ü oluşturan şirketlerin %37'si aileler tarafından kontrol edilmektedir. Forbes'un her yıl yayınladığı milyarderler listesinin %42'sini aile şirketleri oluşturmaktadır. Dünyadaki en zengin ilk 10 kişinin 7'si aile şirketi üyeleridir. Türkiye milli gelirinin %90'ı aile şirketleri tarafından üretilmektedir (Taider, 2019).

Aile şirketi araştırmacıları, aile şirketlerinin bir taraftan taklit edilmesi çok zor kaynaklar yarattıkları; diğer taraftan bu kaynakları gelecek nesillere aktarma ile ilgili sorun yaşadıkları konusunda hem fikirdirler (Hughes, 1997; İbrahim ve diğerleri, 2001; Kets de Vries, 1993; Olson ve diğerleri, 2003). İstatistiklere göre aile şirketlerinin yalnızca yüzde 30'u ikinci nesilde hayatta kalabilirken, yaklaşık yüzde 12'si üçüncü nesil, sadece yüzde 4'ü dördüncü nesilde hayatta kalabilmektedir (Poza ve Daugherty, 2013). Türk aile işletmelerinin %38'inin birinci, %47'sinin ikinci, %13'ünün üçüncü ve sadece %2'sinin dördüncü ve daha sonraki nesillerden aile bireylerine ait olduğu ifade edilmektedir (Taider, 2019). Çoğu aile şirketinin birinci neslin ötesinde ayakta kalamaması, yönetim devri konusunu aile şirketleriyle ilgili en önemli konulardan biri haline getirmiştir (Ayres, 1990; Handler, 1994; Le Breton-Miller ve diğerleri, 2004; Chua ve diğerleri, 2003).

Aile şirketlerinin yok olma nedenleri arasında doyuma ulaşan işler, değişen piyasalar ve teknolojinin çeşitli ürün ve hizmetlere olan ihtiyacı ortadan kaldırması, tedarikçiler ve müşterilerin oyunun kurallarını değiştirmesi, rakiplerin başarılı stratejileri hızla kopyalaması gibi faktörler sayılmakla beraber en temel neden olarak başarısız nesiller arası yönetim devirleri gösterilmektedir (Miller ve diğerleri, 2003; Ward, 2016).

Tüm bu açıklanan sebeplerle nesiller arası yönetim devrini etkileyen değişkenlerin anlaşılması aile şirketlerinin sürdürülebilir olmaları açısından büyük önem taşımaktadır. Bu çalışmanın amacı; klasik gömülü teori metodolojisini uygulayarak Türk aile şirketlerinin nesiller arası yönetim devri konusundaki sorunlarının anlaşılmasına yönelik bir teori geliştirmektir.

## KAVRAMSAL VE KURAMSAL ÇERÇEVE/LİTERATÜR

Aile şirketlerine yönelik araştırmalarda en çok ele alınan konu nesiller arası yönetim devridir (Handler 1994; Sharma ve diğerleri, 2003). Benavides-Velasco ve diğerleri, (2013), 1961-2008 yılları arasında aile şirketleri ile ilgili en çok atıf alan 703 makale üzerine yaptıkları çalışmalarında nesiller arası yönetim devri konusunun en yaygın araştırma alanı olduğunu belirlemişlerdir. Yönetim devri firmanın varoluşu için o kadar önemlidir ki Ward (2016) aile şirketini, ailenin bir sonraki nesli tarafından yönetilmesi ve kontrol edilmesi için devredilecek bir şirket olarak tanımlamıştır.

Yönetim devri halefin işletmeye giderek artan katılımını içeren, eş zamanlı olarak selefin de gerçek bir güç transferi gerçekleşene kadar firmaya olan katılımını azalttığı bir çok değişkenden etkilenen çok aşamalı ve çok boyutlu bir süreç olarak kabul edilmektedir (Churchill ve Hatten, 1987; Farquhar, 1989; Friedman, 1987; Gilmore ve McCann, 1983; Gordon ve Rosen, 1981; Handler, 1990; Longenecker ve Schoen, 1975, 1978; Vancil, 1987, Filser ve diğerleri, 2013; Long ve Chrisman 2013, Decker ve diğerleri, 2017).

Lansberg (1988), yönetim devri konusu aile, yönetim ve mülkiyet sistemleri bakış açılarından analiz ettiği çalışmada yönetim devrinin birçok paydaşı doğrudan nasıl etkilediğini ve kurucudan başlayarak aile, yöneticiler, hissedarlar ve çevredeki kişilerin hepsinin yönetim devrini planlamamak için kendi yöntemleriyle nasıl komplolar kurduklarını açıklamaktadır. Buna göre, kurucu kontrolü kaybetmekten korkar ve firmadan emekli olmanın aile içerisindeki rolünde bir düşüş anlamına geleceğinden endişelenir. Firmada kimlik ve güç kaybı aynı zamanda toplumdaki itibar kaybı anlamına da gelmektedir. İnkâr, yönetim devri ile yüzleşmeye tipik bir tepkidir, özellikle de çift zaten evden ayrılan çocuklarla, evdeki yalnızlıkla ve ebeveynlerin ölümü veya hastalığı gibi zorluklarla başa çıkmak zorunda kalmışsa. Yönetim devri potansiyel olarak çocuklara öncelikli muamele yapmayı gerektireceği ve aile yaşamının bozulması anlamına geleceği için tartışılması zor bir konudur. Eşler, firmaları onların kimliğinde önemli bir rol oynadığı için yönetim devir planlaması yapmamak için kafalarında komplolar kurabilirler (Danco, 1981; Rosenblatt ve diğerleri, 1985). Yöneticiler de yönetim devri ile oluşacak değişimi tehdit olarak değerlendirirler çünkü bu durum, kurucuyla kişisel bir ilişkiden halefle daha profesyonel bir ilişkiye geçiş anlamına gelir. Hissedarlar, aile üyesi olsalar da olmasalar da, hisselerini genellikle kurucunun "babacan bir iyi niyet jesti" olarak elde etmişlerdir. Kurucu tarafından kendilerinden beklenen sadakat iktidarın devrine ilişkin görüşlerini ifade etmelerini garip hale getirir, çünkü kurucu ile ters düşmek sadakatsizlik olarak görülebilir. Tedarikçiler, müşteriler ve çevredeki diğer kişiler de firma içindeki birincil irtibat kişisi olarak kurucuya bağımlı hale geldiklerinden yönetim devri ile ilgili komplolar kurarlar.

Handler'in (1989) aile şirketlerinde yönetim devrine direniş ile ilgili teorik modelinde bireysel, kişilerarası faktörlerin yanı sıra organizasyonel ve çevresel düzeylerdeki faktörlerin tümünün yönetim devrine karşı gösterilen dirençte payı olduğunu öne sürmüştür. Kurucunun yönetim devir planlamasına karşı direnci, kimliğin firma ile örtüşmesi, diğer ilgi alanlarının olmaması, emeklilikle ilgili korkular, öğrenememe ve danışmanlık almama nedeniyle firmadan ayrılamaması (Kets de Vries, 1985) ile ilgilidir. Kişilerarası düzeyde, iletişim ve güven eksikliği, yönetim devir sürecini karıştırabilir. Yönetim devrinin zamanlaması da önemlidir; halef yoksa veya halef ilgisiz, deneyimsiz veya eğitilmiş değilse, yönetim devir planlaması boşuna olabilir. Bir kurucunun emekli olma kararı, halefin uygunluğu ve devralmaya hazır olmasıyla eş zamanlı hale getirilmezse, yönetim devri mümkün olan en iyi koşullarda gerçekleşmeyebilir (Handler ve Kram, 1988). Güç dengesizlikleri, aile çatışmaları (Levinson, 1971; Stern, 1986) ve halef için net bir tercihin olmaması da devir sürecini karmaşık hale getirmektedir. Organizasyonel düzeyde, kültür (Schein, 1983), yapı ve istikrarla ilgili

faktörler de sorunlu yönetim devirleriyle ilişkili görünmektedir. Son olarak, çevresel türbülans (Emery ve Trist, 1965), gereksinimler (ruhsatlandırma ve vergi hususları dahil) ve sektöre giriş için ön koşullar (uzmanlık bilgisi) yönetim devir planlamasını olumsuz olarak etkileyebilmektedir.

De Massis ve diğerleri (2008) yönetim devrini engelleyen faktörleri süreç, finansal, bireysel, bağlam ve ilişki olmak üzere beş boyutlu yapısal bir model ile ortaya koymuşlardır. Lockamy ve diğerleri, (2016) daha sonra buna altıncı boyut olarak yönetişim faktörünü eklemiştir.

Süreç faktörleri görevdeki lider ve potansiyel halefler için açıkça tanımlanmış rollerin eksikliği (Langsberg, 1988); yönetim devir sürecinin aile üyeleri ve diğer paydaşlarla zayıf iletişimi (Dyer, 1986; Ward, 2016); potansiyel halefleri eğitememek (Churchill ve Hatten, 1987; Morris ve diğerleri, 1997; Ward, 2016); halef seçimi için akılcı ve nesnel kriterlerin eksikliği (Levinson, 1971); ve işletme içinde önceki devirler için kullanılan kriterler arasında tutarlılık eksikliğini (Kim ve Maubourgne, 1993) içermektedir.

Finansal faktörler arasında\_ halefiyetle ilgili vergi yüküne katlanılamaması (veraset ve intikal vergileri) ve yetkin olmayan haleflere yardımcı olmak için profesyonel yöneticilere ödenecek danışmanlık maliyetleri ve bunları ödeyecek mali kaynakların bulunmaması (Eisenhardt, 1989, De Massis ve diğerleri, 2008) sayılmaktadır.

Bireysel faktörlerde kurucu ile ilgili olarak kurucunun beklenmedik ölümü (Kelly ve diğerleri, 2000), boşanması, yeniden evlenmesi veya yeni çocukları olması, (Dick ve Kets de Vries, 1992), kurucunun, potansiyel haleflere karşı yaşadığı güçlü rekabet ve kıskançlık duygusu (Levinson, 1971) önemli faktörler olarak sayılmaktadır. Kurucu genellikle yönetim devri kararında önemli bir rol oynadığından, ani ölümü yönetim devrini engelleyebilmektedir. Bu ani ölüm, potansiyel halefin aile şirketini devralma yeteneğine veya motivasyonuna sahip olmayabileceği bir zamanda da meydana gelebilmektedir (De Massis ve diğerleri, 2008). Halefle ilgili faktörler arasında potansiyel haleflerin beklenmedik kaybı (Handler ve Kram, 1988), potansiyel haleflerin motivasyon veya memnuniyet eksikliği (Chrisman ve diğerleri, 1998; Sharma ve Rao, 2000) ve potansiyel haleflerin aile şirketini yönetmek için yetersizliği (Barach ve diğerleri, 1988; Barach ve Gantisky, 1995) bulunmaktadır.

Bağlam faktörleri olarak iş performansındaki değişiklikler (Sharma ve diğerleri, 2001; Molly ve diğerleri, 2010; Gedajlovic ve diğerleri, 2012), iş ölçeğinin azalması (Stavrou, 1999) ve kilit müşteriler veya tedarikçilerin kaybı gibi işe yönelik belirsizlikler yaratan hususlar sayılmaktadır.

İlişki faktörleri şunları içermektedir: aile üyeleri veya aile üyesi olmayan üyelerin (Kets de Vries, 1985) potansiyel haleflerine bağlılık eksikliği; aile üyelerinin potansiyel halefe güven eksikliği (Barach ve diğerleri, 1988); aile üyeleri arasındaki çatışmalar (Churchill ve Hatten, 1987); ve potansiyel halefler ile aile üyesi olmayanlar arasındaki çatışmalar (Bruce ve Picard, 2006).

Yönetişim faktörleri arasında ailenin yönetim kuruluna ne derece hakim olduğu ve aile liderinin hem İcra Kurulu Başkanı hem de Yönetim Kurulu Başkanı olarak görev yapıp yapmadığı bulunmaktadır (Combs ve diğerleri, 2010). Ayrıca, yönetim faktörlerinin aile şirketlerinin performansı ve sürdürülebilirliği üzerindeki etkisini gösteren bir dizi araştırma mevcuttur. Kuan ve diğerleri (2011), Berent-Braun ve Uhlener (2012) ve Adendorff ve Halkias (2014), yönetişimin aile şirketlerinin uzun vadeli iş performansında önemli bir rol oynadığını ortaya koymuşlardır. Basco ve Rodriquez (2009) yönetişimin aile şirketi işletme yönetimi üzerinde doğrudan etkisi olduğunu tespit etmişlerdir. Fahed-Sreih ve Salpie (2009), Brenes ve diğerleri, (2011) ve Siebels ve diğerleri, (2012) firmanın uzun vadeli ayakta kalabilmesi için uygun aile şirketi yönetişim yapısının gerekli olduğunu gösteren çalışmalar yürütmüştür. Son olarak, Yu ve diğerleri, (2012) tarafından yapılan bir çalışmada, yönetişimin yönetim devri sonuçlarında önemli bir rol oynadığını ortaya koymuşlardır.

## **YÖNTEM**

### ***Araştırma Deseni***

Bu çalışmada araştırma yöntemi olarak klasik gömülü teori metodolojisi uygulanmıştır. Bu amaçla, teorinin oluşturulabilmesi için veri toplama, kodlama ve sürekli karşılaştırmalı veri analizi yöntemleri eş zamanlı ve yinelemeli olarak kullanılmıştır. Bu yöntemler araştırmacının veriye yaklaşmasını ve bu sayede teorinin verilerin içerisinden oluşmasını sağlamıştır (Glaser, 1978).

Aile şirketlerinin nesiller arası yönetim devri sorununa yönelik birbirinden farklı teoriler ve paradigmlar olduğundan hareketle mevcut hipotezlerin test edileceği tümdengelimli bir araştırma metodolojisi yerine; belirsiz bir organizasyonel problemi anlamak için keşifsel bir yaklaşıma odaklanan tümevarım temelli bir metodoloji olarak klasik gömülü teorinin bu çalışma için uygun yöntem olacağı düşünülmüştür.

Bu çalışmaya yön veren temel araştırma soruları şöyle belirlenmiştir:

- (1) Türk aile şirketlerinin kurucularının nesiller arası yönetim devri ile ilgili temel sorunu/endişesi nedir?
- (2) Türk aile şirketlerinin kurucuları nesiller arası yönetim devri ile ilgili bu sorun/endişeleri ile ilgili olarak neler yapmaktadırlar?

### ***Araştırmacının Konumu***

Kişinin felsefi konumunun net bir şekilde ifade edilmesi, kişinin çalışmasına daha fazla felsefi tutarlılık sağlamasına yardımcı olur (Crotty, 2020). Bu çalışma, yapılandırmacı bir epistemolojiyle uyumlu eleştirel gerçekçi bir ontoloji içinde konumlandırılmıştır.

### ***Veri Toplama***

Çalışmada verilerin çoğunluğu, amaçsal örnekleme yöntemiyle belirlenen katılımcılarla yüz yüze veya çevrimiçi olarak yapılan görüşmelerden elde edilmiştir. Bu kapsamda Türk aile şirketi

kurucuları, ikinci nesil aile üyeleri, gelinler ve damatlar, birden fazla aile şirketinde çalışmış ve halen çalışmakta olan profesyonel yöneticiler ve bir çok aile şirketi kurucusu ve ikinci nesil ile yakın çalışan danışmanlar ile görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Sürekli karşılaştırmalı veri analizleriyle kavramlar ortaya çıkmaya başladıkça gözlemlerden, gayri resmi konuşmalardan ve ilgili literatürden de faydalanılmıştır.

Toplamda 22 farklı şirketten 42 kişi ile resmi görüşme gerçekleştirilmiştir. Bu kişilerin 16'sı kurucu, 8'i ikinci nesil aile üyeleri, 8'i birden fazla aile şirketi deneyimi bulunan profesyonel yöneticiler ve 10'u da birçok aile şirketi kurucusu ve ikinci nesil ile yakın çalışan danışmanlardır. Katılımcıların 9'u kadın 33'ü erkektir. Kurucuların ortalama yaşı 61, tüm katılımcıların ortalama yaşı 51'dir. Ortalama aile şirketi tecrübeleri 28 yıl olup birikimli olarak 1,175 yıllık aile şirketi tecrübesi mevcuttur. Profesyonel yöneticiler ve danışmanların birden çok aile şirketi ile ilgili tecrübeleri sayesinde 65'den fazla aile şirketine yönelik gözlemler elde edilmiştir. İmalat, tekstil, enerji, inşaat, perakende ticaret, lojistik, eğitim ve hizmet sektörlerinde faaliyet gösteren aile şirketlerine ulaşılmıştır. Katılımcıların profili Tablo 1'te sunulmaktadır.

Resmi görüşmeler Ocak 2021 ile Ocak 2022 tarihleri arasındaki 13 aylık sürede gerçekleştirilmiştir. Görüşme süreleri 60 ila 120 dakika arasında değişmiştir. Katılımcıların kayıt alınmasına izin verdiği bölümler kayıt altına alınarak toplam 1.124 dakikalık ses kaydı elde edilmiş ve 195 sayfa görüşme notu tutulmuştur. Toplam 66 sayfa uzunluğunda 33 ayrı memo ile kavramsal geliştirme süreci desteklenmiştir.

Yüz yüze yapılan görüşmelerde izin verilen kısımlar Iphone "Voice Memos" programı ile kaydedilmiştir. Çevrimiçi görüşmeler Zoom ve Microsoft Teams platformlarında gerçekleştirilmiş ve izin verilen kısımlar kayda alınmıştır. Görüşme notları ve memolar için Microsoft Word ve kodlama işlemleri için Atlas.ti ([www.atlasti.com](http://www.atlasti.com)) programları kullanılmıştır.

### ***Karşılaştırma, Memo, Ortaya Çıkış ve İlişkilendirme***

Karşılaştırmalı analiz yaparken, kodlama sürecine ışık tutması amacıyla "Veri ne söylemektedir?" "Bu olay hangi kategoriye gösteriyor?" "Verilerde gerçekte neler oluyor?" "Katılımcıların karşılaştığı temel endişe nedir?" "Katılımcılar bu endişelerini gidermek için neler yapıyorlar?" gibi teorik yakınlaştırıcı sorular kullanılmıştır. (Glaser, 2004).

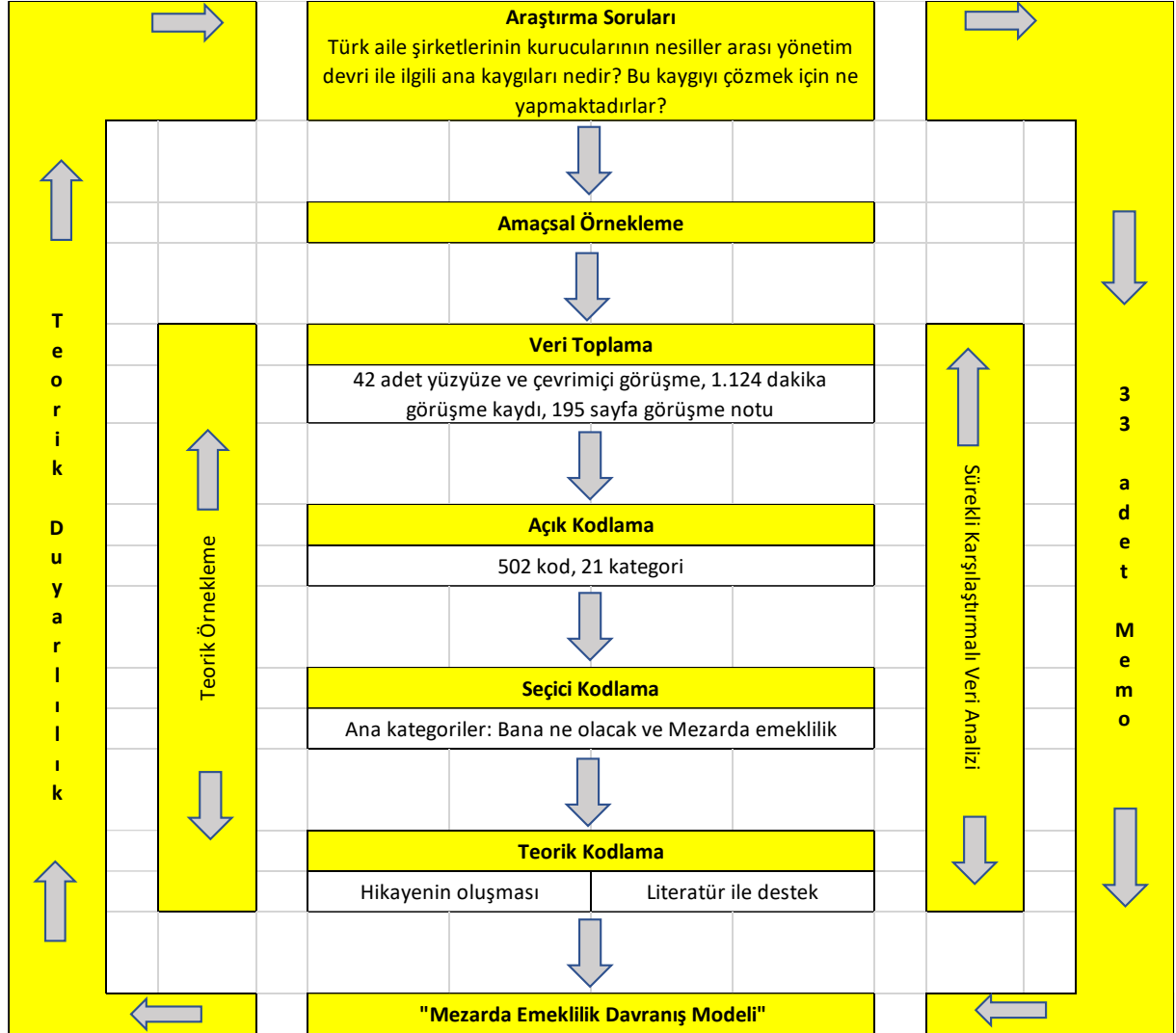
**Tablo 1.** Katılımcı Profili

| #  | Katılımcı Kodu | Sektör                       | Katılımcının Pozisyonu | Katılımcının Cinsiyeti | Katılımcının Yaşı |
|----|----------------|------------------------------|------------------------|------------------------|-------------------|
| 1  | A1             | İmalat ve Perakende Ticaret  | Kurucu                 | Kadın                  | 56                |
| 2  | B1             | İmalat                       | Kurucu                 | Erkek                  | 50                |
| 3  | C1             | İmalat                       | Kurucu                 | Erkek                  | 61                |
| 4  | D1             | İmalat                       | Kurucu                 | Erkek                  | 72                |
| 5  | D2             | İmalat                       | Kurucu                 | Kadın                  | 69                |
| 6  | E1             | Tekstil ve Perakende Ticaret | Kurucu                 | Erkek                  | 61                |
| 7  | F1             | İmalat                       | Kurucu                 | Erkek                  | 78                |
| 8  | G1             | İmalat                       | Kurucu                 | Erkek                  | 58                |
| 9  | H1             | İnşaat                       | Kurucu                 | Erkek                  | 63                |
| 10 | I1             | İmalat, Enerji ve İnşaat     | Kurucu                 | Erkek                  | 76                |
| 11 | J1             | İmalat, Enerji ve İnşaat     | Profesyonel yönetici   | Erkek                  | 68                |
| 12 | K1             | İmalat, Enerji ve İnşaat     | Profesyonel yönetici   | Erkek                  | 51                |
| 13 | L1             | İmalat                       | 2. nesil               | Erkek                  | 45                |
| 14 | M1             | Hizmet                       | Danışman               | Erkek                  | 46                |
| 15 | N1             | İmalat                       | Profesyonel yönetici   | Kadın                  | 43                |
| 16 | O1             | İmalat                       | Danışman               | Erkek                  | 38                |
| 17 | P1             | Eğitim, Lojistik ve İmalat   | Profesyonel yönetici   | Erkek                  | 53                |
| 18 | R1             | Hizmet                       | Danışman               | Erkek                  | 47                |
| 19 | S1             | İmalat, Enerji ve İnşaat     | Profesyonel yönetici   | Kadın                  | 37                |
| 20 | T1             | İmalat                       | Kurucu                 | Erkek                  | 52                |
| 21 | U1             | İmalat                       | Kurucu                 | Erkek                  | 49                |
| 22 | V1             | İnşaat                       | 2. nesil               | Erkek                  | 36                |
| 23 | Y1             | İnşaat                       | Profesyonel yönetici   | Erkek                  | 38                |
| 24 | Z1             | İnşaat                       | Profesyonel yönetici   | Erkek                  | 37                |
| 25 | AA1            | İnşaat                       | Profesyonel yönetici   | Erkek                  | 36                |
| 26 | BB1            | İnşaat                       | Danışman               | Erkek                  | 35                |
| 27 | CC1            | İmalat, Enerji ve İnşaat     | 2. nesil               | Erkek                  | 51                |
| 28 | DD1            | Hizmet                       | Danışman               | Kadın                  | 53                |
| 29 | EE1            | Perakende ticaret            | Kurucu                 | Erkek                  | 53                |
| 30 | FF1            | İmalat ve Hizmet             | Kurucu                 | Erkek                  | 56                |
| 31 | GG1            | Perakende ticaret            | 2. nesil               | Erkek                  | 30                |
| 32 | HH1            | Hizmet                       | Danışman               | Kadın                  | 47                |
| 33 | II1            | Tekstil                      | 2. nesil               | Kadın                  | 42                |
| 34 | JJ1            | İmalat                       | 2. nesil               | Erkek                  | 36                |
| 35 | LL1            | İmalat                       | 2. nesil               | Erkek                  | 40                |
| 36 | MM1            | İmalat, Enerji ve İnşaat     | 2. nesil               | Kadın                  | 41                |
| 37 | NN1            | Hizmet                       | Danışman               | Kadın                  | 50                |
| 38 | OO1            | Tekstil ve İnşaat            | Kurucu                 | Erkek                  | 60                |
| 39 | PP1            | Tekstil ve İnşaat            | Kurucu                 | Erkek                  | 63                |
| 40 | RR1            | Hizmet                       | Danışman               | Erkek                  | 60                |
| 41 | SS1            | Hizmet                       | Danışman               | Erkek                  | 54                |
| 42 | TT1            | Hizmet                       | Danışman               | Erkek                  | 56                |

Görüşme verilerinin kodlanması Şubat 2021 ile Ocak 2022 tarihleri arasında gerçekleştirilmiş ve 502 adet kod üretilmiştir. Metodolojiye uygun olarak, veri toplamanın başlangıcından teorinin yazılmasına kadar toplam 33 ayrı memo yazılmıştır. Daha fazla karşılaştırmalı analiz ve memo yoluyla, kodlar kendi aralarında gruplanarak 21 adet kod grubu oluşturulmuştur. Sonrasında ana kategori olabileceği düşünülen kod grupları ve bu grupların altlarına sınıflanan kodlar Microsoft Excel programında listelenip tekrar tekrar incelenerek ve karşılaştırılarak ana kategorilerin ve kavramların ortaya çıkışı desteklenmiştir.

Katılımcılarla teorik örnekleme artık kavramlara yeni anlayışlar eklenmediğinde, daha fazla teorik örnekleme için literatüre dönmüş ve özellikle kurucuların gelecek nesillere yönetim devrini gerçekleştirmemeleri ve/veya geciktirmelerine yönelik sebeplerle ilgili makaleler incelenmiştir. Tüm

bunların sonucunda kurucunun “Bana ne olacak?” endişesi ve bu endişe ile şekillenen “Mezarda Emeklilik” düşüncesi ana kategoriler olarak ortaya çıkarılmıştır.



**Şekil 1.** Kavramsal geliştirme Süreci

**Kaynak:** Chun ve diğerleri (2019) üzerinden geliştirilmiştir.

### **Modelin Güvenilirliği**

Glaser (1978), bir gömülü teorinin güvenilirliğini doğrulamak için ölçütler olarak örtüşme, işe yararlılık, bağlantılılık ve geliştirilebilirliği belirlemiştir. İlk olarak, teorinin kategorileri verilere uygun olmalıdır; teoride yer alan kategoriler, doğrudan doğruya verilerle ilişkili olmalı ve onlarla uyumalıdır. Teorinin kavramları, kavramsallaştırılmakta olan davranışı iyi temsil etmelidir. İkinci olarak, bir teorinin, incelenen alanda neler olup bittiğini açıklayabildiğinde, tahmin edebildiğinde ve yorumlayabildiğinde işe yarar olduğu kabul edilmektedir. Üçüncüsü, teori alanın eylemiyle bağlantılıdır; başka bir deyişle, ana kategorisi, incelenen katılımcılar için ana endişeyi temsil etmektedir. Araştırmacı mevcut teorilerden yola çıkmak yerine doğrudan verilerin içinden çekirdek problem ve süreç elde ettiği için bunların anlamlı bir bağlantısını kurması gerekir. Dördüncüsü, teori



değiştirilemez olmamalı, aksine yeni verilerden ortaya çıkabilecek diğer fikirlerin ışığında kolayca geliştirilebilir nitelikte olmalıdır.

Bir gömülü teorinin, klasik gömülü teori metodolojisine sıkı sıkıya bağlı kalarak hem örtüşmeyi hem de işe yararlığı sağlayacağı düşünülmektedir. Bu nedenle metodolojiyi daha iyi kavrayabilmek için çalışmaya başlamadan önce klasik gömülü teori metodolojisinin daha iyi kavranabilmesini sağlamak amacıyla klasik gömülü teori metodolojisini oluşturan Dr. Barney Glaser'in öğrencileri tarafından kurulmuş olan Grounded Theory Online firması tarafından düzenlenen bir seminere katılmış ve Grounded Theory Online kurucusu Dr. Helen Scott'dan mentorluk alınmıştır. Verilere yakın kalmak, kavramların ortaya çıkmasına izin vermek, sürekli karşılaştırma, memo yazma, teorik örnekleme gibi kavramları daha iyi anlamak metodolojinin uygulanmasına yardımcı olmuştur. Verilere yakın kalmanın bir sonucu olarak, ortaya çıkan model Türk aile şirketlerinin yönetim devri ile ilgili endişeleri ile bağlantılı hale gelmiştir. Ayrıca, modelin paylaşıldığı aile şirketleri ile çalışan tecrübeli danışmanlardan alınan geri bildirimler teorinin bağlantılılığını doğrulamıştır. Geliştirilebilirlik açısından ise, “öğrenilmiş çaresizlik ya da kaç git”, “biat et ya da terk et”, “sabret” gibi soyutlanan kavramların, ortaya çıkabilecek yeni veriler ışığında daha fazla kavram, boyut veya özellik içerecek şekilde geliştirilebileceği düşünülmektedir.

### ***Varsayımlar ve Sınırlamalar***

Klasik gömülü teori çalışmasının amacı; gerçeklere dayalı, ayrıntılı veri açıklamaları üretmek değil, araştırma katılımcıları için temel bir sorunu tanımlayan birbirleri ile bağlantılı bir dizi kavramın belirlenmesi ve bu temel sorunları çözmek için neler yaptıklarının altında yatan örüntünün anlaşılmasıdır (Glaser, 1998). Ayrıca, model ortaya çıkan bir veya iki çekirdek kategoriyle sınırlandırılmıştır.

Bu model, Türk aile şirketleri hakkında her şeyi açıklamamaktadır ve Türk aile şirketi kurucularının tek ana kaygısının “Bana ne olacak?” olduğunu ve bu kaygıyı çözmek konusundaki tek davranış modellerinin “Mezarda emeklilik” olduğunu öne sürmemektedir. Model bir ana endişeyi temsil etmektedir ve ortaya çıkan verilere dayanarak bu ana endişenin birçok Türk aile şirketi kurucusu için geçerli olduğunu ileri sürmektedir. Tabiidir ki her Türk aile şirketi kurucusu “Bana ne olacak?” endişesi ile mezarda emeklilik davranış modelini uygulamamaktadır. Bununla birlikte, bir sosyal teorinin geçerli olması için örneklemdaki her bir örneği hesaba katması gerekmez. Bir olgunun meydana gelme olasılığını artıran ve azaltan koşullar ve parametreler vardır.

### **BULGULAR/ MEZARDA EMEKLİLİK DAVRANIŞ MODELİ**

Klasik gömülü teorinin amacı, katılımcıların temel endişelerini ve bu endişeyi çözmek için neler yaptıklarını ele alan bir teori geliştirmektir. Teoriyi yazarken, katılımcıların ana kaygılarını yani ana/çekirdek kategoriyi çözmek için nasıl çalıştıklarının altında yatan davranış modelinin bir özeti teorinin adı olur. Bu çalışmada, Türk aile şirketlerinin kurucularının nesiller arası yönetim devri ile

ilgili temel sorunlarının devir gerçekleşirse “Bana ne olacak?” endişesi olduğu ve Türk aile şirketlerinin kurucularının nesiller arası yönetim devri ile ilgili bu sorun ve endişelerini gidermeye yönelik davranış modellerinin yönetim devrini ölene kadar gerçekleştirmemek yani “Mezarda emeklilik” olduğu belirlenmiştir.

### ***Gelecek Nesillere Yönetim Devri ile İlgili Kurucu Çelişkisi***

Aile şirketleri ile ilgili pek çok tanım bulunmakla beraber en kabul görmüş tanımlardan bir tanesine göre bir aile şirketi; işletmenin vizyonunu şekillendirmek ve/veya yürütmek için aynı ailenin veya az sayıda ailenin üyelerine ait olan ve aile üyelerinin işi gelecek nesillere devretme niyetinde olduğu veya işletmenin yönetimi ve/veya kontrolünü hâlihazırda bir aile üyesine zaten devrettiği şirket olarak tanımlanmaktadır (Chua ve diğerleri, 1999; Venter ve diğerleri, 2005).

Aile şirketlerinin kurucuları özellikle belirli bir yaşa geldiklerinde nesiller arası yönetim devri ile ilgili olarak dört alternatif seçenikle karşı karşıya kalmaktadırlar (Leach, 2016):

1. Şirketi ikinci nesil bir aile üyesine devretmek,
2. Şirketi profesyonel bir yöneticiye devretmek,
3. Şirketi tamamen veya kısmen satmak,
4. Şirketi tasfiye etmek.

Bu çalışmaya katılım sağlayan kurucuların tamamı aile şirketlerini ikinci nesil bir aile üyesine devretme isteklerini ifade etmişler; profesyonel bir yöneticiye devir, şirketi satma ya da tasfiye etme seçeneklerini düşünmediklerini belirtmişlerdir. Kurucular ikinci nesil bir aile üyesine devretme isteklerini belirtmekle beraber bu devri planlamamakta, direnç göstermekte, devri gerçekleştirilmemesinde yani bu konuda hiçbir şey yapmamayı seçerek kendi içlerinde çelişkili bir davranış sergilemektedirler.

### ***Temel Endişe: Bana Ne Olacak?***

Aile şirketinin gelişimi boyunca, kurucu hem iş hem de ailenin merkezinde yer alan kişidir. Bu merkezi konum, kurucuya aile ve şirket üzerinde önemli bir güç vermekte ve bu güç onu gelecek nesile devir konusu ile ilgili kararsız hale getirmektedir. Aslında kurucu gelecek nesle devir ile ilgili planlama ve devir yapmasının gerekliliğinin farkındadır, ailesinden ve çevresinden de bu yönde telkinler almaktadır fakat bunu yapmakla ilgili bazı zorluklar yaşamaktadır. Kurucu çelişkisi olarak ifade edilebilecek olan bu durumun altında yatan psikolojik zorluklar kişisel, aile, şirket ve sosyal çevre ile ilgili zorluklar olarak özetlenebilir:

***Kişisel zorluklar:*** Kurucular şirketlerinden yönetim devri yaparak emekli olurlar ise her gün nasıl zaman geçirecekleri, iş dışında bir şey ile kendilerini nasıl meşgul edebileceklerini bilememektedirler. Yaşamları boyunca işlerine odaklandıkları, tatile bile az çıktıkları ve iş dışında bir şey düşünmedikleri için kişisel dünyaları ile ilgili bir boşluk korkusu yaşamaktadırlar. Çeşitli sağlık sebepleriyle şirketlerinden uzak kalan kurucuların kısa zaman içerisinde hayatlarını kaybettikleri, çeşitli sebeplerle

işini bırakan kurucuların çok kısa zamanda ciddi bir şekilde yaşlandıkları düşünülmektedir. U1 kodlu katılımcı 80 yaşındaki babasının pandemi başlangıcına kadar her gün işe geldiğini fakat pandemi sebebi ile mecburen evde kalmaya başlayınca iki senede on yaş yaşlandığını söylemiştir. MM1 kodlu katılımcı babasının işi bırakırsa çok çabuk yaşlanacağını, iş hayatının babasına enerji verdiğini ve bundan beslendiğini belirtmiştir.

**Aile kaynaklı zorluklar:** Aile şirketinin kontrolünü kaybetme korkusu kurucularda emekli olduklarında aile içerisindeki merkezi rollerini de kaybedecekleri korkusuna yol açmaktadır. Kurucular emekli olduktan sonra artık eşlerinin ve çocuklarının hayranlıkla bakacağı ve güveneceği bir baba olamayacakları endişesi taşımaktadırlar. Hayatı boyunca eşinin, çocuklarının, torunlarının her ihtiyacını karşılayan, onlara evler alan, okutan, tatillere gönderen, geçinmeleri için gerekli maaşlarını belirleyen babaları acaba emekli olduktan sonra da aynı saygıyı görmeye devam edecek midir? Kararlarına ve tercihlerine uyulacak mıdır? Ailenin merkezi olmaya devam edecek midir? C1 kodlu katılımcı bu endişesini şirketten emekli olur ise “Torunlar bile bayramda bizi görmeye gelir mi bilmem” şeklinde dile getirmiştir.

**Şirket kaynaklı zorluklar:** Kurucular sıfırdan kurdukları şirketlerini ikinci eş, metres bazen de çocukları olarak nitelendirmektedirler. Yıllarca gece gündüz hiçbir fedâkarlıktan kaçınmayarak kurdukları bu yer onların her sabah gittikleri, kayıtsız şartsız saygı gördükleri, hiçbir kararlarının sorgulanmadığı, istedikleri her kişi ve konu hakkında karar aldıkları ve uyguladıkları bir ortamdır. İş bu insanların en mutlu oldukları yerdir. Bu nedenle şirket üzerindeki gücün teslim edilmesini yaşamın kendisi üzerindeki kontrolünü kaybetmeye yönelik ilk adım olarak deneyimlemektedirler. Kurucular eğer emekli olurlar ise şirketlerinde bu saygıyı göremeyecekleri endişesi ile yaşamaktadırlar. I1 kodlu katılımcı bu durumla ilgili olarak bir arkadaşının emekli olduktan sonra çocukları tarafından şirkete sokulmadığını anlatmış ve “yarın öbür gün benim burada bir odam olur mu, kartvizitimde ne yazar bilmem” diye devam etmiştir. EE1 kodlu katılımcı “Benim oğlum kapıdan girerken önlerini ilikleyecekler, bana da sen de hoş geldin diyeceklerse ben bunu kaldıramam” demiştir.

**Sosyal çevre kaynaklı zorluklar:** Kurucular yıllar içerisinde şirketlerini geliştirirken aynı zamanda iş ve sosyal çevrelerini de genişletmektedirler. Neredeyse her kurucunun birden çok sivil toplum kuruluşunda çeşitli görevleri vardır. Çevrelerinde hayırseverlik faaliyetlerinde bulunmakta, ihtiyaç sahiplerine yardım etmektedirler. Neredeyse her gün çeşitli açılış, sergi, kokteyl, yemekler ile ilgili davetler almaktadırlar. Yılbaşı ve bayramlarda çalışma odaları tedarikçiler, müşteriler, bankalar vb. paydaşlardan gelen hediyeler ile dolmaktadır. Kurucular yönetim devri sonrası sosyal çevrelerinden aynı ilgi ve alakayı görecekle, yardım faaliyetlerine devam edebilecekleri konusunda şüphe duymaktadırlar. EE1 kodlu katılımcı işlerini oğluna devreden bir kurucunun daha sonrasında oğlundan hayır işleri için para almakta zorlandığını anlatırken “Kraldı işçi oldu, hata etti dizginleri elinde tutacaktı” diye belirtmiştir.

Literatürde de kurucuların yarattıkları ve yönettikleri şeyden vazgeçmekte zorluk çekmelerinin doğalarında olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Churchill ve Lewis, 1983; Dyer, 1986; Greiner, 1972; Kaplan, 1987; Kets de Vries, 1985; Levinson, 1971; Schein, 1983). Kurucuların oluşacak statü kaybı ve emekli olduktan sonra ne yapacağını bilememe gibi kişisel korkular sebebiyle hayatlarının işini bırakmak konusunda isteksiz davrandıkları belirtilmektedir (Bruce ve Picard, 2006; Davis ve Harveston, 1999; Frey ve diğerleri, 2005; Halter ve diğerleri, 2009; Sharma ve diğerleri, 2003; Fattoum ve Fayolle, 2009; Sharma ve Rao, 2000; Solomon ve diğerleri, 2011).

Özetle kurucular yönetim devrini gerçekleştirmelerinin şirketi kontrol etme, karar verme gibi güçlerinden vazgeçmeleri anlamına geleceği, dizginlerin ellerinden gideceği ve bunun da kişisel, aile, iş ve sosyal çevrelerindeki konumlarını olumsuz yönde etkileyerek onları önemsiz adam konumuna düşüreceği kanaatindedirler ve devir olur ise “Bana ne olacak?” endişesi yaşamaktadırlar.

### ***Kurucunun Davranış Modeli: Mezarda Emeklilik***

Becker (1973) gelecek nesile devir planlaması kurucunun ölümle yüzleşmesini gerektirir ki bu hayatını kendi kaderini kontrol ettiği inancıyla yönlendiren birisi için çok zordur değerlendirmesinde bulunmuştur. Lansberg (1988) gelecek nesile devir planlamasını kurucunun kendi cenaze törenini organize etmesine benzetmiştir. Bu anlamda yönetim devri sonrasında “Bana ne olacak?” endişesi kurucular için kendi ölümleriyle yüzleşmeleri anlamına gelmektedir.

Elizabeth Kubler-Ross (1969), ölüm ve ölme ile ilgili çalışmasında yaklaşan ölümün, inkâr, öfke, depresyon, pazarlık ve nihayet kabul şeklinde öngörülebilir bir dizi durumu takip ettiğini belirtmiştir. Yönetim devri; kurucuların bu zorlu döngüden, kendilerini hâla güçlü ve hayati önemde hissettikleri, çevrelerindeki bazı kişilerin onlara sürekli olarak aile şirketinin vazgeçilmez merkezi olduklarını hatırlattıkları bir zamanda geçmelerini gerektirmektedir. Lansberg (1988) bu koşullar altında, kurucuların inkâr durumunun ötesine geçmelerini çok zor görmektedir. Bu çalışmada gözlemlendiği kadarıyla kurucular bu süreçte inkâr kısmından öfke, depresyon ve hatta bazen pazarlık aşamalarına gelmekle beraber kabul aşamasına gelmeden tekrar inkara dönen bir kısır döngü içerisinde gidip gelmekte ve devir konusunda hiçbir şey yapmamayı seçmektedirler (Şekil 9).

Kurucular “Bana ne olacak?” endişesi sebebiyle aileyi ve şirketi yöneterek ölmek istemektedirler. II kodlu kurucu şöyle dua ettiğini söylemektedir: “Allah’ım verdiğin emaneti evde bir köşede otururken, hasta halsiz dermansızken değil; ben işbaşındayken geri al”.

Bu çalışmada “mezarda emeklilik” olarak adlandırılan bu davranış modeli sanatçıların sahnede ölme istekleri ile benzerlik göstermektedir. Ailelerinde, şirketlerinde, sosyal çevrelerinde gördükleri saygı ve sevgi, duydukları güzel sözler onlar üzerinde sanatçıların sahnede duyduğu alkışlar ile benzer etkiyi bırakmaktadır. Bu yüzden kurucular da görevlerini icra ederken işlerinin başında ölmek istemektedirler: “Kurucunun emeklisi olmaz, rahmetlisi olur”.

Literatürde Sonnenfeld (1988) kurucuların çeşitli emeklilik tarzları olduğunu ileri sürmüş ve hükümdarlar diye tabir ettiği tiplerin zorla çıkarılıncaya veya ölünceye kadar şirketlerinden ayrılmadıklarını söylemiştir. Handler (1990) pek çok kurucunun kontrolü sürdürmekte ısrar ederek devri gerçekleştirmek istemediklerini belirtmiştir. Bruce ve Picard (2006) birçok kurucunun şirketlerinin başarılarının kendi katılımlarına bağlı olduğunu belirtmiş ve bu nedenle çok sayıda kurucunun emekli olsalar bile bir liderlik pozisyonu ile şirkette kalmaya devam etmek istediklerini öne sürmüştür.

### ***Kurucu Kendi Çıkarlarını Düşünüyor: Önce Ben***

Leach (2016) aile şirketi kurucularının klasik davranış sendromlarını şöyle tanımlamaktadır:

Sürekli Erteleme: Potansiyel olarak zor olan aile meselelerini tartışmayı her zaman ertelemek.

Seçici unutmama: Kendi bakış açılarına uymayan bazı tartışmaları ve kararları unutmak, ancak buna uyan durumları net bir şekilde hatırlamak.

Tabular: Aile birliğinin yararına olduğu iddiası ile bazı konulardan hiç bahsetmemek.

Korku: Belirli konuları gündeme getirmenin hoş olmayan çatışmalara yol açacağına yönelik korkuyu hissettirmek.

Böl ve yönet: Yönetim tarzının parçası olarak bazı aile üyelerini, hissedarları veya çalışanları bazı konuların ve karar süreçlerinin dışında tutmak, kendi aralarında çatışma yaratacak şekilde yönlendirmek ve kışkırtmak.

Yapılan çalışmada katılımcılar kurucuların bu davranışlarına yönelik tecrübelerini paylaşmışlardır. Bunlara ilave olarak kurucuların ayrıca şu davranış sendromları gözlemlenmiştir:

Mış gibi yapmak: Yönetim devrini yapıyormuş gibi gözükmek, bu konuda çalışma grupları kurmak, danışmanlık almak, aile anayasası hazırlamak ama aile anayasasına yönetim devri ve kendi emeklilikleri ile ilgili bir şey yazdırmamak, ikinci nesile yönetim kurulu başkanlığı, yönetim kurulu üyeliği, genel müdürlük gibi sıfatlar verirken gereken yetki ve sorumluluğu vermemek, yönetimi aile üyelerine devrettiğini söylerken şirket hisseleri üzerinde kontrolü elde tutarak kendi isteği dışında karar alınmasını imkansız hale getirmek ve tüm kararlara müdahale etmek, devrin neden yapılamadığı ile ilgili türlü bahaneler öne sürmek, devri fiilen gerçekleşirse bile mümkün olan ilk fırsatta çeşitli bahaneler öne sürerek işin başına geri dönmek ya da uzaktan karışmaya devam etmek.

Ben olmazsam olmaz: Aile üyelerine sürekli olarak kendilerinin aile ve şirket için ne kadar vazgeçilmez olduklarını hatırlatmak, tüm aile ve şirket çalışanlarının kendileri sayesinde mal, mülk, makam sahibi olduklarını söylemek, kendi yokluklarının ailede, şirkette, pazarda, rekabette yaratabileceği sorunlarla ilgili abartılı gerekçeler öne sürmek.

Para ile terbiye: Aile üyelerine sadece belli bir hayat standardı sağlayacak kadar finansal destek sağlayarak kendisine muhtaç bırakmak. Bu sayede aile üyelerinin her türlü kararları üzerinde söz sahibi olmak, kendi kararlarına tam olarak itaat etmelerini sağlamak.

Kurucular mezarda emeklilik planlarını gerçekleştirebilmek için kendi menfaatleri doğrultusunda kararlar almaktadırlar. Bu kararları alırken yıllar içerisinde uyguladıkları ve artık şirket kültürünün bir parçası haline gelen sendromları ile aile şirketinde gerçekte neler olup bittiğini gizlemede çok başarılı olmaktadır. Kurucular yönetim devri konusunda ailelerinin çıkarlarından önce kendi çıkarlarını önceliklendirmekte ve bunu yaparken de muhtemelen kendi doğrularının ailelerinin de doğruları olması gerektiğini düşünmektedirler. C1 kodlu kurucu “Patron her zaman haklıdır. En çok da ne zaman haklıdır biliyor musun? Haksız olduğu zaman haklıdır” diye belirtmiştir.

Çırpan (2021), kurucuları kubbeli yapılarda kubbenin çökmesini önleyen “kilit taşı” olarak nitelendirmekte; bununla beraber kurucunun işletmeyi korumak ve kollamak adına yaptıklarının aile şirketinin ikinci nesile geçişini zorlaştırdığını ya da imkansız hale getirdiğini ifade etmektedir. Danco (1982) kurucuyu sağlığında şirketi için sürdürülebilir bir organizasyon sağlamama hatasına düşerek sevdiği işi kasten öldürmekle suçlamış ve bu durumu “kurumsal ötanazi” (corporeuthanasia) olarak tanımlamıştır. Bu anlamda kurucuların mezarda emeklilik planları ve bu planı uygularken önce ben diyerek kendi çıkarlarını önceliklendirmeleri kurumsal ötanazinin tipik bir örneği olarak ortaya çıkmaktadır.

Yukarıdakilere ilave olarak, kurucuların yıllar içerisinde elde ettikleri başarılar ve yarattıkları eserleri (şirketleri) sebebiyle yaşadıkları ego patlaması, güç zehirlenmesi, olmuşluk hisleri yaşlanma ile çağın gerisinde kalma ve modern dünyaya ayak uyduramama gibi sorunlar yaratmaya başlamaktadır. Günümüzde teknoloji çok hızlı değişmektedir. Şu anda 70’li yaşlarında olan kurucuların cep telefonu ile 40’lı yaşlarında tanıştıkları, ilk internet ve mail deneyimlerini 50’li yaşlarına doğru yaşadıkları, hızla dijitalleşen iş dünyasını son yıllarda deneyimledikleri düşünüldüğünde, geçmişte onları başarıya ulaştıran iş modellerinin ve liderlik özelliklerinin günümüz iş dünyasında yetersiz kalacağı açıktır. Kurucular bu duruma tepki olarak kendi çıkarlarını önceliklendirebilme adına daha fazla niteliklerini abartma eğilimi, her zaman her şeyi en iyi kendileri bildiğini zannetme, seslerinin her zaman çok yüksek çıkması ve bağırımları, her ihtimali hesaplamış ve her şeye hazırlıklıymış gibi davranmaları, yaşanmamış tecrübeleri yaşanmış gibi düşünüp öyle lanse etme gibi sendromlara kapılmaktadırlar. Nesiller arası yönetim devrini geciktirdikçe daha fazla içe kapanarak bu sendromun etkisinde kalma olasıkları da artmaktadır.

### ***İkinci Nesilin Duruma Tepkisi: Öğrenilmiş Çaresizlik ya da Kaç Git***

Kurucular ikinci nesil aile üyelerini yetiştirirken belirli bazı davranış kalıpları içerisinde bulunmaktadır. Öncelikle ikinci neslin kendilerinin aldığı eğitimden çok daha iyi bir eğitim

almasını sağlamaya çalışmaktadırlar. Bu amaçla çocuklarını yurtiçi ve yurtdışında en iyi okullarda okutmaya çalışmakta, yabancı dil bilgilerini geliştirmelerine yardımcı olmaktadır.

İkincisi, kurucular ikinci nesil küçük yaşlardan itibaren ileride aile şirketinde çalışacak şekilde konumlandırmakta, aile sohbetlerinde bu şekilde dile getirmekte, “buradan daha iyisini mi bulacaksınız” diyerek şirket dışında bir yerde çalışmalarını ile ilgili fikirlere sıcak bakmadıklarını hissettirmektedirler.

Üçüncü olarak, kurucular ikinci nesil ileride aile şirketinde çalışacak şekilde konumlandıkları için onları küçük yaşlardan itibaren aile şirketlerine dahil etmektedirler. Çocuklar çeşitli şirket aktivitelerine katılmakta, okul çıkışlarında, yaz tatillerinde şirkette zaman geçirmekte ve şirketin havasını solumaya başlamaktadırlar. Şirkette geçirilen bu zaman zarfında özellikle şirket çalışanlarından hep patronun çocuğu, şirketin geleceği, velihtı muamelesi görmektedirler.

Ayrıca, kurucular ikinci nesil aile üyelerinden aile şirketine ruhen ve bedenen teslim olmalarını, her şeyleriyle onu geliştirmek için çabalamalarını, geçmişte kurucuların bu konuda göstermiş oldukları fedakarlıkları göstermelerini ve ikinci nesil aile üyelerinde kendi karakterleri ile uyum sağlayacak özelliklerde olmalarını beklemektedirler. Bunun yanı sıra çocukları onlar için her zaman çocuk kalmakta ve çocuklarının iyilikleri için onların işine karışmayı çocuklarına yapılan bir iyilik olarak değerlendirmektedirler. Çocuklar onlar için her zaman naif, iş bilmez ve tecrübesiz olarak kalmaktadırlar.

Kurucular gibi yüksek egolu, narsist karakterli, yüksek başarı kriterleri olan kişilerin çocukları olarak, ikinci nesil aile üyeleri yetişme çağlarında önemli bir psikolojik yükün altında kalmaktadırlar. Anneleri ve babalarına özenme, onların başarılarını yakalama hayaliyle daha iş hayatına atılmadan bu travmayı yaşamaya başlamaktadırlar.

İkinci nesil aile üyeleri bu yüksek beklentiler ile başladıkları iş hayatlarının ilk yıllarında fazla sorun yaşamamakla beraber şirkette belirli bir geçmişleri oluştuktan sonra dahi şirkette söz sahibi olamayınca, karar alamayınca, yaptıkları beğenilmeyince, çocuk gibi görülmeye devam edildikçe, işlerine karışıldıkça sıkıntı duymaya başlamaktadırlar. Kendilerine gerçekten yetki ve sorumluluk verilmeyince, kararlarının olumlu olumsuz sonuçlarından etkilenmeyince, yanlış bir karardan ders alamayınca, iyi bir karardan mutlu olamayınca kurucunun gölgesini iyice üzerlerinde hissetmeye başlamaktadırlar.

İşte tam bu noktada ikinci nesil aile üyeleri bir yol ayrımına gelmektedirler. Aile şirketinde çalışma kararlarını sorgulamakta, şirketin bana ihtiyacı var mı, gerçekten burada çalışmalı mıyım diye düşünmektedirler. Bu sürecin sonunda bir kısım ikinci nesil aile üyesi aile şirketlerinden bir daha geri dönmek üzere kaçıp gitmektedirler. Aile şirketleri bu aşamada belki de ileride şirketi devir alabilecek, şirketi geliştirip çok daha iyi yerlere getirebilecek çok değerli aile üyelerini kaybetmiş olmaktadır.

Aile şirketinde kalmaya devam eden aile üyeleri için şartlar ağırlaşarak devam etmektedir. Tek adam yönetimi devam etmekte, yaşanan kurucunun davranışları daha da keskinleşmektedir. İkinci nesil, kurucunun işi kendilerine devretme isteğini görmekte beraber bırakmak istemediğini de gözlemlemektedir. Kurucuların kendilerine duydukları güven eksikliğinin farkına varmakta, işi yapabileceklerinden endişe duyduklarını hissetmektedirler. Kurucular için hep çocuk kalmaya devam ettiklerini görmektedirler. Çalışmakta, çabalamakta, bazen kurucu ile çatışmakta ama sonunda kurucunun baskısı altında ezilmekte, kararlara itiraz edemez hale gelmekte ve öğrenilmiş çaresizlik sendromuna yakalanmaktadır.

Öğrenilmiş çaresizlik sendromu, kişinin göstermiş olduğu tepkilerin sonuca ulaşmaması durumunda, sonucu değiştiremeyeceğine karşı oluşan inanç ile gelen bir ruh hali durumudur. İnsanlarda zamanla oluşan başarısızlıklar karşısında kişinin bir şeyleri başarma isteğini günden güne kaybetmesi sonucunda, belli bir konuda veya genel olarak başarısız olacağına dair bir inanç geliştirmesi ile kendini göstermektedir (Peterson ve Seligman 1984; Erkuş, 1994).

Bu sendromun etkisinde kalan ikinci nesil aile üyelerinde işten bıkkınlık ve işe karşı boş vermişlik başlamakta, adeta pasif direnişe geçmektedirler. Bununla beraber ciddi bir özgüven problemi yaşamakta, ileride kendilerini başarıya götürecek bilgi ve tecrübeyi edinmemekte, kendi ekiplerini kuramamakta ve şirket içerisindeki saygınlıklarını kaybederek sadece patronun çocuğu muamelesi görmeye başlamaktadırlar.

### ***Profesyonel Yöneticilerin Durumu: Biat Et ya da Terk Et***

Aile şirketlerinde genelde iki tip profesyonel yönetici bulunmaktadır. İlk grupta aile şirketinin ilk yıllarından beri kurucu ile çalışmış, zaman içerisinde test edilmiş ve kurucunun güvenini kazanmış, hayatlarının sonbaharında olan yaşlı yöneticiler bulunmaktadır. Bu kişiler kurucu başta kalmaya devam ettiği müddetçe kendi konfor alanlarını korumaya devam etmektedirler. Muhtemelen hayatlarının son profesyonel işindelerdir ve bu şirketten emekli olacaklardır. Bu sebeple kurucunun yönetim biçimi ve davranışlarından memnun olmasalar ve doğru olmadığını düşünseler dahi bunu dile getirecek niyet, cesaret ve kararlılıkta değildirler. Yönetim devri gerçekleşirse başa gelecek ikinci nesil aile üyelerini çocukluklarından beri tanyorlardır, onların kısa pantolonlu hallerini biliyorlardır, patronun çocuğu olarak görüyorlardır. İş yürütecek bilgi ve tecrübeye ve en önemlisi özgüvene sahip olup olmadıkları ile ilgili ciddi endişeleri vardır. Tüm bu sebeplerle bu gruptaki profesyonel yöneticiler kurucuya biat etmektedirler.

İkinci gruptaki profesyoneller ise şirkete daha sonradan katılmış nispeten daha genç kişilerdir. Bu kişiler aile şirketinin geçmişte göstermiş olduğu başarıların ve değer farkındadırlar. Bununla beraber geçmişte uygulanan yöntemlerin şirketi gelecekte başarıya götürmeyeceğini görmekte, şirkette gereken değişimin farkındadırlar ve bunu sıklıkla dile getiriyorlardır. S1 kodlu profesyonel yöneticinin dile getirdiği gibi: “Kurucumuz radyo dinlemekten iPhone’a geçmiş bir çağın hepsini bir



arada yaşamış birisi olarak bence hala radyo dinlemeye devam ediyoruz, İphone kullanmaya geçememişiz. O teknolojiyi o çağı yakalayamamışız, bu konuyu çocuklarına da bırakmadığı delege etmediği için bu şirketin kaçınıcı nesle kadar devam edebileceği ciddi bir soru işareti.”

Bu gruptaki profesyonel yöneticiler ikinci nesil aile üyeleri ile, benzer nesilden olmaları nedeniyle daha iyi anlaşılmaktadırlar. Değişim beklentilerini ve gerekliliğini ikinci nesle ve hatta zaman zaman kuruculara ifade etmektedirler. Bununla beraber kurucudan aldıkları tepkiler, duydukları bahaneler, kurucuların “mış gibi” yapmaları morallerini bozmaktadır. İkinci neslin durumu kabullenmiş olmasına kızmakta, aynı zamanda onların tecrübe ve özgüven eksikliklerinin de farkındalardır. Bu gruptaki profesyonel yöneticiler zamanla şirkete olan aidiyetlerini kaybetmekte, şirketten uzaklaşmaya başlamakta ve sonunda kariyerlerinde yeni sayfalar açmak üzere şirketi terk etmektedirler.

### ***Gelinler ve Damatlar: Sabret***

Tüm bu gelişmeler olurken gelinler ve damatlar bazen şirkette bizzat çalışarak ama çoğunlukla şirketin dışında ama ailenin içinde olarak aile şirketinde olan bitenlerin bir parçası olmaktadır. Eşlerinin kurucular karşısında yaşadıkları bastırılmışlık duygusu ile sessiz kalmalarına, koşulsuz şartsız boyun eğmelerine, yanlış da olsa kararlarına karşı çıkamamalarına kızmaktadırlar. Diğer aile üyeleri ile kendi eşleri arasında sürekli kıyaslamalar yapmaktadırlar, eşlerinin aile şirketinde hakkettiği makam ve mali karşılıkları alamadığı düşüncesi ile eşlerine sürekli yakınmalarda bulunmakta, eşlerini bu konuda doldurmakta, ayrıca hem kurucuya hem de diğer aile üyelerine karşı öfke ve kızgınlık duymaktadırlar. Fakat tüm bu duygularına rağmen kurucunun para ile terbiye yöntemi, aile ve şirketteki baskın konumu, maddi bağımsızlıkları olmaması gibi sebeplerle sabretmektedirler. Bu konuda III kodlu katılımcı somut örnekler vermiştir.

### ***Kurucunun Ölümü ve Sonrası: Benden Sonra Tufan***

Kurucular günün birinde mezarda emeklilik hayallerini gerçekleştirmekte ve ailelerini ve şirketlerini yönetirken hayatlarını kaybetmektedirler. Bu noktadan sonra ailede ve şirkette ciddi sıkıntılar baş göstermektedir. Adeta dünya üzerinde yer çekiminin kaybolması gibi aile ve şirketin merkezinde bulunan kurucunun hayatını kaybetmesiyle tüm taşlar yerlerinden oynamaktadır.

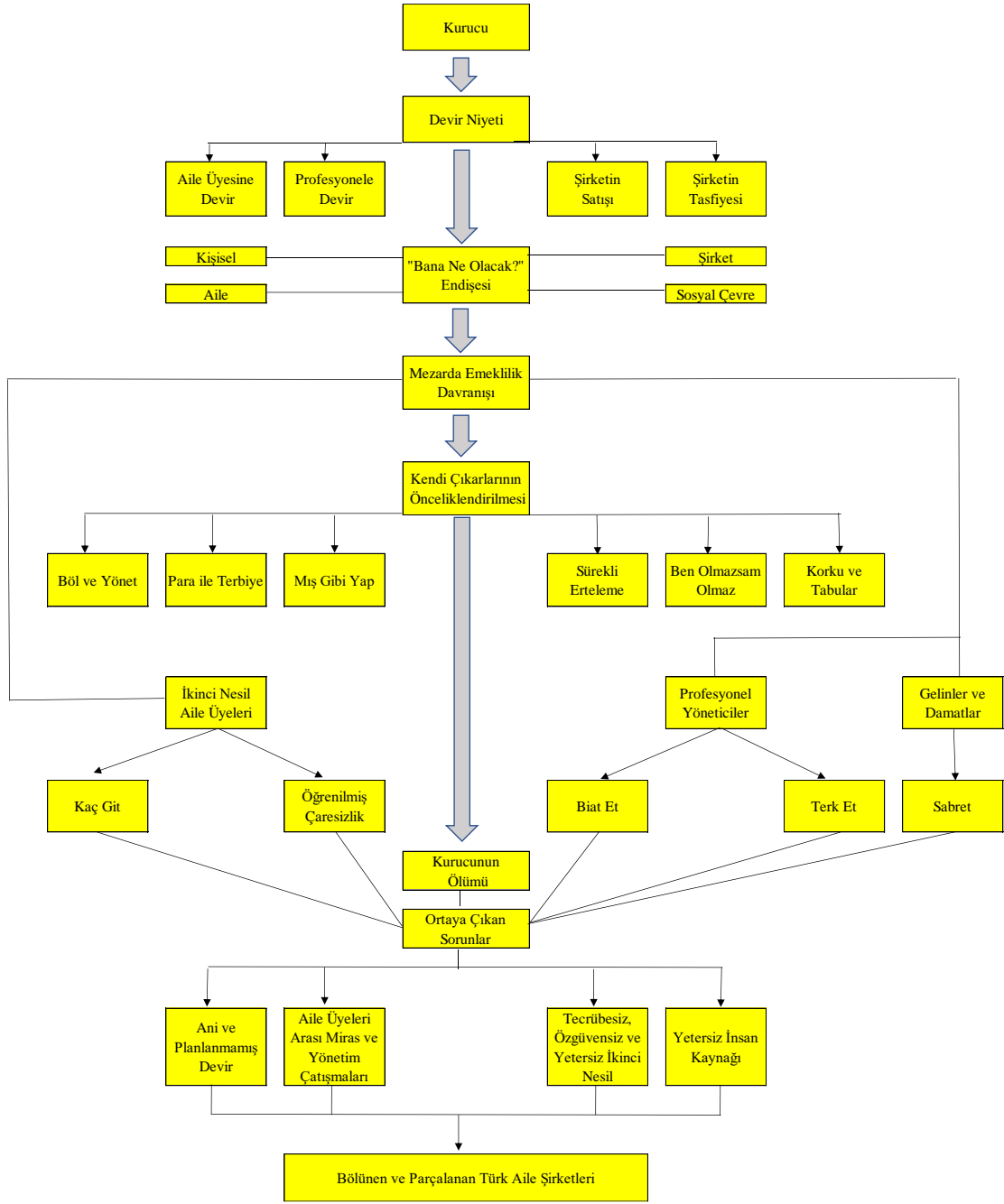
Öncelikle kurucunun mirasının paylaşımının yapılması gerekmektedir. Türk Medeni Kanunu gereği kurucunun mirasının ¼’ü eşine, kalan ¾’ü ise çocuklarına kalmaktadır. Aksi bir durum olmadıkça şirket hisseleri de benzer şekilde bölünmektedir. Bu durumda örnek olarak iki çocuğu olan bir kurucunun aile şirket hisseleri eşi ve iki çocuğu arasında %25-%37,5-%37,5 oranlarında dağılmaktadır. Kalabalık ailelerde çok daha karmaşık hisse bölünmeleri ortaya çıkmaktadır. Kurucu zamanında yönetim devrini gerçekleştirmediği için aile üyeleri arasında şirketi kimin nasıl yöneteceğine yönelik tartışmalar başlamaktadır. Çocuklar annelerine karşı, anne ile çocuk diğer çocuğa karşı, amca çocuklarıyla beraber kurucunun ailesine karşı şirketin kontrolünü ele geçirmek

üzere güçlerini birleştirmektedirler. Aile üyeleri birbirlerine karşı kurucunun sağlığında bastırdıkları kızgınlık, kıskançlık, öfke vb. duygularını güçlü bir şekilde dile getirmeye başlamaktadırlar. Gelinler ve damatlar da devreye girmektedirler. Bu tartışmalar zamanla çatışmalara, oradan da mahkemelere intikal edebilmektedir. Aile; şirketlerinin başarıları ile değil aile kavgaları ile gazete manşetlerini süslemeye başlamaktadır. J1, P1 ve R1 kodlu katılımcılar bu konularla ilgili yaşadıkları önemli deneyimlerini paylaşmışlardır.

İkinci olarak, kurucunun ölümü sonrası meydana gelen yönetim devri planlı bir çalışmanın sonucu olmak yerine bir zorunluluk olarak ortaya çıkmaktadır. Bu durumda yukarıda anlatıldığı şekilde bir hisse sahipliği ve kim yönetecek tartışması yaşanmasa dahi başa gelen ikinci nesil aile üyesi ciddi bir zorlukla karşı karşıya kalmaktadır. Türk aile şirketi kurucuların temel özelliklerinden birisi olan yazılı değil sözlü kültür sebebiyle iş yapış biçimiyle ilgili birçok konuda bir boşluk oluşmaktadır. İkinci nesil aile üyeleri o güne kadar bu göreve gerekli şekilde hazırlanmadıkları için gerekli bilgi ve tecrübeye sahip olamamaktadırlar. Uzun yıllardır baskısı altında kaldıkları kurucunun yokluğunda “çınarın altında ot bitmez” deyişi ile işi yönetecek özgüvene de sahip olamamaktadırlar.

Diğer taraftan şirketteki profesyonel yöneticiler ailedeki sorunlar ve ikinci nesil aile üyelerindeki eksikliklerin farkında olarak kendi konfor alanlarını korumaya ve/veya genişletmeye çalışmaktadırlar. Aile çatışmalarına taraf olamamaktadırlar. Daha önceden şirketten ayrılmış olan ikinci nesil aile üyeleri ve profesyonel yöneticiler sebebiyle şirketin insan kaynağı ne çağın getirdiği zorluklar ne de aile çatışmalarının getirdiği karışıklıklar ile baş edebilecek güç ve kuvvette olamamaktadır.

Mezarda emeklilik davranış modeli ve ona tepki olarak ikinci nesil aile üyeleri, gelinler, damatlar ve profesyonel yöneticilerde gelişen durumlar kurucunun ölümünden sonra aile şirketinde planlanmamış ve ani bir yönetim devri, tecrübesiz, özgüvensiz ve yetersiz ikinci nesil, aile üyeleri arası miras ve yönetim çatışmaları, yetersiz insan kaynağı gibi sorunlara yol açarak aile şirketlerinin sürdürülebilirliklerini tehdit etmektedir. Birçok aile şirketi bu durumlar sonucu parçalanmakta ya da bölünerek küçülmektedir. M1 kodlu katılımcının dediği gibi: Kurucular şirketlerinin ömrünün kendi yaşamlarından daha uzun olabileceğini idrak edemiyorlar.”



Şekil 2. Mezarda Emeklilik Davranış Modeli

## SONUÇ, TARTIŞMA VE ÖNERİLER

Türk aile şirketlerinin nesiller arası yönetim devri konusundaki sorunlarının anlaşılmasına yönelik olarak yapılan bu çalışmada şu bulgular elde edilmiştir:

- (1) Türk aile şirketlerinin kurucularının nesiller arası yönetim devri ile ilgili temel sorunu devir gerçekleşirse “Bana ne olacak?” endişesidir.

(2) Türk aile şirketlerinin kurucularının nesiller arası yönetim devri ile ilgili bu sorun ve endişelerini gidermeye yönelik davranış modellerinin yönetim devrini ölene kadar gerçekleştirmemek yani “Mezarda emeklilik” olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Ayrıca:

(3) Kurucuların bu davranış modelini uygularken ailelerinin çıkarlarından önce kendi çıkarlarına yönelik kararlar aldıkları; böl ve yönet, mış gibi yapmak, para ile korku ve terbiye, sürekli erteleme, seçici unutmaya gibi sendromların etkisi altında kaldıkları belirlenmiştir.

(4) Bu davranış modelinin genç ikinci nesil aile üyelerini şirketten uzaklaştırdığı ve “Kaç git” tepkisi doğurduğu, zamanında bu tepkiyi vermeyen ya da daha sonra bu durumun farkına varan ikinci nesil aile üyelerinin ise “Öğrenilmiş çaresizlik” sendromuna yakalanarak zamanla bıkkınlık, boş vermişlik, özgüven eksikliği gibi davranışlar sergiledikleri görülmüştür.

(5) Kurucuların bu davranış modelinin şirketin yaşlı profesyonelleri üzerinde “Biat et”, genç profesyonelleri üzerinde de bir an evvel şirketi “Terk et” tepkilerini doğurduğu gözlemlenmiştir.

(6) Gelinler ve damatların; eşlerinin kurucu karşısında sessiz kalmaları ve boyun eğmeleri sebebiyle evliliklerinde sorunlar yaşadığı, hem kurucuya hem de diğer aile üyelerine karşı öfke ve kızgınlık duydukları, fakat tüm bu duygularına rağmen maddi bağımsızlıklarının olmaması, kurucunun para ile terbiye yöntemi, aile ve şirketteki baskın konumu gibi sebeplerle “Sabret” tepkisi verdikleri görülmüştür.

Mezarda emeklilik davranış modeli ve ona tepki olarak gelişen durum ve davranışların kurucunun ölümünden sonra aile şirketine planlanmamış ve ani bir yönetim devri, tecrübesiz, özgüvensiz ve yetersiz ikinci nesil, aile üyeleri arası miras ve yönetim çatışmaları, yetersiz profesyonel insan kaynağı gibi sorunlara yol açarak aile şirketlerinin sürdürülebilirliklerini tehdit ettiği, birçok aile şirketinin bu durumlar sonucu parçalandığı ya da bölünerek küçüldüğü sonuçlarına ulaşılmıştır.

Aile şirketlerinde, aile ve iş sistemlerinin iç içe geçmesi ve işin sahipliği ve yöneticiliğinin aynı kişide olması, yönetimin sonraki kuşaklara devri önündeki önemli bir sorun olarak karşımıza çıkmaktadır (Erdoğan, 2007). Çalışma bulgularından hareketle Türk aile şirketlerinin nesiller arası yönetim devri ile ilgili sorunlarının çözümüne yönelik bazı önerilerde bulunulabileceği düşünülmektedir:

E1 kodlu katılımcının belirttiği gibi “her ailenin hikayesi biriciktir”. Bir aile şirketini başarıya götüren formülün bir başka aile şirketi için geçerli olmayabileceği düşünülmektedir. Bu nedenle yönetim devri konusu her aile özelinde, o ailenin dengeleri, değerleri ve kültürü de dikkate alınarak ele alınması gereken bir konudur.

Aile şirketlerinde nesiller arası yönetim devrinin başarı ile gerçekleştirilebilmesi için ailenin ve şirketin merkezindeki kişi olarak kurucuların duygusal ve finansal olarak emekliliğe hazır hale getirilmesi gerekmektedir. Solomon ve diğerleri (2011) kurucuların açık, meraklı, sağlıklı ve emeklilikten korkmadıkları zaman yönetim devri sürecinin kolaylaştığını öne sürmektedirler. Bu amaçla duygusal boyutta kurucuların hayatında oluşacak boşluğu doldurmaya yönelik olarak

öz farkındalıklarının artırılmasına yardım edilebileceği (Hall, 1986; Kaplan, 1987), sivil toplum kuruluşlarında daha fazla rol almaya yönlendirilebilecekleri, üniversitelerde misafir öğretim üyesi olarak dersler vererek üniversite-sanayi işbirliğine katkıda bulunabilecekleri ve gerek özsermaye gerekse girişimcilik tecrübeleri ile gelişimlerinin erken evrelerinde bulunan şirketlere (start-up) melek yatırımcı olarak katkıda bulunabilecekleri (Zalesnik ve Kets de Vries, 1985) düşünülmektedir.

Bunun yanı sıra kurucuların hayatlarının anlamı olan şirketlerinden emekli olduktan sonra şirketlerinde nasıl bir rol alacaklarının da netleştirilmesi gerekmektedir. Birçok kurucu şirketlerinin başarılarının kendilerine bağlı olduğunu düşündüğünden emekli olduktan sonra bile danışman ya da bir liderlik pozisyonu ile şirkette kalmaya devam etmek istemektedirler (Bruce ve Picard, 2006). Finansal olarak ise kurucular henüz sağlıklı ve şirkette aktif olarak görev alırlarken bir vaset planı hazırlanması ve kurucuların emeklilikleri ile ilgili finansal kaygılarının bu plan vasıtasıyla giderilmesinin faydalı olacağı değerlendirilmektedir.

Bir diğer konu aile şirketlerinin kurumsallaşmasına yönelik atılacak adımların önceliklendirilmesidir. Bu araştırma katılımcılarının çoğunluğu, şirket yönetim kurulları veya danışma kurullarında nitelikli bağımsız üyelerin bulunmasının kendilerine ve şirketlerine fayda sağladığı kanaatindedirler. Bu anlamda aile şirketlerinin ilgili kurullarında bu nitelikte kişilerin artmasının şirketin kurumsallaşmasına, nesiller arası yönetim devri konusunun planlı bir şekilde ele alınmasına ve gerçekleştirilmesine katkı vereceği düşünülmektedir.

Dikkatle ele alınması gereken bir diğer husus ise aile anayasasıdır. Aile anayasası ile sahiplik, yönetim, varislerin işletmeye katılması, performansları vb. gibi yönetimi ilgilendiren konular düzenlenmiş olmaktadır. Aile işletmelerinde sorunları çözenin ve çatışmaları yönetmenin en başarılı yollarından birisi aile anayasasının hazırlanmasıdır (Erdoğan, 2007). Yapılan görüşmelerde araştırma katılımcılarının şirketlerinin çoğunda aile anayasasının mevcut olduğu dile getirilmiştir. Bununla beraber görüşmenin devamında mevcut aile anayasalarının piyasada mevcut örnekler üzerinden kısa bir zaman diliminde hazırlandığı, şirkete özel hale getirilmediği, genel geçer maddeler içerdiği, gerektiğinde güncellenmediği ve uyulmaması halinde herhangi bir yaptırım içermediğine yönelik bilgiler edinilmiştir. Özellikle kurucudan sonra yönetim devri konusunun nasıl olacağına yeterli detayda ele alınmamış olmasının önemli bir eksiklik olduğu düşünülmektedir. Her ailenin hikayesinin biricik olduğundan hareketle aile anayasasının da o şirketin değerleri ve kültürünü yansıtacak şekilde yeterli emek ve sürede hazırlanması, gerektiğinde güncellenmesi ve uyulmaması halinde gerekli yaptırımları içermesi gerektiği düşünülmektedir.

Yine bu alanda aile içi iletişimin artırılması amacıyla aile meclisi, aile konseyi, aile toplantıları benzeri uygulamaların kurulması ve işletilmesinin önemli olduğu düşünülmektedir. Yönetim devrini engelleyen önemli faktörlerden birisi olarak aile içi çatışmaların (Churcill ve Hatten, 1987; Levinson 1971; Stern, 1986) bir kısmının eksik ve/veya yanlış iletişimden kaynaklandığı düşünüldüğünde aile üyelerini bir araya getiren planlı toplantıların fayda sağlayacağı açıktır.

Bu alanla ilgili son olarak aile şirketlerinin bir nesilden diğerine sürekliliğini belirleyen en önemli faktörlerden birisinin yönetim devir planlaması olduğu fakat yönetim devir planlamasının genellikle aile şirketleri tarafından yapılmadığı ve/veya yeterli etkinlikte yapılmadığından hareketle (Christensen, 1953; McGivern, 1978; Trow, 1961, Hershon, 1975; Barnes and Hershon, 1976; Tashakori, 1977; Dyer, 1986; Rosenblatt ve diğerleri, 1985; Santiago, 2000; Sharma ve Rao, 2000; Ward, 2016) etkin bir yönetim devir planlaması yapılmasının şirketler için hayati öneme sahip olduğu değerlendirilmektedir.

Başarılı bir yönetim devri için gerekli hususların bir kısmı da halefler ile ilgilidir (Handler ve Kram, 1988). Devir planlaması açısından önemli bir faktör kurucu tarafından güvenilen bir halefin mevcudiyetidir. Böyle bir halefin mevcut olmaması kurucunun devir planlaması yapma olasılığını düşürmektedir. Bu nedenle halef yetiştirme sistemleri önem ifade etmektedir (Dyer, 1986; Motwani ve diğerleri, 2006; Ward, 2016).

Yapılan görüşmelerde aile şirketlerinde görev alan ikinci nesil aile üyelerinin nerede ise tamamının üniversite mezuniyetlerinin hemen sonrasında kendi aile şirketlerinde işe başladıkları görülmüştür. İkinci nesil aile üyelerinin daha iyi yetişmelerini teminen kendi aile şirketlerinden başka şirketlerde edinilmiş tecrübelerin önemli olduğu düşünülmekte ve bu nedenle aile şirketinde görev alacak aile üyelerinin şirkette çalışmaya başlamadan önce başka bir şirkette belirli bir süre çalışmalarının mecburi hale getirilmesi tavsiye edilmektedir.

Yine ikinci nesil aile üyelerinin şirketlerinde çalışmaya başladıklarında hemen üst düzey pozisyonlarda görev aldıkları ve bu nedenle hiçbir zaman kurucular ve diğer profesyonel yöneticiler kadar işe hakim olamadıkları ve şirket içerisinde “patronun çocuğu” algısının altında kalarak gerekli saygınlığı elde edemedikleri belirtilmiştir. Bu eksikliği gidermek amacıyla ikinci nesil aile üyelerinin şirkette hangi şartlarda işe başlayacakları belirlenmeli, bunun yanı sıra yıllar içerisinde şirketin çeşitli bölümlerinde çalışarak tecrübe kazanmaları sağlanmalı ve liyakat usulüne göre terfi ettirilmeleri değerlendirilmelidir. Bu sayede ikinci nesil aile üyelerinin gerekli özgüven ve tecrübe ile kurucu sonrası döneme hazır hale gelebilecekleri düşünülmektedir.

İkinci nesil aile üyelerinin zaman içerisinde kendi ekiplerini kurmalarına izin verilmelidir. Kurucuların kendi emeklilikleri ile beraber diğer profesyonel yöneticilerin emeklilik ve yedekleme planlarını yapmaları gerekmektedir (Lansberg, 1988). Bu sayede ikinci nesil aile üyeleri kurucu sonrası dönemi daha güçlü bir insan kaynağı ile yönetebileceklerdir.

### ***Gelecekteki Araştırmalar ile İlgili Öneriler***

Mevcut teori ve hipotezleri test etmek ile ilgilenen araştırmacıların bu modelde ileri sürülen bulguları test edebilecekleri düşünülmektedir. Özellikle ikinci nesil aile üyeleri ve profesyonel yöneticilerin sorunlarına yönelik bulguların test edilmesi Türk aile şirketlerinin sürdürülebilirliğine yönelik katkı sağlayabilecektir.

Bu çalışma klasik gömülü teorinin, kültüre has bir alanda model geliştirme konusunda olumlu sonuç verdiğini göstermiştir. Bu nedenle Türk aile şirketlerine yönelik olarak yönetim devri dışındaki konularda da gömülü teori uygulanarak çalışmalar yapılması önerilmektedir. Diğer taraftan kültürün etkili olduğu başka alanlarda da gömülü teori metodolojisinin kullanılmasının faydalı olacağı düşünülmektedir.

Son olarak “Mezarda emeklilik” modelinin Türkiye dışındaki ülkelerdeki geçerliliğinin değerlendirilebileceği düşünülmektedir. Modelin Türk aile kültürüne benzer veya farklı kültürlerde geçerli olabilmesi mümkündür.

## KAYNAKÇA

- Adendorff, C. & Halkias, D. (2014), Leveraging ethnic entrepreneurship, culture and family dynamics to enhance good governance and sustainability in the immigrant family business. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 19(2), 1-23.
- Ayres, G. R. (1990). Rough family justice: equity in family business succession planning. *Family Business Review*, 3(1), 3-22.
- Barach, J.A., Gantisky, J., Carson, J.A., & Doochin, B.A. (1988). Entry of the next generation: strategic challenges for family business. *Journal of Small Business Management*, 26, 49–56.
- Barach, J.A., & Gantisky, J.B. (1995), Successful succession in family business. *Family Business Review*, 8, (2), 131–155.
- Basco, R. & Rodríguez, M. (2009). Studying the family enterprise holistically: Evidence for integrated family and business systems. *Family Business Review*, 22 (1), 1-22.
- Becker, E. (1973). *The Denial of Death*. New York: The Free Press.
- Benavides-Velasco, C. A., Quintana-García, C., & Guzmán-Parra, V. F. (2013). Trends in family business research. *Small Business Economics*, 40(1), 41-57.
- Berent-Braun, M. M. & Uhlaner, L. M. (2012). Family governance practices and teambuilding: Paradox of the enterprising family. *Small Business Economics*, 38(4), 103–11.
- Brenes, E. R., Madrigal, K., & Requena, B. (2011). Corporate governance and family business performance. *Journal of Business Research*, 64(3), 280-285.
- Bruce, D., & Picard, D. (2006). Making succession a success: Perspectives from Canadian small and medium-sized enterprises. *Journal of Small Business Management*, 44(2), 306–309.
- Chrisman, J. J., Chua, J. H., & Sharma, P. (1998). Important attributes of successors in family businesses: An exploratory study. *Family Business Review*, 11(1), 19–34.
- Chua, Jess H., James J. Chrisman, & Pramodita Sharma. (2003). Succession and nonsuccession concerns of family firms and agency relationship with nonfamily managers. *Family Business Review*, 16(2), 89-108.
- Churchill, N. C. & Hatten, K. J. (1987). Non-market-based transfers of wealth and power: a research framework for family businesses. *American Journal of Small Business*, 11(3), 51-64.
- Combs, J. G., Penney, C. R., Crook, T. R., & Short, J.C. (2010), The impact of family representation on CEO compensation. *Entrepreneurship: Theory & Practice*, 34(6), 1125-1144.
- Çelik, H., & Ekşi, H. (2015). *Nitel desenler: gömülü teori*. EDAM Yayınları.
- Çırpan, H. (2021). *Aile İşletmelerinde İlişki Yönetimi*. İstanbul Ticaret Odası Yayınları.
- Danco, K. (1981). *From the other side of the bed: A woman looks at life in the family business*. Center for Family Business, University Press.
- Danco, L. A. (1982). *Beyond survival: a business owner's guide for success*. Cleveland, Ohio: The Center for Family Business.



- De Massis, A., Chua, J. H., & Chrisman, J.J. (2008), Factors preventing intra-family succession. *Family Business Review*, 21(2), 183-199.
- Decker, C., Heinrichs, K., Jaskiewicz, P., & Rau, S.B. (2017). What do we know about succession in family businesses? Mapping current knowledge and unexplored territory. In Kellermanns, F.W. and Hoy, F. (Eds), *The Routledge Companion to Family Business, Vol. 2*, Routledge, New York, NY, 45-74.
- Dick, R., & Kets de Vries, M. F. R. (1992). *The Bonnier Group in transition*. INSEAD Case Study.
- Dyer, W. G., Jr. (1986). *Cultural change in family firms: anticipating and managing business and family transitions*. San Francisco: Jossey-Bass.
- Eisenhardt, K. M., (1989). Agency theory: An assessment and review. *Academy Management Review*, 14(1), 532-550.
- Emery, F. E., & Trist, E. L. (1965). The causal texture of organizational environments. *Human relations*, 18 (1), 21-32.
- Erdoğan, N. (2007). *Aile işletmeleri: yönetim devri ve ikinci kuşağın yetiştirilmesi*. İGİAD Yayınları.
- Erkuş, A. (1994). *Psikoloji terimleri sözlüğü*. Ankara. Doruk Yayınları.
- Fahed-Sreih, J., & Djoundourian, S. (2006). Determinants of longevity and success in Lebanese family businesses: An exploratory study. *Family Business Review*, 19(3), 225-234.
- Farquhar, K. W. (1989). *Employee responses to external executive succession: Attributions and the emergence of leadership* (Doctoral dissertation, Boston University).
- Filser, M., Kraus, S., & Märk, S. (2013). Psychological aspects of succession in family business management. *Management Research Review*, 36(3), 256-277.
- Friedman, S., & Olk, P. (1987). The succession process: Theoretical considerations. In *annual meeting of the Academy of Management, New Orleans, LA*.
- Gedajlovic, E., Carney, M., Chrisman, J., & Kellermanns, F. (2012), The adolescence of family firm research: Taking stock and planning for the future. *Journal of Management*, 38(4), 1010-1037.
- Gilmore, R. N., & McCann, J. E., III. (1983). Designing Effective Transitions for New Correctional Leaders. In J. W. Doig (ed.), *Criminal Corrections: Ideals and Realities*. Lexington, Va.: Lexington Books.
- Glaser, B. G. (1978). *Theoretical sensitivity: Advances in the methodology of grounded theory*. Mill Valley, CA: Sociology Press
- Glaser, B. G. (1998). *Doing grounded theory: Issues and discussions*. Mill Valley, CA: Sociology Press.
- Glaser, B. G., & Holton, J. (2004). Remodeling grounded theory. *Forum Qualitative Sozialforschung/Forum: Qualitative Social Research*, 5(2), 1-23.

- Glaser, B. G., & Strauss, A. L. (1967). *the discovery of grounded theory: strategies for qualitative research*. Oxon, London: Routledge.
- Gordon, G.E., & Rosen, N.A. (1981). Critical factors in leadership succession. *Organizational Behavior and Human Performance*, 27, 227-254.
- Handler, W.C., & Kram, K.E. (1988). Succession in family firms: The problem of resistance. *Family Business Review*, 1, 361 - 381.
- Handler, W. C. (1989). *Managing the Family Firm Succession Process; The Next-Generation Family Member's Experience*. Unpublished doctoral dissertation, School of Management, Boston University.
- Handler, W. C. (1990). Succession in family firms: A mutual role adjustment between entrepreneur and next-generation family members. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 15(1), 37-51.
- Handler, W. C. (1994). Succession in family business: A review of the research. *Family Business Review*, 7(2), 133-157.
- Hughes, J. E. (1997). *Family wealth: keeping it in the family*. Princeton Junction, N.J.: NetWrx.
- Ibrahim, A.B., Soufani, K. & Lam, J. (2001). A study of succession in a family firm. *Family Business Review*, 14(3), 245-58.
- Kelly, L. M., Athanassiou, N., & Crittenden, W. F. (2000). Founder centrality and strategic behavior in the family-owned firm. *Entrepreneurship theory and practice*, 25(2), 27-42.
- Kets de Vries, M. F. (1985). The dark side of entrepreneurship. *Harvard Business Review*, No. 85609, 160-166.
- Kets de Vries, M.F. (1993), The dynamics of family controlled firms: the good and the bad news. *Organisational Dynamics*, 21(3), 59-71.
- Kim, W. & Mauborgne, R. (1993). Procedural justice, attitudes, and subsidiary top management compliance with multinational's corporate strategic decisions. *Academy of Management Journal*, 36(3), 502-526.
- Kuan, T. H., Li, C. S., & Chu, S. H. (2011). Cash holdings and corporate governance in family-controlled firms. *Journal of Business Research*, 64(7), 757-764.
- Kübler-Ross, E. (1969). *On death and dying*. New York: Macmillan.
- Lansberg, I. S. (1988). The succession conspiracy. *Family Business Review*, 1(2), 119-143.
- Le Breton-Miller, I., Miller, D., & Steier, L. P. (2004). Toward an integrative model of effective FOB succession. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 28(4), 305-328. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2004.00047.x>
- Leach, P. (2016). *Family enterprises: The essentials*. London: Profile Books.
- Levinson, H. (1971). conflicts that plague the family business. *Harvard Business Review*, 49, 90-98.
- Lockamy III, A., Carson, C. M., & Lohrke, F. T. (2016). An evaluation of key determinants preventing intra-family business succession. *Journal of Family Business Management*, 6(1), 64-80. <https://doi.org/10.1108/jfbm-01-2015-0002>.

- Long, R. G., & Chrisman, J. J. (2013). Management succession in family business. In Melin, L., Nordqvist, M., Sharma, P. (Eds.), *Sage handbook of family business* (pp. 249-268). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Longenecker, J.G., & Schoen, J.E. (1975). An Empirical Investigation of Pre-Entry Socialization of Successors for Leadership in Family-Controlled Businesses. *Management Perspectives on Organizational Effectiveness*. Proceedings of the Southern Management Association meetings.
- Longenecker, J.G., & Schoen, J. E. (1978). Management succession in the family business. *Journal of Small Business Management*, 16, 1-6.
- Miller, D., Steier, L. & Le Breton-Miller, I. (2003). Lost in time: intergenerational succession, change, and failure in family business. *Journal of Business Venturing*, 18(4), 513-31.
- Molly, V., Laveren, E., & Deloof, M. (2010). Family business succession and its impact on financial structure and performance. *Family Business Review*, 23(2), 131-147.
- Morris, M. H., Williams, R. O., Allen, J. A., & Avila, R. A. (1997). Correlates of success in family business transitions. *Journal of Business Venturing*, 12(5), 385-401.
- Olson, P., Zuiker, V., Danes, S., Stafford, K., Heck, R. & Duncan, K. (2003), Impact of family and business on family business sustainability. *Journal of Business Venturing*, 18(5), 639-66.
- Peterson, C., & Seligman, M. E. (1984). Causal explanations as a risk factor for depression: theory and evidence. *Psychological Review*, 91(3), 347.
- Poza, E. J., & Daugherty M. S. (2013). *Family business*. South-Western Cengage Learning.
- Rosenblatt, P. C., Mik, L., Anderson, R. M., & Johnson, P. A. (1985). *The family in business: Understanding and dealing with the challenges entrepreneurial families face*. San Francisco: Jossey-Bass.
- Schein, E. H. (1983). The role of the founder in the creation of organizational culture. *Organizational Dynamics*, 12, 13-28.
- Sharma, P., & Rao, S. (2000). Successor attributes in Indian and Canadian family firms: A comparative study. *Family Business Review*, 13(4), 313–330.
- Sharma, P., Chrisman, J. J., Pablo, A. L., & Chua, J. H. (2001). Determinants of initial satisfaction with the succession process in family firms: A conceptual model. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 25(3), 17-36.
- Sharma, P., Chrisman, J. J., & Chua, J. H. (2003). Predictors of satisfaction with the succession process in family firms. *Journal of Business Venturing*, 18(5), 667-687.
- Siebels, J. F., & zu Knyphausen-Aufseß, D. (2012). A review of theory in family business research: The implications for corporate governance. *International Journal of Management Reviews*, 14(3), 280-304.

- Stavrou, E. T. (1999). Succession in family businesses: Exploring the effects of demographic factors on offspring intentions to join and take over the business. *Journal of Small Business Management*, 37(3), 43.
- Stern, M. H. (1986). *Inside the family-held business: A practical guide for entrepreneurs and their advisors*. Aspen Law & Business.
- TAİDER (2019). *Aile şirketlerinde sürdürülebilir başarının anahtarları*. Akbank, Deloitte, Sabancı Üniversitesi Yönetici Geliştirme Birimi, TAİDER Aile İşletmeleri Derneği Ortak Yayını.
- Vancil, R. F. (1987). *Passing the Baton: Managing the process of ceo succession*. Boston: Harvard Business School Press.
- Venter, E., Boshoff, C., & Maas, G. (2005). The influence of successor-related factors on the succession process in small and medium-sized family businesses. *Family business review*, 18(4), 283-303.
- Ward, J. L. (2016). *Keeping the family business healthy*. New York: Palgrave Macmillan US. <https://doi.org/10.1057/9780230116122>
- Yu, A., Lumpkin, G. T., Sorenson, R. L., & Brigham, K. H. (2012). The landscape of family business outcomes: a summary and numerical taxonomy of dependent variables. *Family Business Review*, 25(1), 33–57. <https://doi.org/10.1177/0894486511430329>

Geliş Tarihi:

20.02.2022

Kabul Tarihi:

27.05.2022


Yayımlanma Tarihi:

15.06.2022

Kaynakça Gösterimi: Eşiyok, S., & Demircioğlu, M. (2022). OECD ülkelerinin endüstri 4.0 düzeylerinin Critic ve Codas yöntemleri ile değerlendirilmesi. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 21(43), 377-398. doi: 10.46928/iticusbe.1076484


## OECD ÜLKELERİNİN ENDÜSTRİ 4.0 DÜZEYLERİNİN CRITIC VE CODAS YÖNTEMLERİ İLE DEĞERLENDİRİLMESİ

*Araştırma*

Sevgi Eşiyok 

Sorumlu Yazar (Correspondence)

[sevgiesiyok@gmail.com](mailto:sevgiesiyok@gmail.com)

Mert Demircioğlu 

Çukurova Üniversitesi

[mdemircioglu@cu.edu.tr](mailto:mdemircioglu@cu.edu.tr)

Sevgi Eşiyok, 2013 Endüstri Mühendisliği mezunudur. Çukurova Üniversitesi İşletme Bölümü Sayısal Yöntemler Ana Bilim Dalı'nda doktora öğrencisidir. Sayısal yöntemler ve yöneylem araştırması alanlarında araştırmaları bulunmaktadır.

Mert Demircioğlu, Çukurova Üniversitesi İşletme Bölümü Sayısal Yöntemler Ana Bilim Dalı'nda doktor öğretim üyesidir. İstatistik ve yöneylem araştırması alanında ders vermekte ve bu alanlarda araştırmaları bulunmaktadır.

# OECD ÜLKELERİNİN ENDÜSTRİ 4.0 DÜZEYLERİNİN CRITIC VE CODAS YÖNTEMLERİ İLE DEĞERLENDİRİLMESİ

Sevgi Eşiyok  
[sevgiesiyok@gmail.com](mailto:sevgiesiyok@gmail.com)  
Mert Demircioğlu  
[mdemircioglu@cu.edu.tr](mailto:mdemircioglu@cu.edu.tr)

## Özet

Endüstri 4.0, tüm dünya ülkeleri için sürdürülebilir ekonomik büyüme için büyük bir önem arz etmektedir. Özellikle de Türkiye gibi gelişmekte olan ülkeler açısından gelişmiş ülkelerle rekabet edebilme yeteneğine sahip olma açısından kritik öneme sahiptir. Bu nedenle, ülkeler bu dönüşüm için gerekli tüm yönetim şekli, altyapı, süreç ve teknolojilere uyum sağlamak zorundadır.

**Amaç:** Araştırmada, ülkelerin 2019 yılına ait Endüstri 4.0 ve dijital dönüşüm göstergelerinin çok kriterli karar verme teknikleri ile değerlendirilmesi ve ülke performanslarının belirlenip karşılaştırılması amaçlanmıştır.

**Yöntem:** Bu araştırmada ülke performansları değerlendirilirken patent başvuruları, Ar-Ge'ye yapılan gayri safi yurtiçi harcamalar (GSYİH'nın yüzdesi), toplam araştırmacı sayısı, sabit geniş bant abonelikleri, güvenli internet sunucuları, bilgisayar, iletişim ve diğer hizmetler (ticari hizmet ihracatının yüzdesi), imalat endüstrisinde robot yoğunluğu, küresel rekabet endeksi, kişi başına GSYİH, iş yapma kolaylığı, küresel inovasyon endeksi, hükümet yapay zekâ hazırlık endeksi, ağ hazırlığı endeksi, UNCTAD B2C E-Ticaret endeksi gibi birçok farklı kriter kullanılmıştır. Her ülkenin Endüstri 4.0 ve dijitalleşme ile ilişkili kriterlerinin ağırlıklandırılması çok kriterli karar verme tekniklerinden CRITIC yöntemi ile, ülkelerin sıralaması ise CODAS yöntemi ile yapılmıştır.

**Bulgular:** Araştırma sonucunda ekonomik ve teknolojik olarak gelişmiş olan ülkelerden ABD, Japonya, Güney Kore ve Almanya gibi ülkeler Endüstri 4.0 ve dijitalleşme göstergelerine göre üst sıralarda yer almıştır. Danimarka, İsveç, Fransa, İsviçre, Finlandiya, İngiltere gibi Avrupa'nın önde gelen ülkeleri ise ortalama seviyelerde yer almışlardır. Sıralamada 20 ülke arasında Slovenya, İspanya, Slovakya, Türkiye ve Meksika son sıralarda yer almıştır.

**Özgünlük:** Bu çalışmada ülkelerin Endüstri 4.0 ve dijitalleşme performansları çok kriterli karar verme yöntemi ile sıralanmıştır. Araştırma ile ilgili literatür geniş çaplı irdelenmiş ve ülkelerin Endüstri 4.0 performanslarının araştırıldığı çalışmaların özellikle Türkiye'de oldukça az olduğu sonucuna varılmıştır. Performans ölçümünde kullanılan kriterler bu çalışmalar doğrultusunda belirlenmiştir. Bu sayede kriterlerin çeşitliliği açısından bu alanda yapılan en kapsamlı çalışmalardan biridir.

**Anahtar Kelimeler:** Endüstri 4.0, Dijital Dönüşüm, CRITIC, CODAS

**JEL Sınıflandırması:** C38, O14, O57

# EVALUATION OF INDUSTRY 4.0 LEVELS OF OECD COUNTRIES WITH CRITIC AND CODAS METHODS

## **Abstract**

Industry 4.0 is critical for long-term economic success for all countries around the world. It is crucial, especially for developing countries like Turkey, in terms of being able to compete with developed countries. As a result, countries must adapt to all forms of management, infrastructure, procedures, and technology that are required to complete this change.

**Purpose:** The goal of the study is to use multi-criteria decision-making methodologies to analyze the countries' Industry 4.0 and digital transformation indicators for 2019, as well as to determine and compare country performance.

**Method:** In this research, while evaluating country performances, many different criteria such as patent applications, gross domestic spending on R&D (% of GDP), total number of researchers, fixed broadband subscriptions, secure internet servers, computers, communication and other services (% of commercial service exports), robot density in the manufacturing industry, global competitiveness index, GDP per capita, ease of doing business, global innovation index, government artificial intelligence readiness index, network readiness index, UNCTAD B2C E-Commerce index were used. The weighting of each country's criteria related to Industry 4.0 and digitalization was made by the CRITIC method, one of the multi-criteria decision-making techniques, and the ranking of the countries was made by the CODAS method.

**Findings:** According to the findings, economically and technologically developed countries such as the United States, Japan, South Korea, and Germany ranked first in terms of Industry 4.0 and digitalization metrics. Leading European countries such as Denmark, Sweden, France, Switzerland, Finland, and the United Kingdom were all above average. Slovenia, Spain, Slovakia, Turkey, and Mexico were ranked last out of twenty countries.

**Originality:** In this study, the countries' Industry 4.0 and digitalization performances are sorted out, along with the decision-making approach for a variety of criteria. The research literature has been thoroughly analyzed, and it has been found that studies analyzing the performance of countries in Industry 4.0 are limited, particularly in Turkey. The performance measuring standards were developed based on the findings of these investigations. As a result, it is one of the most extensive studies in this topic in terms of criteria diversity.

**Keywords:** Industry 4.0, Digital Transformation, CRITIC, CODAS

**JEL Classification:** C38, O14, O57

## GİRİŞ

Küreselleşme ile artan rekabete uyum sağlamak ve hızla değişen tüketici talep ve isteklerine zamanında cevap vermek kaçınılmaz hale gelmiştir. Bu, üretim faaliyetlerinin belki de tüm süreçlerini yeniden değerlendirmeyi gerekli kılmaktadır (Dombrowski vd., 2017). Endüstri 4.0 bağlamında iş süreçleri ve faaliyetlerindeki önemli, radikal değişiklikleri yönetmek ve bunlarla başa çıkmak için kuruluşların ve ülkelerin hızlı tepki verme yeteneğine sahip olmaları gerekmektedir. Bu gereklilik, mevcut dijitalleşme ve yenilikçi trendlerle uyumlu olması gereken ve bunları yansıtabilen performans ölçüm sistemi ile karşılanabilir (Kloviene ve Uosyte, 2019).

“Yeni sanayi devrimi”, “Dördüncü Sanayi Devrimi” ve “Endüstri 4.0” gibi terimler son zamanlarda sıklıkla kullanılmaktadır. Her sanayi devrimi, sosyoekonomik statü için avantajlar ve yeni zorluklar getirir ve bu durum, Endüstri 4.0 teriminin önemli bir rol oynadığı Dördüncü Sanayi Devrimi için de farklı değildir (Hejduková vd., 2020). Bu devrimler, özellikle üretim süreçlerinde işgücü faktörü ihtiyacını azaltmayı ve üretim süreçlerini otonom hale getirmeyi amaçlamaktadır. Ayrıca rekabet gücünü artırması, maliyetleri düşürmesi, kaynakları etkin kullanması, üretim ve operasyon süreçlerinde insan kaynaklı hataları azaltması beklenmektedir. Tüm bu nedenlerle kurumların ve ülkelerin dijital bir dönüşüm olan Endüstri 4.0'a entegrasyonu özellikle önemlidir. Endüstri 4.0, aşağıdaki üç ilerleme işaretinin bir sonucu olarak endüstrinin dönüşümü üzerinde önemli bir etkiye sahiptir:

-Üretim ve bilgi sistemlerinin dijitalleşmesi

-Sistemlerin otomasyonu

-Otomatik veri alışverişi (Hejduková vd., 2020).

Üretim süreçlerinde sürekli artan zorluklarla başa çıkmak için Endüstri 4.0 yaklaşımı ilk kez 2011'de Hannover Messe'de sunulmuştur. Endüstri 4.0, “iş süreçlerinin ve değer yaratan ağların yönetimi için insanların, ekipmanların ve nesnelerin gerçek zamanlı, akıllı ve dijital ağları” olarak tanımlanabilir. Bu, ürün geliştirme sürecinin tüm katılımcılarının ve diğer paydaşların birbirleriyle iletişim kurmasını, verileri tanımlanmış algoritmalara göre analiz etmesini ve üretim akışlarının kontrol etmesini ve müşterilerin potansiyel sürekli iyileştirme faaliyetlerini başlatmasını sağlar (Dombrowski vd., 2017).

Endüstri 4.0 uygulamalarını etkin bir şekilde uygulayan kurumlar ve ülkeler, rekabet avantajlarını, işgücü piyasasını ve operasyonel süreçlerini iyileştirebilir. Üretimdeki bu gelişmeler ekonomik büyümeyi de beraberinde getirecektir (Mahdiraji vd., 2020). Bu amaçla yakın zamanda birçok ülke Endüstri 4.0 teknolojilerinin geliştirilmesini ve benimsenmesini artırmak için yerel programlar oluşturmuştur. Bu bağlamda Endüstri 4.0 kavramının doğduğu yer olan Almanya'da "Yüksek Teknoloji Stratejisi 2020", Amerika Birleşik Devletleri'nde "Gelişmiş Üretim Ortaklığı", Çin'de "Made in China 2025" ve Fransa'da "La Nouvelle France Industrielle" kurulmuştur. Hem gelişmiş



hem de gelişmekte olan ÷lkelerdeki tüm bu programlar, Endüstri 4.0 kavramlarını ve teknolojilerini yerel firmalarda yaygınlaştırmayı amaçlamaktadır. Dünyadaki ve gelişmiş ÷lkelerdeki bu gelişmeler ışığında, Türkiye’de de yeni sanayi devrimindeki konumun güçlendirilmesi ve sanayide dijital dönüşümün hızlandırılması amacıyla Şubat 2016’da gerçekleştirilen Bilim ve Teknoloji Yüksek Kurulu’nun kararı ile Yürütme, Uygulama ve İzleme Modeli (Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı), Hedef Odaklı Ar-Ge Çalışmaları (TUBİTAK), Teşvik ve Destek Mekanizmaları (Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı) kurulmuştur (Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu [TÜBİTAK], 2016). Yine de gelişmiş teknolojilerin benimsenmesinin gelişmekte olan ÷lkeler için daha zor olabileceği bilinmektedir.

Bu çalışmada, öncelikle incelenen literatür çalışmaları doğrultusunda ÷lkelerin Endüstri 4.0 ve dijital dönüşüm için sahip olması gereken kriterler belirlenmeye çalışılmıştır. Bu kriterler çok kriterli karar verme teknikleri aracılığıyla değerlendirilerek ÷lkelerin Endüstri 4.0 ve dijital dönüşüm düzeyleri belirlenmiştir. ÷lkeler değerlendirilirken patent başvuruları, Ar-Ge harcamalarının GSYİH’deki payı, toplam araştırmacı sayısı, sabit geniş bant abonelikleri, güvenli internet sunucuları, bilgisayar, iletişim ve diğer hizmetler, mevcut endüstriyel robot sayıları, küresel rekabet endeksi, GSYİH, iş yapma kolaylığı, küresel inovasyon endeksi, hükümet yapay zeka hazırlık endeksi, ağ hazırlığı endeksi, UNCTAD B2C E-Ticaret endeksi gibi birçok alandaki farklı kriterleri kullanılmıştır. Öncelikle her ÷lkenin Endüstri 4.0 ile ilişkili kriterleri CRITIC yöntemi ile ağırlıklandırılmış, ağırlıklandırılan kriterlere göre ÷lkeler CODAS yöntemi ile sıralanmıştır.

## **KAVRAMSAL ÇERÇEVE**

İlk olarak 2011 yılında Almanya Hannover Fuarı’nda tanıtılan Endüstri 4.0 devrimi, yeni bir kavram olmasının yanında son zamanlarda büyük ilgi görmeye başlamıştır. Akademik alandaki birçok çalışmada Endüstri 4.0 kavramına ve beraberinde getirdiği yeniliklere yer verilmektedir. Farklı teknolojik altyapı ve entegrasyon zorlukları barındıran Endüstri 4.0 teknolojileri için literatürde farklı çerçeveler çizilmiş ve karşılaşılan problemler organizasyonlar ve ÷lkeler bazında tartışılmıştır.

Bilgen 2021’de ÷lkelerin Endüstri 4.0’a ulaşması için başarı faktörlerinin araştırılmasını amaçlamıştır. İlk olarak, sanayi devrimleri ve dönem değişimleri ile ilişkisini belirlemek için Kondratieff dalgaları incelenmiştir. İkinci olarak, birleşik bir gösterge oluşturularak ÷lkelerin küresel konumlarına yönelik istatistiksel bir analiz yapılmıştır. 217 ÷lke için 18 değişken seçilmiş ve verilerin uygunluğunu sağlamak için istatistiksel yöntemler kullanılarak değişken sayısı 9 ve ÷lke sayısı 65 olarak bulunmuştur.

Hejduková vd. 2020’de “Endüstri 4.0 görelisi performans endeksi” ismini verdikleri kendi göstergelerini oluşturmuşlardır. Bu Endeks, Dünya Ekonomik Forumu’nun metodolojisi kullanılarak hesaplanmıştır. Kendi bileşik göstergelerinin hesaplanması, Endüstri 4.0 performansının zaman içindeki gelişimini kaydetmeyi ve böylece üye devletlerin göreceli konumlarını değerlendirmeyi mümkün kılmıştır. Araştırmada 2011 ve 2019 yılları için küme analizi yapılmış ve çalışmanın verileri

Eurostat ve Worldbank istatistiklerinden çıkarılmıştır. Endüstri 4.0 görelî performans endeksi açısından bakıldığında, liderler İrlanda, Danimarka ve Finlandiya olmuştur. 2011 yılında İsveç birinci sırayı almış ancak bu pozisyonu koruyamamış ve 7. sıraya düşmüştür. Litvanya'nın yenilikçi işletmelerin oranındaki büyüme ile ilerlemiş olan küresel bir dijital ekonomi olarak konumunu hızla geliştirdiği görülmüştür.

Mahdiraji vd. 2020'deki çalışmalarında Endüstri 4.0'ın uygulanmasına yönelik stratejileri belirlemeyi ve önceliklendirmeyi amaçlamışlardır. Bu amaçla öncelikle stratejilerin değerlendirme özellikleri ve Endüstri 4.0'ı uygulamaya koyma stratejilerini tanıtmışlar, ardından BWM yöntemini kullanarak nitelikleri uzmanların görüşüne göre ağırlıklandırmışlardır. Ardından, bir vaka çalışması olarak Fara Sanat Company'de Endüstri 4.0'ı uygulama stratejileri, TODIM yönteminin Interval Valued Intuitionistic Fuzzy (IVIF) temel alınarak sıralanmıştır. Elde edilen sonuçlar, 'Teknoloji', 'Kalite' ve 'İşlem' niteliklerinin sırasıyla en yüksek öneme sahip olduğunu göstermiştir. Ayrıca “yeni iş modelleri geliştirme”, “bilgi sistemlerini iyileştirme” ve “insan kaynakları yönetimi” stratejileri de üst sıralarda yer almıştır. Çalışmanın sonucunda, bazı araştırma ve yönetici tavsiyeleri sunulmuştur. Endüstri 4.0'ı uygulamak için stratejilere sahip olmanın çok önemli bir çözüm olduğu vurgulanmış, çok kriterli karar verme (ÇKKV) yöntemlerinin uygun stratejileri benimsemek ve seçmek için yararlı bir araç olduğu savunulmuştur. Araştırmada, IVIF bilgisi altında BWM-TODIM'in yeni ve hibrit bir kombinasyonu sunulmuştur.

Yakut 2020'de OECD ülkelerinin BİT gelişmişliklerini 2017-2019 dönemine ait kriterlerle değerlendirmiştir. Ülkelerin BİT gelişmişlikleri araştırılırken ele alınan kriterler Entropi yöntemiyle ağırlıklandırılmış, MOORA ve WASPAS yöntemleriyle sıralanmıştır. Yapılan analiz sonucunda MOORA ve WASPAS yöntemlerinin sıralama sonuçları Copeland yönteminin sonuçları ile karşılaştırılmıştır. Sonuç olarak her iki yöntemin sonucu da Copeland yönteminin sıralaması ile yüksek oranda benzer çıkmıştır.

Silva vd. 2020'de ülkelerin, Avrupa Küresel İnovasyon Göstergelerinin (GII) çok kriterli karar verme yöntemleri ile analizine göre sıralamada nasıl yer aldığını değerlendirmeyi amaçlamışlardır. Ülke performanslarının sıralanması için TOPSIS ve PROMETHEE yönteminden yararlanmışlardır.

Yıldız vd. 2020'de OECD ülkelerinin Endüstri 4.0 performanslarının karşılaştırmalı bir analizini gerçekleştirmeyi amaçlamışlardır. Araştırmada verileri bulunan 25 OECD ülkesinin Endüstri 4.0 göstergeleri kullanılarak 2013, 2014, 2015 yılları için Veri Zarflama Analizi, Bootstrap Veri Zarflama Analizi ve Malmquist Toplam Faktör Verimliliği Endeksi yöntemleri kullanılmıştır. 25 OECD ülkesinin Endüstri 4.0 performanslarının verimliliğini hesaplamak için üç girdi ve iki çıktı değişkeni kullanılmıştır. İhracatta yüksek teknoloji ürün oranı, mal ihracatında bilgi ve teknoloji malları ihracatının oranı ve araştırma ve geliştirmede araştırmacı sayısı girdi değişkeni, patent başvuru sayısı (ülkede yerleşik ve yerleşik olmayanların toplamı) ve araştırma ve geliştirme harcamalarının GSYİH içindeki oranı ise çıktı değişkeni olarak kullanılmıştır. Çalışma sonucunda Avusturya, Belçika,

Çekya, Danimarka, Fransa, Almanya, Japonya, G. Kore ve İsveç genel olarak etkili olurken ve zaman içinde verimlilik puanlarında genel bir iyileşme olmazken Kanada, Letonya, Slovakya, Estonya ve İsveç gibi bazı ülkeler zamanla etkinliklerini artırmışlardır.

Yıldızbaşı ve Ünlü 2020’de akıllı fabrikalarda kullanılan teknolojileri detaylı olarak incelemişler, Endüstri 4.0 teknolojilerini kullanan işletmeler arasında belirlenen teknolojilerin uygulama ve kullanım oranları üzerinde karşılaştırma yapmışlardır. Çalışmada, literatürde sıklıkla kullanılan, kriterleri ve önem ağırlıklarını belirleyen Bulanık AHP ve Bulanık TOPSIS yöntemleri kullanılmıştır. Araştırma pilot uygulama olarak Ankara’da bulunan üç kimyasal üretim fabrikasında gerçekleştirilmiştir. Belirlenen kriterler ve karar vericiler yardımıyla Endüstri 4.0’a en iyi uyum sağlayan firmalar tespit edilmiştir. Kriter ağırlıkları Fuzzy AHP’den alınmış, karşılaştırma ise Fuzzy TOPSIS yönteminin ağırlıkları kullanılarak yapılmıştır.

Anuşlu ve Fırat 2019’daki çalışmalarında Küresel İnovasyon Endeksi, Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri Endeksi, Lojistik Performans Endeksi ve Çevresel Performans Endeksi’ni kullanarak Endüstri 4.0’ın önemli etki alanları kapsamındaki ülkeleri kümeleme analizi ile gruplamışlardır. Veri seti 2018 yılı raporlarında ortak olan 116 ülkenin GII, SDGI, LPI ve EPI endekslerinden seçilen 11 değişken ve 116 gözlemden oluşmaktadır. Veri ön işleme aşamasında eksik olan veriler Random Forest yöntemi kullanılarak tamamlanmıştır. Seçilen endekslerin Endüstri 4.0 ile ilgili olup olmadığını test etmek amacı ile korelasyon katsayıları hesaplanmış ve %5 düzeyinde anlamlı bulunmuştur. Kümeleme analizi sonucunda ülkeler üç kümeye ayrılmıştır. Küme 1’de (yüksek performanslı) 28, küme 2’de (orta performanslı) 59 ülke ve küme 3’te (düşük performanslı) 29 ülke tespit edilmiştir

Castelo-Branco vd. 2019’da Eurostat tarafından kurumsal sektörün BİT kullanımı ve dijitalleştirilmesi hakkında yayınlanan kapsamlı bilgi setini kullanarak AB ülkelerindeki imalat firmalarında Endüstri 4.0’ın benimsenme derecesinin ölçülmesi amaçlamışlardır.

Klincewicz 2019’da Endüstri 4.0 dönüşümünü destekleyen kilit teknolojik alan olan robotik alanında patent alma durumunu analiz etmiştir. Polonya’daki robotik icatların çeşitli yönlerini ortaya çıkaran ve Polonya’daki durumu robotik patentlemedeki küresel eğilimlerle karşılaştıran altı ayrıntılı araştırma sorusu yanıtlanmıştır. Araştırma bibliyometrik tekniklere ve Polonya Patent Ofisi ve Derwent İnovasyon İndeksi veri tabanlarından gelen patent başvurularıyla ilgili veri kümelerinin kullanımına dayanmaktadır.

Kohnová vd. 2019’da Endüstri 4.0’a hazırlık bağlamında Slovakya, Çekya, Avusturya, Almanya ve İsviçre’den şirketlerin karşılaştırmasına odaklanmışlardır. Endüstri 4.0’dan gelen iş dönüşümü ve teknoloji dönüşümü ile yakından bağlantılı 7 alan bazında seçilmiş ülkelere şirketler, 2015-2016 dönemine göre analiz edilmiştir. Analiz edilen ana sorular, çevredeki radikal değişikliklerden en fazla etkilenecek olan çalışan eğitimi ve öğretimi, organizasyon kültürü, strateji veya organizasyon süreçleridir.

Oralhan ve Büyüktürk 2019'daki çalışmalarında Türkiye'nin inovasyon performansının Avrupa Birliği ülkeleri ile karşılaştırılması için çok kriterli karar verme yöntemlerinden yararlanmışlardır. Araştırmada Avrupa İnovasyon Endeksi hesaplamasında yer alan insan kaynakları, araştırma sistemleri, yenilikçi ortam, finansman ve destek, yenilikçiler, bağlantılar, entelektüel varlıklar, istihdam etkileri ve satış etkileri göstergeleri ele alınmıştır. Değerlendirmede inovasyon performansları incelenmesi için Avrupa Birliği'ne üye olan 28 ülke, Türkiye'nin de aralarında bulunduğu 3 aday ülke ve 5 adet komşu ülkenin göstergeleri ele alınmıştır. 2018 yılı Avrupa İnovasyon Endeksi raporundan elde edilen kriterlerin değerleri, TOPSIS ve MOORA metotları ile değerlendirilmiştir. Sonuçların birçoğu birbirine yakın olmasına rağmen bazı ülkelerin sıralamalarında değişiklikler gözlemlenmiştir. Araştırma sonucunda inovasyon performanslarına göre ilk üç sırada İsveç, İsveç ve Danimarka yer almıştır.

Öztürk ve Alaşahan 2019'daki çalışmalarında Küresel İnovasyon Endeksi'nde Türkiye'nin de dahil olduğu dokuz ülkeyi kapsayan bir örneklem için Endüstri 4.0'ı ülkeler arasında Panel veri analizi yöntemiyle karşılaştırmıştır. Çalışmada GSYİH, Küresel İnovasyon Endeksi, yüksek teknoloji ürün ihracı, patent başvuru sayısı ve Ar-Ge harcamaları gibi değişkenler kullanılmıştır. Çalışmanın sonuçlarına göre, Türkiye'nin Endüstri 4.0'da bir güç olabilmek için daha fazla teknoloji ihraç etmesi ve yüksek teknoloji üretim yapması gerektiğine dikkat çekilmiştir. Ayrıca bulgular, Türkiye'nin bu alanda eğitime ve Ar-Ge çalışmalarına daha fazla önem vermesi gerektiğini ortaya koymaktadır.

Ünlü ve Atik 2018'deki çalışmalarında Endüstri 4.0'a geçiş konusunda ampirik analizlerde Türkiye ve Avrupa Birliği ülkelerindeki firmaları karşılaştırmalı olarak incelemişlerdir. Çalışmada, Avrupa Komisyonu tarafından işletmeler için kriter olarak yayınlanan Dijital Ekonomi ve Toplumun İzlenmesi 2016-2021 başlıklı rapordan on farklı kriter seçilmiştir. Çalışmanın sonuçları faktör analizi ve küme analizi kullanılarak değerlendirilmiştir. Atik ve Ünlü 2020'deki bir diğer çalışmalarında 2016 yılı için Endüstri 4.0 göstergelerini kullanarak Avrupa Birliği üye ülkeleri için bir analiz gerçekleştirmiştir. Çalışmada, Endüstri 4.0 ile ilgili sayısal uçurum, temel bileşen analizi ve çok boyutlu ölçekleme analizi gibi çok değişkenli istatistiksel tekniklerle belirlenmiştir. Analiz için 11 değişken kullanılmıştır. Büyük veri, bulut bilişim ve radyo frekansı hizmetleri ile ilgili göstergeler analize dahil edilmiştir. Araştırma sonucunda Finlandiya, İngiltere ve Almanya gibi ekonomik açıdan gelişmiş ülkeler Endüstri 4.0 açısından yüksek performansa sahip çıkarken; G. Kıbrıs, Bulgaristan ve Romanya gibi ülkeler AB ortalamasının altında performans sergilemiştir.

Ataman 2018'deki çalışmasında tereddütlü AHP yöntemi ile savunma sanayinde Endüstri 4.0 düzeyini incelemiştir. Alanında uzman üç kişi ile beş ana kriter kullanılarak strateji, yönetim ve organizasyon, insan ve Ar-Ge kültürü, ürün ve teknoloji, operasyon ve on yedi alt kriter üzerinde anket yöntemi uygulanmıştır. Çalışma sonucunda uzmanların değerlendirmesi ile strateji kriterinin diğerlerine göre daha önemli olduğu ortaya çıkmıştır.

Dalenogare vd. 2018’de Brezilya endüstrisindeki 2225 şirketi temsil eden 27 endüstriyel sektörden oluşan büyük ölçekli bir anketten elde edilen ikincil verilerin kullanımına dayanarak farklı Endüstri 4.0 teknolojilerinin benimsenmesinin ürün, operasyonlar ve yan etkiler açısından beklenen faydalarla nasıl ilişkilendirildiğini incelemişlerdir. Çalışmada Brezilya Endüstrisinin Endüstri 4.0 ile ilgili teknolojilerin faydaları hakkındaki algısını üç endüstriyel performans ölçütü için analiz edilmiştir: Ürün, operasyonlar ve yan etkiler. Analiz için regresyon analizinden yararlanılmıştır. Araştırma sonucunda bu teknolojilerin bazılarının beklenen endüstriyel faydalarla pozitif olarak ilişkili olduğu, diğerlerinin ise henüz benimsenmenin çok erken bir aşamasında olduğu ve bu nedenle, beklenen net faydaların olmadığı gösterilmiştir.

Kılıç ve Alkan 2018’de Dördüncü sanayi devriminin Türkiye ve dünyanın literatür taramasını çeşitli veriler eşliğinde gerçekleştirmişlerdir. Çalışmada dünyanın ve Türkiye’nin robotik sektör verileri, Ar-Ge harcama verileri, üniversite bölümlerine göre iş gücü durumu verileri karşılaştırılmıştır. Ayrıca 2022’de %6 olarak hedeflenen yüksek teknolojili ürün ihracatında Türkiye’nin gelişmiş ve yükselen ekonomiler arasındaki konumu analiz edilmiştir. Çalışma sonucunda Ar-Ge harcamalarına ayrılan payların artırılması gerektiği, üniversite ve kurumlarda mühendislik alanlarına ve uygulama birimlerine yapılan yatırımın artırılması, nitelikli katma değer yaratan üretime daha fazla önem verilmesi gibi sonuçlar ortaya çıkmıştır.

Kökümer 2018’de firmaların dijital dönüşüm düzeylerini ölçmeyi amaçlamıştır. Çalışmada beyaz eşya sektöründe hizmet veren 7 firmada dört ana kriter, yirmi üç alt kriterden oluşan bir anket çalışması gerçekleştirilmiştir. MACHBETH ve TOPSIS yöntemleri kullanılarak firmaların dijital dönüşüm yetkinlikleri ölçülmüştür. Çalışma sonucunda dönüşüm için gerekli olan yetkin personel alt yapısı açısından firmaların çoğu henüz pilot proje yapabilecek personel alt yapısına sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Schumacher vd. 2016’da ayırık üretim alanındaki endüstriyel işletmelerin Endüstri 4.0 gelişmişliğini değerlendirmek için ampirik olarak temellendirilmiş yeni bir model geliştirmişler ve bunun uygulanmasını gerçekleştirmişlerdir. Çalışmanın temel amacı son zamanlarda geliştirilen modellerin hakim teknoloji odağını organizasyonel yönleri de dahil ederek genişletmektir. Genel olarak, Endüstri 4.0 gelişmişliğini değerlendirmek için 9 boyut tanımlanmış ve bunlara 62 madde atanmıştır. “Ürünler”, “Müşteriler”, “Operasyonlar” ve “Teknoloji” boyutlarına ek olarak “Strateji”, “Liderlik”, “Kültür” ve “İnsan” boyutları eklenerek değerlendirmeye organizasyonel boyutların dahil edilmesi sağlanmıştır. Daha sonra, model pratik bir araca dönüştürülmüş ve birkaç şirkette test edilmiştir.

## **YÖNTEM**

Endüstri 4.0’ın ölçümüne yönelik göstergeler, araştırma ve bilimsel yayınlarda oldukça az sayıdadır (Hejduková vd., 2020). İncelenen literatür çalışmaları neticesinde ülkelerin ve organizasyonların Endüstri 4.0 ve dijital dönüşüm performanslarını ölçmek için sıklıkla başvuru alan 14 kriter belirlenmiştir. Bu kriterlerin neleri ifade ettiği ve nasıl değerlendirildiği aşağıda ifade edilmiştir.

Patent başvuruları (K1): Bir şey yapmanın yeni bir yolunu sağlayan veya bir soruna yeni bir teknik çözüm sunan bir ürün veya süreç için yapılan başvurulardır. Öztürk ve Alaşahan 2019'daki çalışmalarında Türkiye'nin de dahil olduğu dokuz ülkeyi kapsayan bir örneklem için Endüstri 4.0'ı ülkeler arasında Panel veri analizi yöntemiyle karşılaştırırken patent başvuru sayısını değişken olarak kullanmıştır.

Ar-Ge harcamalarının GSYİH'daki payı (K2): Ar-Ge'ye yapılan gayri safi yurtiçi harcama, bir ülkedeki tüm yerleşik şirketler, araştırma enstitüleri, üniversite ve devlet laboratuvarları vb. tarafından yürütülen toplam Ar-Ge harcaması (cari ve sermaye) olarak tanımlanır. Ar-Ge ile ilgili bilgiler her zaman inovasyon kapasitesine sahip bilim ve teknolojiye ülke düzeyini belirlemek için kullanılır. Ar-Ge'nin somut faktör girdilerinin elde edilmesinde ve kullanılmasında rekabet avantajları sağlayarak firma performansına katkıda bulunduğu belirtilmektedir (Bilgen, 2021). Yıldız vd. 2020'de OECD ülkelerinin Endüstri 4.0 performanslarının karşılaştırmalı bir analizini gerçekleştirirken 2013, 2014, 2015 yılları için Veri Zarflama Analizi, Bootstrap Veri Zarflama Analizi ve Malmquist Toplam Faktör Verimliliği Endeksi yöntemleri kullanmıştır. 25 OECD ülkesinin Endüstri 4.0 performanslarının verimliliğini hesaplamak için araştırma ve geliştirme harcamalarının GSYİH içindeki oranını çıktı değişkeni olarak belirlemişlerdir. Çalışma, ülkelerin bu konudaki kapasitelerinin karşılaştırılmasını amaçlandığından Ar-Ge harcamaları seçilmiştir.

Toplam araştırmacı (K3): Araştırmacılar, ilgili projelerin yönetiminde olduğu kadar yeni bilgi, ürün, süreç, yöntem ve sistemlerin tasarlanması veya yaratılmasıyla uğraşan profesyonellerdir. Bu gösterge, çalışan 1000 kişi ve araştırmacı sayısı olarak ölçülmektedir. Yıldız vd. 2020'de OECD ülkelerinin Endüstri 4.0 performanslarının karşılaştırmalı bir analizini gerçekleştirirken araştırma ve geliştirmede araştırmacı sayısını girdi değişkeni olarak belirlemişlerdir.

Sabit geniş bant abonelikleri (K4): Sabit geniş bant abonelikleri, 256 kbit/s'ye eşit veya daha yüksek aşağı akış hızlarında, genel İnternet'e (bir TCP/IP bağlantısı) yüksek hızlı erişime yönelik sabit abonelikleri ifade eder. Buna kablo modem, DSL, eve/binaya kadar fiber, diğer sabit (kablolu) geniş bant abonelikleri, uydu geniş bant ve karasal sabit kablosuz geniş bant dahildir. Bu toplam, ödeme yönteminden bağımsız olarak ölçülür. Mobil-hücresele ağlar aracılığıyla veri iletişimine (İnternet dahil) erişimi olan abonelikleri içermez. Sabit WiMAX ve diğer sabit kablosuz teknolojileri içermelidir. Hem konut aboneliklerini hem de kuruluşlar için abonelikleri içerir. Her 100 kişi başına ifade edilir.

Güvenli internet sunucuları (K5): Netcraft Güvenli Sunucu Anketinde bulunan farklı, genel olarak güvenilen TLS/SSL sertifikalarının sayısıdır. 1 milyon kişi başına ifade edilir.

Bilgisayar, iletişim ve diğer hizmetler (K6): Bilgisayar, iletişim ve diğer hizmetler uluslararası telekomünikasyon, posta ve kurye hizmetleri gibi faaliyetleri içerir. Ticari hizmet ihracatının yüzdesi olarak ifade edilir. Yakut 2020'de OECD ülkelerinin 2017-2019 dönemine ait BİT (bilgi ve iletişim

teknolojileri) gelişmişliklerini çok kriterli karar verme teknikleriyle karşılaştırırken bilgisayar kullanım ve internet bağlantısı erişimini değişken olarak belirlemiştir.

İmalat endüstrisinde robot yoğunluğu (K7): İmalatta kullanılan robot yoğunluğu, çalışan sayısına göre değerlendirilir ve 10.000 çalışan başına düşen sayı ile ifade edilir. Yeni nesil robotik ve bununla ilişkili teknolojiler, Endüstri 4.0 ve endüstriyel Nesnelerin İnterneti (IoT) bağlamında işbirlikçi ve akıllı üretimin dinamik ihtiyaçlarını karşılamak için daha önemli bir rol oynayacaktır (Gao vd., 2020).

Küresel Rekabet Endeksi 4.0 (K8): Ülkelerin rekabetçilik puanları Dünya Ekonomik Forumu tarafından her yıl tekrar edilen kapsamlı bir çalışma olan Küresel Rekabet Endeksi, dünya ülkelerinin rekabetçilik puanlarına göre sıralanmış bir listesidir. Raporun düzenlenme amacı ülkelerin rekabet düzeylerini geliştirebilmeleri için güçlü ve zayıf yönlerinin belirlenerek yönetim ve kurumlara bir yol gösterebilmektir. 2018 yılında yayımlanan raporda ise özellikle Endüstri 4.0 ve küresel rekabetçilik başlığı ile dördüncü endüstri devrimine ayrıca önem verilmiştir. Rapor ülkelerin üretim yapısı değişimindeki farklılıklara da ayrıca bir tanımlama ve kılavuz etkisi yaratmıştır. Endeksin dört ana başlığı şu şekildedir: Beşeri sermaye, etkinleştirici çevre, piyasalar ve inovasyon ekosistemi.

Kişi başına GSYİH (K9): Kişi başına GSYİH, gayri safi yurtiçi hasılanın yıl ortası nüfusa bölümüdür. GSYİH, ekonomideki tüm yerleşik üreticiler tarafından eklenen brüt değer ile herhangi bir ürün vergileri ve ürünlerin değerine dahil edilmeyen tüm sübvansiyonların toplamıdır. GSYİH, bir ülkenin mal ve hizmetlerin toplam çıktısını gösterdiği ve ülkelerin ekonomik performansını karşılaştırmak için en önemli ekonomik göstergelerden biri olarak kabul edildiğinden değişken olarak seçilmiştir.

İş Yapma Kolaylığı (K10): İş yapmanın kolaylığı, her bir İş Yapma Kolaylığı göstergesinde en iyi düzenleyici performansa yakınlığı göstererek, düzenleyici en iyi uygulama açısından kıyaslama ekonomilerini puanlar. Bir ekonominin puanı, 0 ile 100 arasında bir ölçekte belirtilir; burada 0, en kötü düzenleme performansını ve 100 en iyi düzenleme performansını temsil eder.

Küresel İnovasyon Endeksi (K11): Gelişmiş ülkeler, üretim süreçlerinde aksamalara neden olmak için araştırma ve geliştirme uygulamalarını teşvik etmek, üretim zinciri boyunca değer katmak, üretim operasyonlarında ve hizmetlerinde sürdürülebilirliği teşvik etmek için rekabetçi stratejiler ve uygulamalar yoluyla inovasyon politikalarını teşvik etme eğilimindedir. Bu bağlamda, 1960'larda ortaya çıkan teoriler, ülkelerin sosyal ve ekonomik kalkınma olarak kabul edilmesi için yenilik ve fikri mülkiyet kavramında ülke gelişimini dikkate almak için farklı bakış açıları vardır. İnovasyon, güçlü ekonomik politikaların ve sistemlerin inşa edilmesinin yanı sıra sürekli yeniliği teşvik eder (Silva vd., 2020) Bu sebeple, ülkelerin inovasyon skorlarını belirlemek amacıyla Dünya Fikri Mülkiyet Örgütü (WIPO) tarafından yayımlanan Küresel inovasyon endeksi, iki alt endeksten oluşmaktadır. Bunlar inovasyon girdi alt endeksi ve inovasyon çıktı alt endeksidir. İnovasyon girdi alt endeksinde beş temel değişken, inovasyon çıktı alt endeksinde iki temel değişken bulunmaktadır. Toplam yedi değişkenin her biri de üç bileşenden oluşmaktadır. Araştırmada kullanılan veriler; kamu ve özel sektör kuruluşlarından elde edilen nicel veriler, alanında uzman kuruluşların yayınladıkları

diğer endekslerin verileri, Dünya Ekonomik Forumu yönetici anketi verileri kullanılarak elde edilmektedir (WIPO, 2012). Oralhan ve Büyüktürk 2019'daki çalışmalarında Türkiye'nin inovasyon performansının Avrupa Birliği ülkeleri ile karşılaştırılması için çok kriterli karar verme yöntemlerinden yararlanmışlardır. Değerlendirmede inovasyon performansları incelenmesi için Avrupa Birliği'ne üye olan 28 ülke, Türkiye'nin de aralarında bulunduğu 3 aday ülke ve 5 adet komşu ülkenin göstergeleri ele alınmıştır. 2018 yılı Avrupa İnovasyon Endeksi Puanlama tablosundan temin edilen göstergelerin değerleri analiz edilmiştir. Anuşlu ve Fırat'ın 2019'daki çalışmasında Küresel İnovasyon Endeksi, ülkelerin Endüstri 4.0'ın önemli etki alanları kapsamında kümeleme analizi ile gruplandırılması yapılırken kullanılmıştır.

Hükümet Yapay Zekâ Hazırlık Endeksi (K12): Hükümet yapay zekâ hazırlık endeksi (Government AI Readiness), herhangi bir hükümetin yapay zeka kullanmaya hazır olup olmadığına dair genel bir bakış sağlamak için tasarlanmış nicel bir araç takımıdır. Genel puan, dört üst düzey küme altında gruplandırılmış 11 girdi ölçütünden oluşur: Yönetim, altyapı ve veri, yetenekler ve eğitim, devlet ve kamu hizmetleri (Hükümet Yapay Zekâ Hazırlık Endeksi raporu, 2019). Yapay zeka hazırlık endeksi, hükümetlerin yapay zekadan faydalanma kapasitesi hakkında bilgi verir (Bilgen, 2021). Bilgen 2021'de ülkelerin Endüstri 4.0'a ulaşması için başarı faktörlerini araştırmayı amaçladığı çalışmasında hükümet yapay zekâ hazırlık endeksini değişken olarak tanımlamıştır.

Ağ Hazırlığı Endeksi (K13): Ağ hazırlığı endeksi (The network readiness index), INSEAD ile iş birliği içinde Dünya Ekonomik Forumu tarafından yıllık Küresel Bilgi Teknolojisi Raporlarının bir parçası olarak her yıl yayınlanan bir endekstir. Ülkelerin bilgi ve iletişim teknolojisinin sunduğu fırsatlardan yararlanmaya hazır olma derecesini ölçmeyi amaçlar. Ağ hazırlığı endeksi, bilgi ve iletişim teknolojilerinin uygulamasını ve kullanımını değerlendirir. Hejduková vd. 2020'de "Endüstri 4.0 görelî performans endeksi" ismini verdikleri kendi göstergelerini oluşturdukları çalışmalarında Ağ hazırlığı endeksinin Endüstri 4.0 performansı ile ilişkisine değinmişlerdir.

UNCTAD B2C E-ticaret Endeksi (K14): UNCTAD B2C E-ticaret Endeksi (UNCTAD B2C E-commerce index), bir ekonominin çevrimiçi alışverişi desteklemeye hazır olup olmadığını ölçer. Endeks, çevrimiçi alışverişle oldukça ilişkili ve geniş bir ülke kapsamına sahip dört göstergeden oluşmaktadır. Bir finans kuruluşunda veya mobil para hizmeti sağlayıcısında hesap sahipliği, internet kullanan bireylerin yüzdesi, posta güvenilirlik endeksi ve 1 milyon kişi başına düşen güvenli internet sunucuları sayısı endekste ki kriterlerdir.

### ***CRITIC (Criteria Importance Through Intercriteria Correlation) Yöntemi***

İlk olarak Diakoulaki vd. tarafından 1995 yılında yapılan bir çalışma ile CRITIC yöntemi literatürdeki yerini almıştır. CRITIC yöntemi, çok kriterli karar verme problemlerinde göreceli öneme sahip nesnel ağırlıkların belirlenmesini amaçlar. Elde edilen ağırlıklar, karar probleminin yapısında yer alan hem kontrast yoğunluğunu hem de çatışmayı içerir. Geliştirilen yöntem, değerlendirme kriterlerinde yer



alan tüm bilgilerin çıkarılması için değerlendirme matrisinin analitik incelemesine dayanmaktadır (Diakoulaki vd., 1995).

Bu yöntemi diğer yöntemlerden ayıran en önemli özellik, ağırlıklandırma yapılırken uzman görüşlerinden elde edilen sonuçların değil, kriterlere ait standart sapmaların ve korelasyonların göz önünde bulundurulmasıdır (Ayçin, 2020).

CRITIC yöntemi beş aşamadan oluşur ve yönteme ait adımlar aşağıdaki gibidir (Diakoulaki vd., 1995):

#### Adım 1: Karar Matrisinin Oluşturulması

Karar matrisi farklı alternatiflere karşılık gelen kriter değerlerini içerir. Denklem (1)'deki gibi oluşturulur.

$$X = [x_{ij}]_{m \times n} = \begin{bmatrix} x_{11} & \dots & x_{1n} \\ \vdots & \ddots & \vdots \\ x_{m1} & \dots & x_{mn} \end{bmatrix} \quad (1)$$

$x_{ij}$ , i. alternatifin j. kriter değerini ifade eder.

#### Adım 2: Karar Matrisinin Normalizasyonu

Normalizasyon işleminde maksimizasyon yönlü kriterler için denklem (2), minimizasyon yönlü kriterler için denklem (3)'ten yararlanır.

$$r_{ij} = \frac{x_{ij} - x_j^{\min}}{x_j^{\max} - x_j^{\min}} \quad (2)$$

$$r_{ij} = \frac{x_j^{\max} - x_{ij}}{x_j^{\max} - x_j^{\min}} \quad (3)$$

#### Adım 3: İlişki Katsayı Matrisinin Oluşturulması

Değerlendirme kriterleri arasındaki ilişkilerin derecesini ölçmek için kullanılan ilişki katsayıları ( $\rho_{jk}$ ) denklem (4)'teki gibi hesaplanır.

$$\rho_{jk} = \frac{\sum_{i=1}^m (r_{ij} - \bar{r}_j) \cdot (r_{ik} - \bar{r}_k)}{\sqrt{\sum_{i=1}^m (r_{ij} - \bar{r}_j)^2 \cdot \sum_{i=1}^m (r_{ik} - \bar{r}_k)^2}}$$

$$j, k = 1, 2, \dots, n \quad (4)$$

#### Adım 4: $C_j$ Değerlerinin Hesaplanması

Her iki özelliği birleştiren ve j. kriterde bulunan toplam bilgiyi ifade eden  $C_j$ , normalize edilmiş karar matrisinin sütun değerlerinin standart sapması  $\sigma_j$  da kullanılarak hesaplanır. Bu işlemler için denklem (5) ve (6)'dan yararlanılabilir.

$$C_j = \sigma_j \sum_{k=1}^n (1 - \rho_{jk}) \quad j = 1, 2, \dots, n \quad (5)$$

$$\sigma_j = \sqrt{\frac{\sum_{i=1}^m (r_{ij} - \bar{r}_j)^2}{m-1}} \quad (6)$$

Adım 5: Kriter Ağırlıklarının Hesaplanması

Kriterlere ait nesnel ağırlıklar denklem (7) yardımıyla hesaplanabilir.

$$W_j = \frac{C_j}{\sum_{k=1}^n C_k} \quad j, k = 1, 2, \dots, n \quad (7)$$

Nesnel ağırlık değerleri büyükten küçüğe sıralanır. Ortaya çıkan en yüksek ağırlığa sahip kriterin daha önemli olduğu sonucuna ulaşılır.

### **CODAS (Combinative Distance-based Assessment) Yöntemi**

CODAS, çok kriterli karar verme problemlerinin çözümü için ilk kez Ghorabae vd. tarafından 2016 yılında önerilen güncel bir yöntemdir. Yöntemde karar problemini oluşturan alternatiflerin performansları negatif-ideal çözüme uzaklıkları baz alınarak belirlenir. Uzaklıkların hesaplanmasında Öklidyen (Euclidean) ve Manhattan (Taxicab) uzaklığı yaklaşımları kullanılır (Bakır ve Alptekin, 2019).

CODAS yöntemi 8 adımdan oluşur (Ghorabae vd., 2016):

Adım 1: Karar matrisinin oluşturulması

n alternatif, m kriterden oluşan karar matrisi denklem (8)'deki gibi oluşturulur.

$$X = [x_{ij}]_{n \times m} = \begin{bmatrix} x_{11} & \dots & x_{1m} \\ \vdots & \ddots & \vdots \\ x_{n1} & \dots & x_{nm} \end{bmatrix} \quad (8)$$

Burada  $x_{ij}$  ( $x_{ij} \geq 0$ )  $i$ . alternatifin  $j$ .kriter üzerindeki performans değerini gösterir ( $i \in \{1, 2, \dots, n\}$  ve  $j \in \{1, 2, \dots, m\}$ ).

Adım 2: Normalize matrisin hesaplanması

Bu adımda X matrisinin doğrusal normalizasyon işlemi denklem (9) yardımıyla yapılır.

$$n_{ij} = f(x) = \begin{cases} \frac{x_{ij}}{\max_i x_{ij}}, & j \in N_b \\ \frac{\min_i x_{ij}}{x_{ij}}, & j \in N_c \end{cases} \quad (9)$$

Burada  $N_b$  ve  $N_c$  sırasıyla fayda ve maliyet kriterlerini temsil eder.

Adım 3: Ağırlıklı normalleştirilmiş karar matrisini hesaplanması

Normalize edilen matris denklem (10)'daki gibi her sütun elemanları ilgili ağırlık katsayıları  $w_j$  ile çarpılır.

$$r_{ij} = w_j n_{ij} \quad (10)$$

Burada  $w_j$  ( $0 < w_j < 1$ )  $j$ . kriterin ağırlığını göstermektedir ve  $\sum_{j=1}^m w_j = 1$  'dir.

Adım 4: Negatif ideal çözümün bulunması

Negatif-ideal çözüm noktasının belirlenmesi için matrisin sütun değerlerinin minimumları seçilir. Negatif-ideal çözüm noktası belirlenirken denklem (11) ve (12)'den yararlanılır.

$$ns = [ns_j]_{1 \times m} \quad (11)$$

$$ns_j = \min_i r_{ij} \quad (12)$$

Adım 5: Alternatiflerin Negatif-ideal çözümden Öklid ve Taxicab uzaklıklarının hesaplanması

Negatif-ideal çözüm noktasından uzaklıklar belirlenirken Öklidyen ve Taxicab uzaklığı yaklaşımları kullanılır. Her alternatifin Öklidyen uzaklığı ( $E_i$ ), denklem (13), Taxicab uzaklığı ( $T_i$ ), denklem (14) yardımıyla hesaplanabilir.

$$E_i = \sqrt{\sum_{j=1}^m (r_{ij} - ns_j)^2} \quad (13)$$

$$T_i = |(r_{ij} - ns_j)| \quad (14)$$

Adım 6: Karşılaştırmalı değerlendirme matrisinin oluşturulması

Her alternatifin diğer alternatiflere olan Öklidyen ve Taxicab uzaklığı denklem (15) ve (16) yardımıyla karşılaştırılır.

$$Ra = [h_{ik}]_{n \times n} \quad (15)$$

$$h_{ik} = (E_i - E_k) + (\psi(E_i - E_k) \times (T_i - T_k)) \quad (16)$$

Burada  $k \in \{1, 2, \dots, n\}$  ve  $\psi$ , iki alternatifin Öklid mesafelerinin eşitliğini tanımak için bir eşik fonksiyonunu belirtir ve denklem (17)'deki gibi tanımlanır:

$$\psi(x) = \begin{cases} 1, & |x| \geq \tau \\ 0, & |x| < \tau \end{cases} \quad (17)$$

Bu fonksiyonda  $\tau$ , karar verici tarafından ayarlanabilen eşik parametresidir. Bu parametrenin 0,01 ile 0,05 arasında bir değere ayarlanması önerilir (Ghorabae vd., 2016).

Adım 7: Değerlendirme skorlarının hesaplanması

Her alternatifin değerlendirme skoru denklem (18) yardımıyla hesaplanır.

$$H_{ik} = \sum_{k=1}^n h_{ik} \quad (18)$$

Adım 8: Son olarak alternatiflere ait H skorlarını büyükten küçüğe sıralanması ile alternatifler iyiden kötüye sıralanmış olur.

## ARAŞTIRMA VE BULGULAR

Çalışmada OECD'ye üye 20 ülke ve bu ülkelerin Endüstri 4.0 performanslarında etkili olduğu düşünülen 14 kritere ait karar matrisi Tablo 1' deki gibidir. Bu kriterlerden patent başvuruları, sabit geniş bant abonelikleri, güvenli internet sunucuları, kişi başına GSYİH, iş yapma kolaylığı ve bilgisayar, iletişim ve diğer hizmetler kriterlerinin değerleri Dünya Bankası'nın resmi internet sitesinden elde edilmiştir. Ar-Ge harcamalarının GSYİH'daki payı ve toplam araştırmacı sayısı OECD'nin resmi sitesinden alınırken imalat endüstrisinde robot yoğunluğu değeri Uluslararası Robotik Federasyonu (IFR-International Federation of Robotics)'nin sitesinden elde edilmiştir. Küresel Rekabet Endeksi 4.0 (GCI4) Dünya Ekonomik Forumu raporundan, Küresel İnovasyon Endeksi WIPO (World Intellectual Property Organization) raporundan, hükümet yapay zekâ hazırlık Endeksi Oxford Insights raporundan, ağ hazırlığı endeksi Ağ Hazırlığı Endeksi 2019 raporundan, UNCTAD B2C E-ticaret endeksi ise UNCTAD B2C E-ticaret endeksi 2019 raporundan alınmıştır.

**Tablo 1.** Karar Matrisi

|                   | K1     | K2  | K3   | K4   | K5     | K6   | K7  | K8   | K9      | K10 | K11  | K12 | K13  | K14  |
|-------------------|--------|-----|------|------|--------|------|-----|------|---------|-----|------|-----|------|------|
| <b>ABD</b>        | 285113 | 3,1 | 9,8  | 34,7 | 123980 | 48,9 | 228 | 83,7 | 65279,5 | 84  | 61,7 | 8,8 | 80,3 | 91,3 |
| <b>Almanya</b>    | 46632  | 3,2 | 10   | 42,0 | 77970  | 56,6 | 346 | 81,8 | 46794,9 | 80  | 57,4 | 8,8 | 78,2 | 92,9 |
| <b>Avusturya</b>  | 2066   | 3,1 | 11,6 | 28,1 | 26298  | 41,7 | 189 | 76,6 | 50114,4 | 79  | 50,9 | 7,5 | 74,4 | 89,7 |
| <b>Belçika</b>    | 876    | 3,2 | 12,4 | 39,8 | 19655  | 62,0 | 214 | 76,4 | 46591,5 | 75  | 50,2 | 6,9 | 72,6 | 87,9 |
| <b>Çekya</b>      | 765    | 1,9 | 7,8  | 35,0 | 56186  | 50,5 | 147 | 70,9 | 23660,1 | 76  | 49,4 | 6,7 | 65,1 | 85,3 |
| <b>Danimarka</b>  | 1351   | 2,9 | 14,9 | 43,9 | 277330 | 34,3 | 243 | 81,2 | 59775,7 | 85  | 58,4 | 8,6 | 81,1 | 94,2 |
| <b>Finlandiya</b> | 1321   | 2,8 | 15   | 32,5 | 57692  | 73,8 | 149 | 80,2 | 48678,3 | 80  | 59,8 | 8,8 | 80,3 | 94,4 |
| <b>Fransa</b>     | 14103  | 2,2 | 11   | 45,7 | 29313  | 53,9 | 177 | 78,8 | 40578,6 | 77  | 54,3 | 8,6 | 73,4 | 90,4 |
| <b>Güney Kore</b> | 171603 | 4,6 | 15,9 | 42,8 | 4544   | 49,7 | 868 | 79,6 | 31936,8 | 84  | 56,6 | 6,8 | 73,8 | 89,4 |
| <b>İngiltere</b>  | 12061  | 1,8 | 9,7  | 39,8 | 35988  | 51,7 | 91  | 81,2 | 43070,5 | 84  | 61,3 | 9,1 | 77,7 | 94,4 |

|          |        |      |      |      |       |      |     |      |         |    |      |     |      |      |
|----------|--------|------|------|------|-------|------|-----|------|---------|----|------|-----|------|------|
| İspanya  | 1288   | 1,3  | 7,1  | 33,4 | 17695 | 34,2 | 191 | 75,3 | 29555,3 | 78 | 47,9 | 6,3 | 68,0 | 82,4 |
| İsveç    | 1802   | 3,4  | 15,1 | 40,2 | 25688 | 70,2 | 274 | 81,2 | 51939,4 | 82 | 63,7 | 8,7 | 82,7 | 89,6 |
| İsviçre  | 1369   | 3,18 | 9,2  | 46,8 | 95783 | 51,7 | 161 | 82,3 | 85334,5 | 77 | 67,2 | 7,5 | 81,1 | 95,5 |
| İtalya   | 9229   | 1,5  | 6,3  | 28,9 | 15313 | 39,9 | 212 | 71,5 | 33641,6 | 73 | 46,3 | 7,5 | 63,2 | 81,6 |
| Japonya  | 245372 | 3,2  | 9,8  | 33,5 | 18701 | 56,6 | 364 | 82,3 | 40777,6 | 78 | 54,7 | 8,6 | 76,2 | 87,6 |
| Kanada   | 4238   | 1,6  | 8,8  | 40,8 | 35896 | 49,3 | 165 | 79,6 | 46326,7 | 80 | 53,9 | 8,7 | 74,7 | 91,8 |
| Meksika  | 1305   | 0,3  | 1,1  | 15,2 | 271   | 1,5  | 33  | 64,9 | 9950,5  | 72 | 36,1 | 6,7 | 51,4 | 47,5 |
| Slovakya | 206    | 0,8  | 6,9  | 29,3 | 20091 | 43,9 | 169 | 66,8 | 19303,5 | 76 | 42,1 | 5,9 | 62,0 | 85,3 |
| Slovenya | 255    | 2    | 10   | 30,2 | 42530 | 36,1 | 157 | 70,2 | 25942,9 | 77 | 45,3 | 6,2 | 66,9 | 82,7 |
| Türkiye  | 7871   | 1,1  | 4,9  | 17,1 | 5438  | 11,1 | 29  | 62,1 | 9121,5  | 77 | 37,0 | 5,9 | 53,8 | 71,8 |

20 OECD ülkesinin Endüstri 4.0 performanslarının ölçülmesi için tespit edilen 14 kriter CRITIC yöntemiyle ağırlıklandırılmış, ülkeler CODAS yöntemi ile sıralanmıştır. Öncelikle 20 ülkenin 14 kriter değeri için oluşturulan karar matrisi normalize edilmiş ve normalize matrise göre 14 kriterin ilişki katsayısı matrisi oluşturulmuştur. Her iki özelliği birleştiren ve j. kriterde bulunan toplam bilgiyi ifade eden  $C_j$  değeri, normalize edilmiş karar matrisinin sütun değerlerinin standart sapması  $\sigma_j$  da kullanılarak hesaplanmıştır. Kriterlere ait nesnel ağırlıklar denklem (7) yardımıyla hesaplanmış ve nesnel ağırlık değerleri büyükten küçüğe sıralanmıştır. Ortaya çıkan en yüksek ağırlığa sahip kriterin daha önemli olduğu sonucuna ulaşılmış, kriter ağırlıkları Tablo 2' deki gibi gerçekleşmiştir. CRITIC yöntemine göre en yüksek ağırlığa sahip kriterler patent başvuruları, güvenli internet sunucuları ve endüstriyel robot sayıları olurken küresel rekabet endeksi ve ağ hazırlığı endeksi en düşük ağırlıklara sahip olmuştur.

**Tablo 2.** CRITIC Yöntemine Göre Kriter Ağırlıkları

| K1    | K2    | K3    | K4    | K5    | K6    | K7    | K8    | K9    | K10   | K11   | K12   | K13   | K14   |
|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 0,125 | 0,048 | 0,057 | 0,062 | 0,118 | 0,083 | 0,118 | 0,040 | 0,070 | 0,051 | 0,048 | 0,077 | 0,043 | 0,060 |

CRITIC yöntemi ile elde edilen kriter ağırlıkları kullanılarak ülkeler, CODAS yöntemi ile sıralanmıştır. 20 ülke ve 14 kriter için oluşturulan karar matrisi doğrusal normalizasyon işlemi ile normalize edilmiştir. Normalize edilen matris, denklem (10) yardımıyla her sütun elemanları CRITIC yöntemi ile Tablo 2'de elde edilen ağırlık katsayıları  $w_j$  ile çarpılmıştır. Negatif-ideal çözüm noktasının belirlenmesi için matrisin sütun değerlerinin minimumları seçilmiş, denklem (11) ve (12)'den yararlanılarak Negatif-ideal çözüm noktası belirlenmiştir. Negatif-ideal çözüm noktasından uzaklıklar belirlenirken Öklidyen ve Taxicab uzaklığı yaklaşımları kullanılmıştır Her alternatifin Öklidyen uzaklığı ( $E_i$ ), denklem (13), Taxicab uzaklığı ( $T_i$ ), denklem (14) yardımıyla hesaplanmıştır.

Her alternatifin diğer alternatiflere olan Öklidyen ve Taxicab uzaklığı denklem (15) ve (16) yardımıyla karşılaştırılmış,  $k \in \{1,2, \dots, n\}$  ve  $\psi$ , iki alternatifin Öklid mesafelerinin eşitliğini tanımak için bir eşik fonksiyonu denklem (17) yardımıyla tanımlanmıştır. Her alternatifin değerlendirme skoru denklem (18) yardımıyla hesaplanmış ve alternatiflere ait H skorları büyükten küçüğe sıralanması ile alternatifler iyiden kötüye Tablo 3'teki gibi sıralanmıştır.

**Tablo 3.** CODAS-CRITIC Yöntemi ile Sıralama

|            | Sıra |
|------------|------|
| ABD        | 1    |
| Japonya    | 2    |
| Güney Kore | 3    |
| Almanya    | 4    |
| Danimarka  | 5    |
| İsveç      | 6    |
| Fransa     | 7    |
| İsviçre    | 8    |
| Finlandiya | 9    |
| İngiltere  | 10   |
| Belçika    | 11   |
| Kanada     | 12   |
| İtalya     | 13   |
| Avusturya  | 14   |
| Çekya      | 15   |
| Slovenya   | 16   |
| İspanya    | 17   |
| Slovakya   | 18   |
| Türkiye    | 19   |

## SONUÇ

Bu çalışmada, incelenen literatür sonucunda belirlenen 14 kriter ile OECD'ye üye olan 20 ülke, 2019 yılına ait veriler ile Endüstri 4.0 ve dijital dönüşüm performanslarına göre kıyaslanmıştır. Ülkelerin değerlendirilmesinde patent başvuruları, Ar-Ge harcamalarının GSYİH'daki payı, toplam araştırmacı sayısı, sabit geniş bant abonelikleri, güvenli internet sunucuları, bilgisayar, iletişim ve diğer hizmetler, imalat endüstrisinde robot yoğunluğu, küresel rekabet endeksi, kişi başına GSYİH, iş yapma kolaylığı, küresel inovasyon endeksi, hükümet yapay zekâ hazırlık endeksi, ağ hazırlığı endeksi ve UNCTAD B2C E-ticaret endeksi kriterler olarak kullanılmıştır.

Analiz için Çok Kriterli Karar Verme yöntemlerinden yararlanılmıştır. 14 kriterin ağırlıklandırılması için çok kriterli karar verme tekniklerinden CRITIC yönteminden yararlanılmıştır. Elde edilen ağırlıklar kullanılarak 20 ülke performanslarına göre CODAS yöntemi ile sıralanmış ve analiz edilmiştir. Ekonomik ve teknolojik olarak gelişmiş olan ülkelerden ABD, Japonya, Güney Kore ve Almanya ilk sıralarda yer almaktadır. Danimarka, İsveç, Fransa, İsviçre, Finlandiya, İngiltere gibi Avrupa'nın önde gelen ülkeleri ilk sırada yer alan ülkeleri takip etmektedirler. Sıralamada 20 ülke arasında Slovenya, İspanya, Slovakya, Türkiye ve Meksika son sıralarda yer almıştır.

Bu çalışmanın amacı, seçilen OECD üyesi 20 ülkenin Endüstri 4.0 ve dijital dönüşüm açısından birbirlerine göre konumlarını belirlemektir. CRITIC yöntemindeki ağırlıklara göre CODAS yönteminin kullanımını göz önünde bulundurarak gelecekteki çalışmalara daha iyi bir tanımlamanın teşvik edilmesi amaçlanmıştır. Ülkeler dijitalleşme hedeflerine ulaşmak için ekonomik kalkınma açısından gelişmiş ülkelerle mevcut farklılıklara odaklanmalıdır. Ekonomik gelişmişlik seviyesinin Endüstri 4.0 ve dijital toplum göstergeleri ile pozitif ilişkili olduğu açıkça görülmektedir. Ülkeler ve organizasyonlar farklı sayısal uçurum seviyelerine sahip ülkeler için farklı politikalar geliştirmelidir.

Bilgi ve iletişim teknolojilerinin hızla gelişmesi ile sürekli değişip gelişen taleplere uygun mal ve hizmet üretimi büyük önem kazanmıştır. Endüstri 4.0 dönüşümü sayesinde tüm dünyada gelişen bu yeni üretim ve tüketim alışkanlıklarına cevap verebilme yeteneğinin optimum düzeyde sağlanabileceği düşünülmektedir. Ülkelerin ve kurumların gelişen yeni durum ve koşullara adapte olabilmeleri Endüstri 4.0'a dönüşüm için gerekli adımları atmaları ile sağlanabilecektir. Dolayısıyla, başta gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler olmak üzere tüm ülkeler için önem arz eden bu konu ülkelerin gelecek adımları için sanayi politikalarını şekillendirecektir.

## KAYNAKÇA

- Anuşlu, M. D., & Firat, S. Ü. (2019). 3rd world conference on technology, innovation and entrepreneurship (wocline) clustering analysis application on Industry 4.0-driven global indexes. *Procedia Computer Science*, 158, 145–152. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2019.09.037>.
- Ataman, A. C. (2018). *Savunma sanayinde Endüstri 4.0 olgunluk parametrelerinin tereddütlü bulanık AHP yöntemi ile önceliklendirilmesi*.
- Atik, H., & Ünlü, F. (2020). Industry 4.0-related digital divide in enterprises: an analysis for the European Union-28. *Sosyoekonomi*, 225–244. <https://doi.org/10.17233/sosyoekonomi.2020.03.13>
- Ayçin, E. (2020). Personel seçim sürecinde CRITIC ve MAIRCA yöntemlerinin kullanılması. *The Business Journal*, 2020(1), 1–12.
- Bakır, M., & Alptekin, N. (2019). Hizmet kalitesi ölçümüne yeni bir yaklaşım: CODAS yöntemi ile havayolu işletmeleri üzerine bir uygulama. *Business & Management Studies: An International Journal*, 6(4), 1336–1353. <https://doi.org/10.15295/bmij.v6i4.409>
- Bilgen, H. (2021). A global comparison methodology to determine critical requirements for achieving industry 4.0. *Technological Forecasting and Social Change*, 172. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2021.121036>
- Castelo-Branco, I., Cruz-Jesus, F., & Oliveira, T. (2019). Assessing Industry 4.0 readiness in manufacturing: Evidence for the European Union. *Computers in Industry*, 107, 22–32. <https://doi.org/10.1016/j.compind.2019.01.007>
- Dalenogare, L. S., Benitez, G. B., Ayala, N. F., & Frank, A. G. (2018). The expected contribution of Industry 4.0 technologies for industrial performance. *International Journal of Production Economics*, 204, 383–394. <https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2018.08.019>
- Diakoulaki, D., Mavrotas, G., & Papayannakis, L. (1995). Determining objective weights in multiple criteria problems: the critic method. In *Computers Ops Res* (Vol. 22).
- Dombrowski, U., Richter, T., & Krenkel, P. (2017). Interdependencies of Industrie 4.0 & Lean Production Systems: A Use Cases Analysis. *Procedia Manufacturing*, 11, 1061–1068. <https://doi.org/10.1016/j.promfg.2017.07.217>
- Gao, Z., Wanyama, T., Singh, I., Gadhri, A., & Schmidt, R. (2020). From industry 4.0 to robotics 4.0 - A conceptual framework for collaborative and intelligent robotic systems. *Procedia Manufacturing*, 46, 591–599. Elsevier B.V. <https://doi.org/10.1016/j.promfg.2020.03.085>
- Ghorabae, M. K., Zavadskas, E. K., Turskis, Z., & Antucheviciene, J. (2016). *Economic Computation and Economic Cybernetics Studies and Research*. 3.
- Hejduková, P., Kureková, L., & Krechovská, M. (2020). The measurement of industry 4.0: an empirical cluster analysis for EU countries. *International Journal of Economic Sciences*, IX(1). <https://doi.org/10.20472/es.2020.9.1.007>



- Kılıç, S., & Alkan, R. M. (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>
- Klincewicz, K. (2019). Robotics in the Context of Industry 4.0: Patenting Activities in Poland and Their Comparison with Global Developments. *Problemy Zarzadzania*, 2/2019(82), 53–95. <https://doi.org/10.7172/1644-9584.82.3>
- Kloviene, L., & Uosyte, I. (2019). Development of performance measurement system in the context of industry 4.0: A case study. *Engineering Economics*, 30(4), 472–482. <https://doi.org/10.5755/j01.ee.30.4.21728>
- Kohnová, L., Papula, J., & Salajová, N. (2019). Internal factors supporting business and technological transformation in the context of industry 4.0. *Business: Theory and Practice*, 20, 137–145. <https://doi.org/10.3846/btp.2019.13>
- Köküner, Z. (2018). *Çok kriterli karar verme yöntemleri ile beyaz eşya sektöründe Endüstri 4.0 dijital dönüşüm yetkinlik analizi*.
- Mahdiraji, H. A., Zavadskas, E. K., Skare, M., Kafshgar, F. Z. R., & Arab, A. (2020). Evaluating strategies for implementing industry 4.0: a hybrid expert oriented approach of B.W.M. and interval valued intuitionistic fuzzy T.O.D.I.M. *Economic Research-Ekonomska Istrazivanja*, 33(1), 1600–1620. <https://doi.org/10.1080/1331677X.2020.1753090>
- Oralhan, B., & Büyüktürk, M. A. (2019). Avrupa Birliği Ülkeleri ve Türkiye'nin inovasyon performansının çok kriterli karar verme yöntemleriyle kıyaslanması. *European Journal of Science and Technology*, 471–484. <https://doi.org/10.31590/ejosat.571284>
- Öztürk, S., & Alaşahan, Y. (2019). Türkiye’de Endüstri 4.0 uygulamalarının değerlendirilmesi: panel veri analizi. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 61, 1–18. Retrieved from <http://dergipark.gov.tr/dpusbe>
- Schumacher, A., Erol, S., & Sihn, W. (2016). A maturity model for assessing Industry 4.0 readiness and maturity of manufacturing enterprises. *Procedia CIRP*, 52, 161–166. Elsevier B.V. <https://doi.org/10.1016/j.procir.2016.07.040>
- Silva, M. do C., Gavião, L. O., Gomes, C. F. S., & Lima, G. B. A. (2020). Global Innovation Indicators analysed by multicriteria decision. *Brazilian Journal of Operations & Production Management*, 17(4). <https://doi.org/10.14488/bjopm.2020.040>
- TÜBİTAK (2016). *Yeni Sanayi Devrimi Akıllı Üretim Sistemleri Teknoloji Yol Haritası*. [https://www.tubitak.gov.tr/sites/default/files/akilli\\_uretim\\_sistemleri\\_tyh\\_v27aralik2016.pdf](https://www.tubitak.gov.tr/sites/default/files/akilli_uretim_sistemleri_tyh_v27aralik2016.pdf)
- Ünlü, F., & Atik, H. (2018). *Türkiye’deki işletmelerin Endüstri 4.0’a geçiş performansı: Avrupa Birliği ülkeleri ile karşılaştırmalı ampirik analiz* (Vol. 17).
- WIPO. (2012). *The Global Innovation Index*.

Yakut, E. (2020). *OECD ülkelerinin bilgi ve iletişim teknolojileri gelişmişliklerinin MOORA ve WASPAS yöntemiyle değerlendirilerek kullanılan yöntemlerin Copeland yöntemiyle karşılaştırılması*. Retrieved from <https://orcid.org/0000-0002-1978-0217>

Yıldız, M. S., Durak, İ., & Yıldırım, M. (2020). Industry 4.0 performances of OECD countries: a data envelope analysis. *Journal of Business Research- Turk*, 12(3), 2788–2798. <https://doi.org/10.20491/isarder.2020.1008>

Yıldızbaşı, A., & Ünlü, V. (2020). Performance evaluation of SMEs towards Industry 4.0 using fuzzy group decision making methods. *SN Applied Sciences*, 2(3).<https://doi.org/10.1007/s42452-020-2085-9>

### **İnternet Kaynakları**

Toplam araştırmacı sayısı veri seti. OECD. <https://data.oecd.org/> (Erişim tarihi: 01.12.2021)

Patent başvuruları, sabit geniş bant abonelikleri, güvenli internet sunucuları, kişi başına GSYİH, iş yapma kolaylığı ve bilgisayar, iletişim ve diğer hizmetler veri seti. Worldbank. <https://data.worldbank.org/indicator> (Erişim tarihi: 01.12.2021)

İmalat endüstrisinde robot yoğunluğu. IFR. <https://ifr.org/free-downloads/> (Erişim tarihi: 02.12.2021)

Küresel Rekabet Endeksi 4.0 (GCI4) veri seti. Dünya Ekonomik Forumu raporu. [https://www3.weforum.org/docs/WEF\\_TheGlobalCompetitivenessReport2019.pdf](https://www3.weforum.org/docs/WEF_TheGlobalCompetitivenessReport2019.pdf) (Erişim tarihi: 07.02.2022)

Küresel İnovasyon Endeksi veri seti. Dünya Ekonomik Forumu raporu.[https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo\\_pub\\_gii\\_2019.pdf](https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_gii_2019.pdf) (Erişim tarihi: 07.02.2022)

Hükümet Yapay Zekâ Hazırlık Endeksi veri seti. Oxford Insights raporu. [https://africa.ai4d.ai/wp-content/uploads/2019/05/ai-gov-readiness-report\\_v08.pdf](https://africa.ai4d.ai/wp-content/uploads/2019/05/ai-gov-readiness-report_v08.pdf) (Erişim tarihi: 08.02.2022)

Ağ Hazırlığı endeksi veri seti. Ağ Hazırlığı endeksi 2019 raporu.<https://networkreadinessindex.org/2019/wp-content/uploads/2020/03/The-Network-Readiness-Index-2019-New-version-March-2020-2.pdf> (Erişim tarihi: 08.02.2022)

UNCTAD B2C E-ticaret endeksi veri seti UNCTAD B2C E-ticaret endeksi 2019 raporu. [https://unctad.org/system/files/official-document/tn\\_unctad\\_ict4d14\\_en.pdf](https://unctad.org/system/files/official-document/tn_unctad_ict4d14_en.pdf) (Erişim tarihi: 08.02.2022)

Geliş Tarihi:

12.03.2022

Kabul Tarihi:

06.06.2022

Yayımlanma Tarihi:

15.06.2022

Kaynakça Gösterimi: Adıgüzel, M. (2022). Endüstri içi ticaretin rekabet gücüne etkisi; Türkiye bağlamında bir değerlendirme. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 21(43), 399-418. doi: 10.46928/iticusbe.1086685

## ENDÜSTRİ İÇİ TİCARETİN REKABET GÜCÜNE ETKİSİ; TÜRKİYE BAĞLAMINDA BİR DEĞERLENDİRME

*Araştırma*

Muhittin Adıgüzel 

İstanbul Ticaret Üniversitesi

Sorumlu Yazar (Correspondence)

[madiguzel@ticaret.edu.tr](mailto:madiguzel@ticaret.edu.tr)

Muhittin Adıgüzel İktisat Doktora derecesine sahiptir. Kalkınma İktisadı, Makro İktisat, Uluslararası Ticaret, Teknoloji İktisadı alanlarında çalışmaları vardır. Üniversite İş Dünyası İlişkileri Uygulama ve Araştırma Merkezi Müdürü olarak görev yapmaktadır.

# ENDÜSTRİ İÇİ TİCARETİN REKABET GÜCÜNE ETKİSİ; TÜRKİYE BAĞLAMINDA BİR DEĞERLENDİRME

Muhittin Adıgüzel  
[madiguzel@ticaret.edu.tr](mailto:madiguzel@ticaret.edu.tr)

## Özet

Ülke endüstrilerinin rekabet gücünün mikro ve makro çok sayıda faktör tarafından belirlendiği göz önüne alındığında, bir endüstrideki Endüstri İçi Ticaret'in (EİT) bu endüstrinin; arz-talep, ürün fiyat ve kalitesi, rekabet gibi birçok özelliğini belirlediği ve bu bağlamda endüstrinin rekabet gücünü etkilediği değerlendirilmektedir.

**Amaç:** Çalışmamızda, Türkiye'nin 2001-2019 yılları arasındaki dış ticaretinde EİT ile rekabet gücü arasındaki korelasyonun, HS/GTİP'nun 97 faslı bazında belirlenmesi amaçlanmıştır.

**Yöntem:** Araştırmamızda endüstri-içi ticaretin derecesi Grubel-Lloyd yöntemi ile ölçülmüştür. Rekabet Gücünün ölçümünde Vollrath'ın (1991), Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler (AKÜ) yöntemi kullanılmıştır. EİT ile rekabet gücü arasındaki ilişkinin belirlenmesinde, korelasyon analizi ve panel veri analizi kullanılmıştır.

**Bulgular:** EİT ile rekabet gücü arasında 27 fasılda çok yüksek pozitif ve 24 fasılda çok yüksek negatif korelasyon ilişkisi belirlenmiştir. 24 Fasılda da yüksek pozitif, 6 fasılda yüksek negatif korelasyon belirlenmiştir. Bulgular çerçevesinde EİT ve rekabet gücü arasında fasıllara göre değişen yüksek veya çok yüksek korelasyonun olduğu ifade edilebilir. Çalışmadaki Panel Veri Analizi sonuçlarının da Korelasyon Analizi sonuçları ile uyumlu olduğu gözlenmiştir.

**Özgünlük:** Türkiye için özgün olan bu çalışma ve sonuçlarının ileriye taşınması ve iktisat, kalkınma, sanayileşme ve dış ticaret politikalarında yol gösterici sonuçların üretilmesinin faydalı olacağı değerlendirilmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Uluslararası Ticaret, Rekabet Gücü, Endüstri İçi Ticaret, Türkiye'nin Dış Ticareti

**JEL Sınıflandırması:** F14, F41, P33

# THE EFFET OF INTER-INDUSTRY TRADE ON COMPETITIVENESS; AN EVALUATION IN THE CONTEXT OF TURKEY

## **Abstract**

Considering that the competitiveness of a country's industries is determined by many micro and macro factors, Intra-Industry Trade (IIT) in an industry determines many features of this industry such as supply-demand, product price and quality, competition and in this context affects the competitiveness of the industry. is being evaluated.

**Purpose:** In our study, it was aimed to determine the correlation between IIT and competitiveness in Turkey's foreign trade between 2001-2019 on the basis of chapter 97 of HS/GTIP. In our research, the degree of intra-industry trade was measured by the Grubel-Lloyd method. Vollrath's (1991) Revealed Comparative Advantage (RCA) method was used to measure competitiveness.

**Method:** The degree of intra-industry trade was measured by the Grubel-Lloyd method. Vollrath's (1991) Revealed Comparative Advantage (RCA) method was used to measure competitiveness. Correlation analysis and panel data analysis were used to determine the relationship between IIT and competitiveness.

**Findings:** There was a very high positive correlation between IIT and competitiveness in 27 chapters and a very high negative correlation in 24 chapters. High positive correlation was determined in 24 chapters and high negative correlation was determined in 6 chapters. Within the framework of the findings, it can be stated that there is a high or very high correlation between the IIT and competitiveness, which varies according to the chapters. It was observed that the results of the Panel Data Analysis in the study were also compatible with the results of the Correlation Analysis.

**Originality:** It is considered that it will be beneficial to carry this study and its results, which is unique for Turkey, forward and to produce guiding results in economy, development, industrialization and foreign trade policies.

**Keywords:** International Trade, Competitiveness, Intra-Industry Trade, Foreign Trade of Turkey

**JEL Classification:** F14, F41, P33

## GİRİŞ

Küreselleşen dünya ekonomisi içinde, geçmişten çok daha fazla dışa açık olan ulusal ekonomilerin kalkınması, iç faktörler kadar dış faktörlerce de belirlenmektedir. II. Dünya Savaşı'ndan sonra Gümrük Tarifeleri ve Ticaret Genel Anlaşması'nın (GATT) oluşturulması ile birlikte gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde dış ticaret üzerindeki engellerin azaltılmaya başlanması ve dış ticarete sağlanan serbestleşme ile Dünya ticareti hızla artmaya başlamıştır.

Rekabetin giderek arttığı küresel ekonomide hükümetler, ulusal rekabet gücü konusunda giderek daha çok kaygılanmaktadır (Lall, 200; 1). Uluslararası rekabet gücü temelinde, uluslararası ticaret tarafından sağlanan fırsatları gerçekleştirerek bir ülkenin yaşam standartlarını yükseltmekle ilgilidir. Bu nedenle günümüzün gelişmiş veya gelişmekte olan ekonomilerinde rekabetçi üstünlük yaratmak kalkınma politikalarının önemli bir konusu olmakta ve olarak kalmaya devam etmektedir. Rekabet gücünün artması; ülke ekonomisinde üretim verimliliğinin artması, yaşam standartlarının iyileşmesi ve istihdamın geliştirilmesi için bir ön koşuldur (Helms, 1996).

Artan rekabet dış ticaretin temel varsayımlarında değişime yol açmış; ölçüğe göre sabit getiri yerine ölçüğe göre artan getiri; tam rekabetin yerine eksik rekabetçi piyasaların hakim olduğu kabul görmüştür. Böylece Mutlak ve Karşılaştırmalı Üstünlükler yerine üretim faktörlerinin hareketliliğinin kabulü ile ülkeler bir malın hem ihracatçısı hem de ithalatçısı olabilir hale gelmekte ve bunların yanı sıra bilgi ekonomisi ekseninde yaşanan gelişmelerle birlikte endüstriler arası ticaretin yerini endüstri içi ve firma içi ticaret almaktadır (Şentürk, 2014).

Diğer taraftan, özellikle İkinci Dünya Savaşı sonrasında benzer ürünlerin dış ticaretinin artması ile ülkeler arası ticareti farklı faktör donanımı ve mal üretimi ile açıklayan geleneksel dış ticaret teorilerinin Dünya dış ticaretini açıklamakta yetersiz kaldığı görülmüştür. Aynı endüstri içindeki benzer malların dış ticaretini açıklamayı amaçlayan modern dış ticaret teorilerinden olan Endüstri İçi Ticaret (EİT) (Lancaster, 1980) kavramı kısaca pek çok ülkenin karşılıklı olarak benzer mal ve hizmetlerin ihraç ve ithal etmeleri ve aynı endüstri veya sektör içindeki dış ticareti ifade etmektedir (Marrewijk, 2002: 182). Günümüzde Dünya ticaretinin büyük bir kısmının endüstri-içi ticaret şeklinde gerçekleştiği görülmektedir.

Ülke endüstrilerinin rekabet gücünün mikro ve makro çok sayıda faktör tarafından belirlendiği göz önüne alındığında, bir endüstrideki EİT'in bu endüstrinin; arz-talep, ürün fiyat ve kalitesi, rekabet gibi birçok özelliğini belirlediği ve bu bağlamda endüstrinin rekabet gücünü etkilediği değerlendirilmektedir. Bu yaklaşım çerçevesinde çalışmamızda EİT irdelenmiş, Türkiye bağlamında EİT ile rekabet gücü arasındaki korelasyonun belirlenmesi amaçlanmıştır. Araştırmamız giriş ile birlikte beş bölümden oluşmaktadır. İkinci bölümde Endüstri İçi Ticaret, üçüncü bölümde rekabet gücü konuları özetle irdelenmekte olup dördüncü bölümde çalışmanın yöntemi, beşinci bölümde rekabet gücü ve EİT arasındaki ilişki incelenmektedir. Altıncı bölümde Sonuç ve değerlendirmeler yer almaktadır.

## KAVRAMSAL ÇERÇEVE

### *Endüstri İçi Ticaret*

Günümüzde birçok ülke aynı anda benzer mal ve hizmetlerin hem ithalatını hem ihracatını yapmaktadır. Aynı sektör veya endüstri içindeki malların hem ithalatı hem ihracatı “Endüstri İçi Ticaret” (Intra-Industry Trade) veya “İki Yollu Ticaret” (Two Way Trade) olarak adlandırılmaktadır. Örneğin Almanya, Fransa’ya otomobil ihraç ederken aynı anda benzer otomobilleri Fransa’dan ithal etmektedir. Geleneksel dış ticaret teorileri dış ticareti teknoloji farklılığı ile izah eden Ricardo’nun mukayeseli üstünlükler teorisi ve faktör bolluğu ile açıklayan Heckscher-Ohlin kuramı bu durumu açıklamakta yetersiz kalmaktadır. Her iki kuram aynı endüstride aynı cins malı üreten firmaların homojen mal ürettiklerini dolayısıyla tüketicilerin bu mallar arasında ayırım yapmadıklarını yurtiçinde üretilen bir malın aynı zamanda ithal edilmeyeceğini kabul etmektedir.

Endüstriler-arası (inter-industry) ticaret, farklı endüstrilerin ürünlerinin ticaretidir. Örneğin bir ülke otomobil ihraç edip tekstil ürünleri ithal ediyorsa burada endüstriler-arası ticaret söz konusudur. Endüstriler-arası ticaretin genelde Heckscher-Ohlin modeli ile açıklanabildiği kabul görmektedir. Örneğin bol emek faktörüne sahip ülkeler tekstil gibi emek yoğun mallarda karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduklarından bunları ihraç ederken sermayesi bol olan ülkeler otomobil gibi sermaye yoğun ürünlerde üstünlüğe ve ihracata sahiptirler. Dünya ticaretinin ve özellikle benzer kişi başına gelir ve tüketici zevklerine sahip gelişmiş ülkeler arasındaki sanayi malların ticareti büyük oranda endüstri- içi ticarettir.

Uluslararası ticaretteki gelişmeler çerçevesinde, teorilerin mevcut durumu izah etmekteki eksiklikleri (Krugman, 1981, s.959-960) “Yeni Ticaret Teorileri” nin ortaya çıkmasına neden olmuş ve eksik rekabet, ürün farklılaştırması ve ölçek ekonomilerinin içeren Endüstri İçi Ticaret Teorilerinin (Krugman, 1979; Krugman, 1980; Lancaster, 1980; Helpman, 1981 ) oluşumuna da sebep olmuştur (Çakmak, 2006). Özellikle Leontief’in bulgularının Faktör Donatımı teorisi ile çelişmesi, 1960’lardan sonra uluslararası ticareti açıklamak üzere yeni dış ticaret kuramları veya hipotezlerinin geliştirilmesini doğurmuştur..

Yeni dış ticaret kuramlarından olan Endüstri- içi ticaret kuramı konusunda Grubel ve Lloyd’un (1975) klasik kitabı; Intra-Industry Trade: The Theory and Measurement of International Trade in Differentiated Products isimli kitaplarının yayımlanmasından sonra teorik ve ampirik büyük bir literatür oluşmuştur. Endüstri- içi ticaret ile ilgili Krugman, Lancaster, Falvey ve birçok iktisatçı tarafından teorik modeller geliştirilmiştir.

Grubel ve Lloyd (1975: 6-9), EİT’in olmasını, eksik rekabet şartlarında üretim ve üretimde artan ölçek ekonomileri olduğunu savunmuşlardır. Ölçeğe göre artan getiri olması durumu işletmelerin üretim arttıkça ortalama birim maliyetlerinin düşmekte ve rekabetin azaltması ile oligopol ve tekel durumunun oluşmasına neden olabilmektedir.

### ***Endüstri İçi Ticaret Çeşitleri***

Literatürde yer alan çalışmalarda endüstri içi ticarete ilişkin ölçüm metotları temelde; kalite farklılıkları içeren malların değişimi temeline dayanan Dikey Endüstri İçi Ticaret (Vertical Intra Industry Trade) ve kalite dışında belirli özelliklere göre farklılaştırılmış malların değişimine dayanan Yatay Endüstri İçi Ticaret (Horizontal Intra Industry Trade) olarak endüstri içi ticaret olarak adlandırılmaktadır. Endüstri içi ve endüstriler arası ticaret aşağıdaki gibi sınıflandırılmaktadır.

| <b>Ticaret Tipi</b>        | <b>Ticaret Sınıflaması</b>                |
|----------------------------|---|
| Endüstriler Arası Ticaret  | Tek Yönlü Ticaret                         |
| Dikey Endüstri-İçi Ticaret | Çeşitlilik-İçi Ticaret(Intra-Range Trade) |
| Yatay Endüstri-İçi Ticaret | Benzer Ürünlerle İki Yönlü Ticaret        |

Kaynak: Fukao vd., 2003

Yatay endüstri içi ticaret aynı sektör ve aynı imalat düzeyindeki ürünlerin hem ithal hem ihraç edilmesidir. Örnek olarak bir ülkenin dayanıklı tüketim mallarını hem ihraç hem de ithal etmesi yatay endüstri içi ticarettir. Ölçek ekonomileri ve mal farklılaştırması yatay EİT'yi arttırmaktadır.

Dikey endüstri içi ticaret ise aynı sektörde olan fakat farklı imalat düzeyinde bulunan malların hem ihracatı hem de ithalatıdır. Dikey EİT in yaygınlaşması önemli bir sebebi Çok Uluslu Şirketlerin, bir ürünün imalat prosesini farklı ülkelere yaymasıdır. Bugün birçok ürünün parçaları dünyanın değişik ülkelerinde üretilmekte ve bu parçaların montajı değişik ülkelerde yapılmaktadır. Bu nedenle Dikey EİT, gelişmiş ve gelişmemiş ülkeler arasında da gerçekleşebilmektedir. Dikey EİT'nin önemli nedenlerinden birisi ülkeler arasındaki teknoloji ve sermaye yoğunluğu farklılığıdır.

### ***Endüstri İçi Ticaretin Ölçülmesi***

Endüstri İçi Ticaretin ölçülmesi için, Verdoorn (1960), Balassa (1966), Grubel ve Lloyd (1971), Aquino (1978), Loertscher ve Wolter (1980), Helpman (1981), Lancaster (1980), Falvey (1981), Havrylyshyn and Civan, E. (1983), Brühlhart (1994), çalışmalarında endüstri içi ticareti ölçmeye yönelik Standard Grubel – Lloyd Endeksi, Balassa Endeksi, İki Yönlü Ticaret Yaklaşımı, Marjinal Endüstri İçi Ticaret Endeksi, Aquino Endeksi ve diğer çeşitli farklı formülasyonlarda endeksler geliştirmişlerdir. Bu endeklerden çalışmamızda da kullandığımız Grubel-Lloyd Endeksi aşağıda kısaca irdelenmiştir.

#### **Grubel-Lloyd Endeksi**

Endüstri-içi ticaretin derecesini ölçmek için birçok yöntem geliştirilmiş olmakla birlikte en çok kullanılanı Grubel-Lloyd indeksidir. Grubel ve Lloyd (1971), 1968-1969 yılları ticaret verilerini kullanarak OECD üyesi 9 sanayileşmiş ülke ile Avusturalya'nın endüstri içi ticareti üzerine (SITC-3 digit düzeyinde) yaptıkları çalışmalarında, endüstri içi ticaret değerlerini ölçmek üzere bir endeks oluşturmuşlardır (Grubel ve Lloyd, 1971: 496). Söz konusu indeks;



$$GL_i = 1 - \frac{|E_{xi} - I_{mi}|}{|E_{xi} + I_{mi}|}$$

formülü ile hesaplanır. Formüldeki;

$E_{xi}$ : i endüstrisinin ihracat miktarını,

$I_{mi}$  : i endüstrisindeki ithalat miktarını,

göstermektedir.  $GL_i$  indeksi 0 ile 1 arasında bir değer alabilmektedir. Eğer endüstri-içi ticaret hiç yoksa 0; eğer ithalat ve ihracat değerleri birbirine yakın ise endüstri içi ticaret değeri 1'e yaklaşır ve ticaretin yönü endüstriler arası değil endüstri içi yapıldığı şeklinde yorumlanabilmektedir. Bir endüstrideki tüm dış ticaret endüstri-içi ticaret ise 1 değerini almaktadır (Grubel ve Lloyd, 1971).

### ***Rekabet Gücü ve Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler Yöntemi İle Ölçülmesi***

#### ***Rekabet Gücü***

Rekabet gücü genel bir tanımlamayla, firmaların, endüstrinin, bölgenin, ülkenin ya da ekonomik birliklerin, uluslararası rekabette görel olarak daha yüksek gelir ve istihdam seviyesindeki üretim gücü olarak tanımlanabilir. Diğer bir deyişle bir ülkenin, ürettiği mallarda diğer ülkenin malları ile fiyat, kalite, tasarım, güvenilirlik ve zamanında teslim gibi unsurlarda yarışabilir düzeyde olmasını ifade etmektedir ( DPT, 2005).

Rekabet gücünün firma, endüstri ve ulusal düzeyde tanımlanması, rekabet gücünü etkileyen ve belirleyen faktörlerin çok sayıda olmasına ve farklı rekabet çeşitlerine bağlı olarak rekabet gücü göstergeleri ve ölçümü farklı olmaktadır.

Rekabet gücü ile ilgili çalışmalar (Cho, 1998);

- (i) Firma düzeyinde rekabet gücü
- (ii) Sanayi düzeyinde rekabet gücü
- (iii) Ülke düzeyinde rekabet gücü

şeklinde üç kategori altında toplanabilir.

Bir ülkenin rekabet gücü, o ülkenin ürettiği malların ister iç tüketim ister ihracat için olsun diğer ülkelerin mallarıyla kalite ve fiyat bakımından yarışabilecek düzeyde olmasını ifade etmektedir (Erkan, 1995: 7). Verimlilik artışı, uluslararası rekabet gücünün en önemli unsurudur (Krugman and Hatsopoulos, 1987). Uluslararası Yönetim Geliştirme Enstitüsü'ne (IMD) göre bir ülkenin rekabet gücü o ülkenin katma değerde sürekli artış yaratabilecek bir çevre oluşturabilme yeteneğidir (IMD, 2005).

Dünya piyasalarında rekabet eden firmaların rekabet gücünün, içinde faaliyet gösterdikleri ülkenin ve o ülkenin endüstrilerinin gelişmişlik düzeylerinden, faktör donanımlarından, teknolojik düzeylerinden, makroekonomik ortamından, alt yapı ve kurumsal yapıdan ve daha birçok özellik,

olanak ve yeteneklerinden etkilendiği ve bu makro faktörlerin firmaların rekabet güçlerinin oluşmasında önemli bir yere sahip oldukları bilinmektedir.

### ***Rekabet Gücünün Ölçülmesi***

Bir ülkenin diğer ülke veya ülke gruplarına karşı karşılaştırmalı üstünlüklerinin hesaplanması yönünde ilk adım Liesner (1958) tarafından atılmış olmasına karşın, en yaygın kullanılan yöntem Balassa'nın Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler/ Revealed Comparative Advantage (AKÜ-RCA) indeksidir. Balassa (1965), AKÜ yöntemi ile bir ülkenin karşılaştırmalı üstünlüğünü ticaret sonrası verilerden hesaplamaktadır. Balassa, bir ülkenin belli bir mal ya da endüstride karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olup olmadığını ölçmek için, bu mal ya da endüstrinin toplam dünya ihracatındaki payının, ülkenin toplam ihracatındaki payına oranını veren bir indeks oluşturmuştur. Balassa tarafından formüle edilen orijinal Balassa RCA indeksi Balassa (1965) aşağıdaki gibidir;

$$RCA_{ij} = (x_{ij} / X_j) / (x_{iw} / X_w) \quad (1)$$

Burada  $RCA_{ij}$ , j ülkesinin i malı için açıklanmış karşılaştırmalı üstünlükler indeksini göstermektedir.

Vollrath (1991), Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler (AKÜ) yöntemini ülke ithalatını da hesaba alarak aşağıda belirtildiği şekilde formüle etmiştir. Söz konusu formüle göre i ülkesinin j malında;

$$AKÜ = [\ln (X_{ij} / X_{it}) - \ln [(M_{ij} / M_{it})]$$

$$AKÜ = \ln ((X_{ij} / X_{it}) / (M_{ij} / M_{it}))$$

Şeklinde ifade edilmektedir.

Söz konusu formülde yer alan bulunan semboller aşağıda açıklanmıştır:

- i.  $X_{ij}$ : j malının toplam ihracatı,
- ii.  $X_{it}$ : Ülke toplam ihracatı
- iii.  $M_{ij}$ : Ülkenin j malının toplam ithalatı
- iv.  $M_{it}$ : Ülkenin toplam ithalatı

Belirtilen formül uyarınca, bir mala (sektör) yönelik rekabet gücü; o malın (sektörün) ihracatının ülkedeki toplam ihracata oranının, o malın (sektörün) ithalatının ülkedeki toplam ithalata oranının doğal logaritmasına eşit olur. AKÜ değerinin daha hassas olarak ölçebilmesi ve bir endeks şeklinde ifade edebilmesi adına eşitliğin sağ tarafı 100 ile çarpıldığı takdirde, formül aşağıda belirtilen duruma gelmektedir (Adıgüzel, 2016):

$$AKÜ = (\ln [(X_j / X_t) / (M_j / M_t)]) * 100$$

Bu çerçevede, AKÜ değerleri dikkate alınarak bir sektörün rekabet etme gücünün aşağıdaki şekilde değerlendirilmesi mümkündür (Adıgüzel, 2016):

- i.  $AKÜ > +50$  : Mal/sektör yüksek rekabet gücüne sahip,
- ii.  $-50 < AKÜ < +50$ : Mal/sektör sınırlı rekabet gücüne sahip,

iii. AKÜ< -50 : Mal/ sektör düşük rekabet gücüne sahip.

## **YÖNTEM**

### ***Veri***

Çalışmada Türkiye'nin EİT'i ve rekabet gücü ilişkisi, Türkiye'nin dış ticaretinin uluslararası Harmonize Sistem (HS) bağlamında sınıflandırılmış 97 fasıl altında irdelenmiştir. Veriler, Dünya Ticaret Örgütü'nün resmi sitesi olan Tredemap.org'dan alınarak kullanılmıştır.

### **Araştırmanın Yöntemi**

Çalışmanın ikinci bölümünde bahsedildiği üzere, Endüstri İçi Ticaretin ölçülmesinde çeşitli yöntemler mevcuttur. Türkiye'nin 2001, 2003, 2005, 2007, 2009, 2013, 2015, 2017, 2018, 2019 yıllarına ait; Endüstri İçi Ticareti statik Grubel-Lloyd endeksi yöntemi ile rekabet gücü ise, Vollrath'ın "Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler (AKÜ)" yöntemi ile hesaplanmıştır.

Türkiye'nin EİT oranları ve rekabet gücü verileri olan AKÜ değerlerinin hesaplanmasını takiben bu değişkenler arasındaki ilişki korelasyon analizi ve panel veri analizi yöntemleri ile ölçümlenmiştir.

## **BULGULAR**

### ***Endüstri İçi Ticaret ve Rekabet Gücü İlişkisinin İncelenmesi***

### ***Endüstri İçi Ticaret Hesaplamaları***

Türkiye'nin 2001-2019 arasında seçilmiş yıllardaki Grubel-Lloyd endeksi yöntemi ile hesaplanmış EİT Oranları Tablo 1' de yer almaktadır.

**Tablo 1. Türkiye'nin 2001-2019 arasında seçilmiş yıllardaki EİT Oranları**

| GTİP No | 2001  | 2003  | 2005  | 2007  | 2009  | 2013  | 2015  | 2017  | 2018  | 2019  |
|---------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 01      | 0,688 | 0,819 | 0,538 | 0,457 | 0,840 | 0,012 | 0,193 | 0,056 | 0,063 | 0,216 |
| 02      | 0,036 | 0,019 | 0,015 | 0,004 | 0,020 | 0,864 | 0,388 | 0,277 | 0,625 | 0,094 |
| 03      | 0,349 | 0,414 | 0,499 | 0,523 | 0,500 | 0,611 | 0,548 | 0,437 | 0,347 | 0,316 |
| 04      | 0,687 | 0,800 | 0,974 | 0,793 | 0,638 | 0,357 | 0,435 | 0,294 | 0,293 | 0,303 |
| 05      | 0,729 | 0,809 | 0,869 | 0,971 | 0,957 | 0,896 | 0,968 | 0,967 | 0,996 | 0,899 |
| 06      | 0,834 | 0,665 | 0,965 | 0,941 | 0,865 | 0,942 | 0,975 | 0,985 | 0,757 | 0,573 |
| 07      | 0,318 | 0,120 | 0,258 | 0,251 | 0,389 | 0,512 | 0,610 | 0,687 | 0,525 | 0,461 |
| 08      | 0,050 | 0,109 | 0,116 | 0,173 | 0,189 | 0,183 | 0,193 | 0,253 | 0,249 | 0,202 |
| 09      | 0,629 | 0,571 | 0,766 | 0,836 | 0,859 | 0,967 | 0,915 | 0,716 | 0,808 | 0,747 |
| 10      | 0,949 | 0,149 | 0,754 | 0,128 | 0,291 | 0,108 | 0,123 | 0,121 | 0,097 | 0,049 |
| 11      | 0,155 | 0,135 | 0,060 | 0,079 | 0,097 | 0,116 | 0,167 | 0,202 | 0,182 | 0,156 |
| 12      | 0,495 | 0,265 | 0,243 | 0,226 | 0,256 | 0,238 | 0,192 | 0,258 | 0,299 | 0,326 |
| 13      | 0,198 | 0,095 | 0,127 | 0,405 | 0,105 | 0,306 | 0,374 | 0,430 | 0,481 | 0,532 |
| 14      | 0,227 | 0,332 | 0,276 | 0,337 | 0,554 | 0,407 | 0,836 | 0,746 | 0,837 | 0,873 |
| 15      | 0,856 | 0,824 | 0,820 | 0,671 | 0,637 | 0,781 | 0,697 | 0,824 | 0,923 | 0,872 |
| 16      | 0,037 | 0,049 | 0,052 | 0,091 | 0,141 | 0,085 | 0,290 | 0,127 | 0,071 | 0,118 |
| 17      | 0,067 | 0,308 | 0,362 | 0,316 | 0,320 | 0,236 | 0,459 | 0,523 | 0,444 | 0,434 |
| 18      | 0,884 | 0,954 | 0,858 | 0,786 | 0,904 | 0,980 | 0,999 | 0,916 | 0,916 | 0,941 |
| 19      | 0,373 | 0,356 | 0,358 | 0,360 | 0,357 | 0,321 | 0,248 | 0,237 | 0,216 | 0,174 |
| 20      | 0,045 | 0,045 | 0,071 | 0,111 | 0,083 | 0,104 | 0,099 | 0,078 | 0,067 | 0,086 |
| 21      | 0,987 | 0,992 | 0,917 | 0,913 | 0,757 | 0,802 | 0,924 | 0,983 | 0,934 | 0,934 |
| 22      | 0,537 | 0,420 | 0,519 | 0,693 | 0,830 | 0,903 | 0,951 | 0,942 | 0,800 | 0,866 |
| 23      | 0,308 | 0,129 | 0,087 | 0,040 | 0,212 | 0,112 | 0,180 | 0,213 | 0,284 | 0,250 |
| 24      | 0,788 | 0,719 | 0,637 | 0,639 | 0,691 | 0,748 | 0,739 | 0,718 | 0,752 | 0,759 |
| 25      | 0,328 | 0,356 | 0,382 | 0,421 | 0,214 | 0,304 | 0,296 | 0,279 | 0,313 | 0,260 |
| 26      | 0,888 | 0,733 | 0,826 | 0,897 | 0,844 | 0,996 | 0,940 | 0,892 | 0,981 | 1,000 |
| 27      | 0,101 | 0,156 | 0,221 | 0,264 | 0,232 | 0,216 | 0,213 | 0,208 | 0,186 | 0,302 |
| 28      | 0,746 | 0,606 | 0,647 | 0,637 | 0,718 | 0,828 | 0,947 | 0,954 | 0,914 | 0,835 |
| 29      | 0,175 | 0,163 | 0,135 | 0,171 | 0,188 | 0,180 | 0,183 | 0,217 | 0,191 | 0,194 |
| 30      | 0,210 | 0,163 | 0,181 | 0,184 | 0,190 | 0,215 | 0,339 | 0,329 | 0,424 | 0,430 |
| 31      | 0,131 | 0,098 | 0,095 | 0,156 | 0,147 | 0,255 | 0,194 | 0,214 | 0,343 | 0,475 |
| 32      | 0,316 | 0,274 | 0,345 | 0,379 | 0,503 | 0,490 | 0,547 | 0,511 | 0,564 | 0,606 |
| 33      | 0,521 | 0,600 | 0,652 | 0,647 | 0,665 | 0,685 | 0,774 | 0,777 | 0,813 | 0,895 |
| 34      | 0,786 | 0,852 | 0,908 | 0,995 | 0,892 | 0,971 | 0,946 | 0,939 | 0,943 | 0,988 |
| 35      | 0,217 | 0,229 | 0,255 | 0,290 | 0,340 | 0,432 | 0,547 | 0,594 | 0,593 | 0,658 |
| 36      | 0,916 | 0,707 | 0,782 | 0,573 | 0,577 | 0,515 | 0,709 | 0,648 | 0,488 | 0,629 |
| 37      | 0,098 | 0,088 | 0,068 | 0,087 | 0,099 | 0,137 | 0,148 | 0,183 | 0,165 | 0,185 |
| 38      | 0,234 | 0,228 | 0,249 | 0,308 | 0,357 | 0,340 | 0,421 | 0,413 | 0,462 | 0,528 |
| 39      | 0,521 | 0,445 | 0,458 | 0,490 | 0,616 | 0,534 | 0,608 | 0,584 | 0,637 | 0,701 |
| 40      | 0,886 | 0,945 | 0,911 | 0,918 | 0,971 | 0,871 | 0,923 | 0,916 | 0,997 | 0,944 |
| 41      | 0,277 | 0,230 | 0,312 | 0,329 | 0,480 | 0,322 | 0,774 | 0,895 | 0,884 | 0,981 |
| 42      | 0,288 | 0,456 | 0,912 | 0,930 | 0,977 | 0,934 | 0,799 | 0,996 | 0,864 | 0,743 |
| 43      | 0,968 | 0,825 | 0,700 | 0,821 | 0,658 | 0,574 | 0,431 | 0,440 | 0,402 | 0,439 |
| 44      | 0,789 | 0,600 | 0,478 | 0,565 | 0,822 | 0,628 | 0,630 | 0,805 | 0,999 | 0,629 |
| 45      | 0,091 | 0,097 | 0,106 | 0,129 | 0,156 | 0,174 | 0,201 | 0,217 | 0,206 | 0,228 |
| 46      | 0,125 | 0,152 | 0,094 | 0,092 | 0,099 | 0,097 | 0,567 | 0,245 | 0,293 | 0,257 |
| 47      | 0,001 | 0,007 | 0,007 | 0,007 | 0,033 | 0,088 | 0,064 | 0,045 | 0,058 | 0,237 |
| 48      | 0,556 | 0,498 | 0,496 | 0,517 | 0,624 | 0,629 | 0,613 | 0,702 | 0,768 | 0,834 |
| 49      | 0,450 | 0,500 | 0,528 | 0,655 | 0,797 | 0,689 | 0,710 | 0,724 | 0,917 | 0,903 |
| 50      | 0,342 | 0,487 | 0,270 | 0,153 | 0,221 | 0,147 | 0,129 | 0,186 | 0,150 | 0,182 |
| 51      | 0,696 | 0,561 | 0,610 | 0,653 | 0,663 | 0,616 | 0,693 | 0,707 | 0,702 | 0,592 |
| 52      | 0,940 | 0,756 | 0,724 | 0,726 | 0,757 | 0,695 | 0,859 | 0,729 | 0,843 | 0,776 |
| 53      | 0,138 | 0,251 | 0,244 | 0,285 | 0,225 | 0,174 | 0,159 | 0,184 | 0,289 | 0,279 |
| 54      | 0,907 | 0,852 | 0,888 | 0,887 | 0,927 | 0,838 | 0,855 | 0,805 | 0,855 | 0,824 |
| 55      | 0,924 | 0,893 | 0,917 | 0,715 | 0,769 | 0,702 | 0,813 | 0,799 | 0,858 | 0,863 |
| 56      | 0,777 | 0,747 | 0,807 | 0,704 | 0,759 | 0,985 | 0,839 | 0,734 | 0,608 | 0,578 |
| 57      | 0,328 | 0,312 | 0,355 | 0,325 | 0,233 | 0,216 | 0,098 | 0,053 | 0,046 | 0,042 |
| 58      | 0,563 | 0,824 | 0,600 | 0,520 | 0,455 | 0,547 | 0,572 | 0,608 | 0,598 | 0,675 |
| 59      | 0,715 | 0,739 | 0,882 | 0,825 | 0,933 | 0,987 | 0,972 | 0,916 | 0,934 | 0,924 |
| 60      | 0,474 | 0,583 | 0,460 | 0,362 | 0,381 | 0,548 | 0,462 | 0,498 | 0,415 | 0,407 |

|    |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |
|----|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 61 | 0,045 | 0,048 | 0,074 | 0,126 | 0,196 | 0,229 | 0,176 | 0,154 | 0,129 | 0,110 |
| 62 | 0,082 | 0,114 | 0,164 | 0,272 | 0,425 | 0,536 | 0,465 | 0,368 | 0,292 | 0,234 |
| 63 | 0,048 | 0,043 | 0,064 | 0,111 | 0,126 | 0,176 | 0,187 | 0,168 | 0,147 | 0,123 |
| 64 | 0,801 | 0,981 | 0,687 | 0,714 | 0,698 | 0,672 | 0,915 | 0,938 | 0,825 | 0,692 |
| 65 | 0,987 | 0,841 | 0,609 | 0,526 | 0,551 | 0,486 | 0,642 | 0,766 | 0,999 | 0,767 |
| 66 | 0,259 | 0,633 | 0,654 | 0,936 | 0,558 | 0,405 | 0,200 | 0,384 | 0,877 | 0,837 |
| 67 | 0,081 | 0,076 | 0,049 | 0,047 | 0,059 | 0,052 | 0,094 | 0,144 | 0,195 | 0,269 |
| 68 | 0,578 | 0,487 | 0,495 | 0,518 | 0,524 | 0,652 | 0,594 | 0,603 | 0,514 | 0,411 |
| 69 | 0,333 | 0,365 | 0,510 | 0,642 | 0,578 | 0,677 | 0,735 | 0,519 | 0,482 | 0,410 |
| 70 | 0,485 | 0,623 | 0,824 | 0,854 | 0,723 | 0,838 | 0,856 | 0,959 | 0,895 | 0,772 |
| 71 | 0,611 | 0,453 | 0,478 | 0,615 | 0,505 | 0,695 | 0,542 | 0,768 | 0,727 | 0,710 |
| 72 | 0,930 | 0,769 | 0,689 | 0,682 | 0,805 | 0,709 | 0,615 | 0,659 | 0,771 | 0,807 |
| 73 | 0,928 | 0,746 | 0,605 | 0,616 | 0,503 | 0,610 | 0,668 | 0,691 | 0,604 | 0,538 |
| 74 | 0,773 | 0,592 | 0,519 | 0,437 | 0,462 | 0,505 | 0,563 | 0,605 | 0,698 | 0,684 |
| 75 | 0,064 | 0,050 | 0,054 | 0,099 | 0,095 | 0,086 | 0,122 | 0,419 | 0,495 | 0,278 |
| 76 | 0,869 | 0,820 | 0,831 | 0,815 | 0,932 | 0,824 | 0,831 | 0,840 | 0,872 | 0,950 |
| 78 | 0,193 | 0,058 | 0,081 | 0,037 | 0,061 | 0,065 | 0,166 | 0,154 | 0,128 | 0,147 |
| 79 | 0,168 | 0,082 | 0,081 | 0,048 | 0,082 | 0,066 | 0,078 | 0,053 | 0,037 | 0,029 |
| 80 | 0,057 | 0,021 | 0,050 | 0,146 | 0,037 | 0,055 | 0,044 | 0,049 | 0,056 | 0,068 |
| 81 | 0,214 | 0,147 | 0,124 | 0,110 | 0,137 | 0,219 | 0,120 | 0,247 | 0,252 | 0,316 |
| 82 | 0,372 | 0,374 | 0,323 | 0,409 | 0,449 | 0,372 | 0,515 | 0,566 | 0,584 | 0,651 |
| 83 | 0,821 | 0,809 | 0,817 | 0,902 | 0,996 | 0,934 | 0,954 | 0,991 | 0,923 | 0,826 |
| 84 | 0,434 | 0,451 | 0,485 | 0,560 | 0,644 | 0,598 | 0,651 | 0,675 | 0,761 | 0,866 |
| 85 | 0,767 | 0,773 | 0,719 | 0,717 | 0,703 | 0,690 | 0,639 | 0,553 | 0,690 | 0,736 |
| 86 | 0,321 | 0,506 | 0,543 | 0,208 | 0,208 | 0,267 | 0,412 | 0,339 | 0,599 | 0,863 |
| 87 | 0,878 | 0,990 | 0,951 | 0,876 | 0,846 | 0,958 | 0,998 | 0,843 | 0,684 | 0,538 |
| 88 | 0,646 | 0,513 | 0,896 | 0,633 | 0,428 | 0,161 | 0,305 | 0,729 | 0,524 | 0,464 |
| 89 | 0,628 | 0,551 | 0,965 | 0,563 | 0,794 | 0,915 | 0,696 | 0,656 | 0,982 | 0,981 |
| 90 | 0,139 | 0,161 | 0,136 | 0,183 | 0,209 | 0,196 | 0,271 | 0,279 | 0,312 | 0,352 |
| 91 | 0,185 | 0,139 | 0,096 | 0,127 | 0,151 | 0,113 | 0,209 | 0,278 | 0,320 | 0,275 |
| 92 | 0,536 | 0,436 | 0,402 | 0,460 | 0,446 | 0,362 | 0,423 | 0,433 | 0,501 | 0,510 |
| 93 | 0,259 | 0,821 | 0,844 | 0,544 | 0,892 | 0,681 | 0,593 | 0,910 | 0,905 | 0,738 |
| 94 | 0,824 | 0,566 | 0,712 | 0,801 | 0,664 | 0,794 | 0,667 | 0,511 | 0,424 | 0,346 |
| 95 | 0,357 | 0,298 | 0,204 | 0,246 | 0,268 | 0,221 | 0,333 | 0,341 | 0,465 | 0,687 |
| 96 | 0,480 | 0,443 | 0,425 | 0,476 | 0,536 | 0,448 | 0,697 | 0,751 | 0,679 | 0,615 |
| 97 | 0,492 | 0,164 | 0,120 | 0,078 | 0,264 | 0,199 | 0,208 | 0,443 | 0,885 | 0,810 |
| 99 | 0,200 | 0,324 | 0,716 | 0,936 | 0,779 | 0,608 | 0,868 | 0,944 | 0,828 | 0,723 |

Tablo 1’ de görüldüğü gibi 2019 yılındaki EİT oranları; GTİP; 18, 21, 26, 33, 40, 41, 49, 59, 76, 89 Fasıllarında 0,9’un üzerinde değerler olarak yüksek EİT gerçekleşirken, GTİP; 10, 11, 16, 19, 20, 29, 37, 50, 61, 63, 78, 79, 80 Fasıllarında 0,2’nin altında değerlerle düşük EİT söz konusudur.

### ***Türkiye 2001-2019 AKÜ Değerleri Hesaplamaları***

Türkiye’nin 2001-2019 arasında seçilmiş yıllardaki Vollrath (1991) Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler yöntemi ile hesaplanan AKÜ Değerleri Tablo 2’ de yer almaktadır.

**Tablo 2. Türkiye'nin 2001-2019 arasında seçilmiş yıllardaki AKÜ Değerleri**

| GTİP No | 2001    | 2003    | 2005    | 2007    | 2009    | 2011    | 2013    | 2015    | 2017    | 2018    | 2019    |
|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| 01      | 92,43   | -280,79 | -53,62  | -75,70  | -0,14   | -452,90 | -274,22 | -187,18 | -315,60 | -313,38 | -195,43 |
| 02      | 428,75  | 502,24  | 533,65  | 663,37  | 489,46  | 30,49   | 369,68  | 179,03  | 222,50  | 107,17  | 316,69  |
| 03      | 183,32  | 172,51  | 156,37  | 149,96  | 142,15  | 140,08  | 153,46  | 133,94  | 167,15  | 184,40  | 183,28  |
| 04      | 92,52   | 78,80   | 51,59   | 88,10   | 108,03  | 210,58  | 192,65  | 164,61  | 215,50  | 204,50  | 188,11  |
| 05      | 83,44   | 77,11   | 72,59   | 51,96   | 40,71   | 37,09   | 78,23   | 42,87   | 33,26   | 29,11   | 36,25   |
| 06      | 61,27   | 107,95  | 53,23   | 34,36   | 59,43   | 69,64   | 32,19   | 31,51   | 42,79   | 77,95   | 107,28  |
| 07      | 194,43  | 313,91  | 237,53  | 240,22  | 174,38  | 164,66  | 166,54  | 118,96  | 104,55  | 131,74  | 136,58  |
| 08      | 393,58  | 323,57  | 324,88  | 281,92  | 258,46  | 287,55  | 274,45  | 260,30  | 233,15  | 223,50  | 234,83  |
| 09      | 105,80  | 130,16  | 94,00   | 79,12   | 60,67   | 51,37   | 58,78   | 19,45   | -18,51  | -10,40  | -35,69  |
| 10      | 17,68   | -213,45 | -3,97   | -222,11 | -144,88 | -228,51 | -192,72 | -236,44 | -234,02 | -269,59 | -352,49 |
| 11      | 275,34  | 300,69  | 393,66  | 365,04  | 329,80  | 336,97  | 297,22  | 275,98  | 258,33  | 258,68  | 262,90  |
| 12      | -83,31  | -149,42 | -151,39 | -160,18 | -159,78 | -142,02 | -128,13 | -187,85 | -151,13 | -145,57 | -147,67 |
| 13      | -192,72 | -261,39 | -222,79 | -90,95  | -257,25 | -113,07 | -93,34  | -110,43 | -89,76  | -86,61  | -85,48  |
| 14      | 233,37  | 199,73  | 229,71  | 205,78  | 128,00  | 194,42  | 119,13  | 69,54   | 91,66   | 61,19   | 41,53   |
| 15      | -1,14   | 2,83    | 9,91    | -22,29  | -43,95  | 13,39   | 25,05   | -26,16  | 4,20    | 13,02   | -9,82   |
| 16      | 425,84  | 406,55  | 408,06  | 350,22  | 290,02  | 369,99  | 346,00  | 214,11  | 308,53  | 358,33  | 292,63  |
| 17      | 363,69  | 208,53  | 197,37  | 213,22  | 198,05  | 259,06  | 228,44  | 157,72  | 143,60  | 153,79  | 144,29  |
| 18      | 51,07   | 29,16   | 74,89   | 89,45   | 51,52   | 62,04   | 68,44   | 36,36   | 22,99   | 45,30   | 27,80   |
| 19      | 175,00  | 191,31  | 198,59  | 197,71  | 184,77  | 223,39  | 244,52  | 232,06  | 240,48  | 239,34  | 250,94  |
| 20      | 405,97  | 414,50  | 377,03  | 329,79  | 346,58  | 348,64  | 352,30  | 331,66  | 360,86  | 363,88  | 326,62  |
| 21      | 30,41   | 39,94   | 29,72   | 63,61   | 81,85   | 98,18   | 85,07   | 51,82   | 43,14   | 41,65   | 29,24   |
| 22      | 128,19  | 170,87  | 151,11  | 109,51  | 66,52   | 77,41   | 61,24   | 46,39   | 51,49   | 68,99   | 42,87   |
| 23      | -142,62 | #BAŞV!  | -263,31 | -343,37 | -181,19 | -224,16 | -155,05 | -194,69 | -173,12 | -151,66 | -178,78 |
| 24      | 70,87   | 96,19   | 122,49  | 121,73  | 96,01   | 109,51  | 108,65  | 90,03   | 97,90   | 79,04   | 65,04   |
| 25      | 190,90  | 191,46  | 190,59  | 178,27  | 244,25  | 229,82  | 243,74  | 211,40  | 221,87  | 196,76  | 205,88  |
| 26      | 5,33    | -16,40  | 11,13   | 66,72   | 0,67    | 57,09   | 84,99   | 48,42   | 61,48   | 32,15   | 15,99   |
| 27      | -265,28 | -208,54 | -162,21 | -142,35 | -170,97 | -153,38 | -161,26 | -176,03 | -175,33 | -199,31 | -156,87 |
| 28      | -24,04  | -45,01  | -27,41  | -29,92  | -25,74  | 23,19   | 22,15   | 25,88   | 30,65   | 45,70   | 49,17   |
| 29      | -206,74 | -203,72 | -216,37 | -190,70 | -194,10 | -173,23 | -167,82 | -193,26 | -170,54 | -196,21 | -207,17 |
| 30      | -186,41 | -203,72 | -184,68 | -182,64 | -193,05 | -153,52 | -120,01 | -122,28 | -122,76 | -103,02 | -113,64 |
| 31      | -237,62 | -257,93 | -253,28 | -200,95 | -221,48 | -134,49 | -221,24 | -186,56 | -172,56 | -129,15 | -100,66 |
| 32      | -139,28 | -145,59 | -110,36 | -99,26  | -76,87  | -54,57  | -43,91  | -61,20  | -67,15  | -64,99  | -67,40  |
| 33      | -76,59  | -46,36  | -26,28  | -27,64  | -37,51  | -7,16   | 2,48    | -9,53   | -5,56   | -9,36   | -5,17   |
| 34      | 71,40   | 68,19   | 64,85   | 47,04   | 53,89   | 52,18   | 55,56   | 47,30   | 27,61   | 16,95   | 13,63   |
| 35      | -182,62 | -166,43 | -145,99 | -131,45 | -126,32 | -71,10  | -47,90  | -61,15  | -46,22  | -57,99  | -55,33  |
| 36      | 44,69   | 98,81   | 2,12    | -45,19  | -58,03  | -48,07  | -32,85  | -23,34  | -33,73  | -84,73  | -62,05  |
| 37      | -268,33 | -268,94 | -288,27 | -262,65 | -263,46 | -203,02 | -159,52 | -216,25 | -189,95 | -212,56 | -212,50 |
| 38      | -174,10 | -166,75 | -148,74 | -124,15 | -120,39 | -100,60 | -83,69  | -95,70  | -94,71  | -91,80  | -86,66  |
| 39      | -76,56  | -86,76  | -75,02  | -66,37  | -48,67  | -43,07  | -40,07  | -46,33  | -48,68  | -47,74  | -45,71  |
| 40      | 50,72   | 27,27   | 28,53   | 29,68   | 26,45   | 31,99   | 29,54   | 21,13   | 23,01   | 29,07   | 27,20   |
| 41      | -155,12 | -165,75 | -122,54 | -116,32 | -83,18  | -107,11 | -72,71  | -9,52   | 18,66   | 5,05    | 12,07   |
| 42      | 206,09  | 160,25  | 64,07   | 32,12   | 27,55   | 44,72   | 24,35   | -4,30   | 40,54   | 55,70   | 68,57   |
| 43      | 34,21   | 73,67   | 108,30  | 82,22   | 103,36  | 149,03  | 139,93  | 165,61  | 166,43  | 166,33  | 142,66  |
| 44      | -15,00  | -46,41  | -69,60  | -47,21  | -3,88   | -20,29  | -26,36  | -41,10  | 0,29    | 28,24   | 93,93   |
| 45      | -276,25 | -258,96 | -241,75 | -221,68 | -214,91 | -177,10 | -191,92 | -182,44 | -170,78 | -188,07 | -189,11 |
| 46      | -242,77 | -211,22 | -254,36 | -257,24 | -262,86 | -239,67 | -190,64 | -56,24  | -156,93 | -147,75 | -175,43 |
| 47      | -721,41 | -530,04 | -522,98 | -517,30 | -376,64 | -249,68 | -259,59 | -304,98 | -337,47 | -322,53 | -184,77 |
| 48      | -67,63  | -71,97  | -64,68  | -59,24  | -46,82  | -19,93  | -49,17  | -45,22  | -21,66  | -18,78  | -17,67  |
| 49      | -95,92  | -71,55  | -56,18  | -25,86  | -8,93   | -6,46   | -11,90  | -23,32  | -16,91  | 11,83   | -3,46   |
| 50      | -130,14 | -75,13  | -139,45 | -202,71 | -176,21 | -195,57 | -206,18 | -230,87 | -187,84 | -222,83 | -213,95 |
| 51      | -34,91  | -55,97  | -35,97  | -26,41  | -37,86  | -22,92  | -9,59   | -26,90  | -20,65  | -33,16  | -70,71  |
| 52      | 15,84   | -11,48  | -10,36  | -10,23  | -17,38  | -5,04   | 6,71    | 8,01    | -15,78  | -3,32   | -29,71  |
| 53      | -232,64 | -155,80 | -151,27 | -133,42 | -174,28 | -177,32 | -178,32 | -208,24 | -189,22 | -149,40 | -166,00 |
| 54      | 9,23    | 8,52    | 23,84   | 23,39   | 17,62   | 25,21   | 29,30   | 7,19    | 0,24    | -0,76   | -19,59  |
| 55      | 43,08   | 16,80   | 29,68   | -12,59  | -14,92  | -3,47   | 5,16    | -1,27   | -0,99   | -0,20   | -11,63  |
| 56      | -17,44  | -13,27  | 7,27    | -15,03  | -17,07  | 54,91   | 77,65   | 68,98   | 94,29   | 111,10  | 105,98  |
| 57      | 190,71  | 207,06  | 199,59  | 209,90  | 235,01  | 269,01  | 297,82  | 333,09  | 399,93  | 403,72  | 401,35  |
| 58      | 121,56  | 73,84   | 131,06  | 150,57  | 154,35  | 155,76  | 161,91  | 128,05  | 122,73  | 113,49  | 83,37   |
| 59      | 86,56   | 91,87   | 69,98   | 81,50   | 45,56   | 55,26   | 48,19   | 30,85   | 23,01   | 15,23   | 0,69    |
| 60      | 144,72  | 127,12  | 167,15  | 197,12  | 176,81  | 155,49  | 183,13  | 156,74  | 150,34  | 162,32  | 152,39  |
| 61      | 405,10  | 409,22  | 372,44  | 316,10  | 254,10  | 262,46  | 279,02  | 270,53  | 288,46  | 296,18  | 300,47  |
| 62      | 342,90  | 319,15  | 288,09  | 230,87  | 163,32  | 158,55  | 162,63  | 156,01  | 188,68  | 205,18  | 218,22  |
| 63      | 397,39  | 421,11  | 387,39  | 329,87  | 302,14  | 291,58  | 307,82  | 263,43  | 278,54  | 282,08  | 288,45  |
| 64      | 68,23   | 34,47   | -18,53  | -12,66  | -30,06  | -10,10  | 18,85   | 19,51   | 52,30   | 63,82   | 79,63   |
| 65      | 25,22   | 6,34    | -36,16  | -56,98  | -64,40  | -55,61  | -28,77  | -38,31  | -7,96   | 28,60   | 63,36   |

|    |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |
|----|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| 66 | -162,60 | -38,70  | -25,82  | 33,17   | -62,70  | -79,03  | -127,55 | -183,50 | -103,87 | 3,72    | -17,00  |
| 67 | -288,37 | -285,11 | -322,40 | -327,04 | -317,01 | -303,92 | -221,33 | -265,00 | -215,67 | -194,22 | -170,43 |
| 68 | 118,00  | 151,81  | 157,40  | 151,21  | 135,63  | 130,62  | 136,73  | 122,63  | 123,81  | 134,47  | 151,27  |
| 69 | 189,00  | 188,23  | 153,46  | 121,07  | 122,28  | 124,91  | 124,65  | 90,80   | 144,69  | 143,10  | 151,50  |
| 70 | 141,78  | 117,65  | 81,94   | 75,51   | 89,12   | 90,68   | 70,08   | 65,43   | 47,93   | 49,55   | 62,32   |
| 71 | -54,24  | -84,46  | -69,62  | -35,06  | 140,68  | -5,08   | -33,59  | 135,54  | -7,38   | -27,62  | -43,77  |
| 72 | 41,97   | -8,60   | -17,94  | -19,82  | -7,40   | -1,90   | -12,81  | -44,75  | -31,30  | -18,22  | -23,07  |
| 73 | 42,28   | 90,31   | 129,86  | 127,10  | 141,33  | 140,37  | 130,72  | 105,47  | 103,65  | 112,24  | 115,96  |
| 74 | -18,30  | -48,26  | -58,52  | -81,49  | -87,97  | -50,57  | -42,94  | -57,24  | -43,79  | -33,93  | -49,50  |
| 75 | -312,44 | -328,75 | -312,61 | -249,23 | -268,13 | -252,53 | -156,77 | -237,32 | -92,95  | -82,94  | -166,48 |
| 76 | 1,49    | 2,02    | 12,18   | 8,71    | 18,64   | 22,48   | 19,10   | 2,39    | 7,55    | 2,69    | 6,01    |
| 78 | -195,87 | -312,98 | -270,31 | -352,26 | -312,98 | -280,64 | -226,24 | -203,53 | -208,60 | -240,15 | -237,31 |
| 79 | -210,90 | -276,63 | -270,64 | -325,49 | -282,47 | -280,00 | -278,54 | -283,32 | -321,19 | -369,51 | -406,61 |
| 80 | -325,82 | -416,48 | -319,67 | -208,35 | -364,65 | -299,21 | -311,83 | -342,15 | -327,93 | -326,06 | -318,73 |
| 81 | -184,30 | -215,22 | -225,42 | -238,43 | -228,50 | -151,46 | -172,44 | -238,75 | -156,03 | -165,12 | -151,25 |
| 82 | -119,65 | -108,67 | -118,44 | -89,69  | -91,73  | -89,77  | -79,05  | -69,46  | -53,06  | -60,10  | -56,97  |
| 83 | -8,31   | -0,40   | 9,30    | 26,37   | 32,99   | 44,74   | 47,46   | 27,39   | 38,03   | 43,88   | 51,02   |
| 84 | -100,59 | -85,18  | -67,65  | -48,32  | -42,32  | -27,27  | -33,68  | -36,37  | -27,71  | -20,36  | -10,93  |
| 85 | -19,70  | -7,94   | -11,44  | -12,21  | -29,14  | -6,08   | -11,54  | -39,12  | -56,29  | -35,77  | -38,15  |
| 86 | -137,70 | -70,04  | -52,48  | -169,19 | -183,31 | -128,91 | -65,26  | -98,32  | -119,16 | -56,52  | -11,72  |
| 87 | 52,40   | 36,26   | 36,51   | 70,99   | 63,30   | 49,58   | 51,69   | 36,04   | 71,58   | 93,92   | 115,84  |
| 88 | 101,97  | 144,72  | 25,44   | -30,80  | -97,87  | -185,80 | -73,14  | -135,08 | -15,78  | -75,07  | -103,66 |
| 89 | -50,19  | 134,96  | 53,41   | 139,85  | 73,98   | 40,92   | 74,32   | 99,23   | -31,86  | 32,08   | 12,21   |
| 90 | -231,72 | -205,23 | -215,53 | -183,62 | -182,38 | -163,83 | -142,56 | -148,75 | -142,29 | -140,57 | -138,50 |
| 91 | -200,65 | -221,01 | -252,21 | -223,12 | -218,66 | -223,20 | -201,47 | -178,37 | -142,42 | -137,42 | -167,73 |
| 92 | -72,71  | -89,38  | -91,65  | -74,70  | -92,76  | -92,93  | -89,48  | -95,18  | -88,65  | -81,21  | -91,19  |
| 93 | -162,82 | 2,18    | 14,93   | 144,49  | 53,84   | 124,06  | 132,89  | 122,92  | 57,91   | 9,29    | 69,50   |
| 94 | 63,42   | 131,39  | 105,55  | 86,51   | 102,08  | 99,75   | 114,54  | 105,84  | 146,83  | 159,55  | 172,23  |
| 95 | -124,75 | -135,80 | -171,40 | -150,21 | -154,49 | -150,59 | -125,83 | -124,40 | -118,43 | -91,15  | -48,93  |
| 96 | -87,52  | -87,41  | -84,54  | -70,31  | -68,36  | -66,22  | 113,78  | 99,06   | 90,71   | 95,03   | 97,24   |
| 97 | -84,28  | -203,32 | -228,61 | -274,70 | -155,96 | -162,15 | -69,81  | -178,78 | -85,96  | 5,33    | 54,37   |
| 99 | -192,02 | -125,90 | 104,73  | 33,16   | -12,77  | -24,87  | 36,76   | 63,04   | 51,02   | -6,31   | 72,92   |

Tablo 2’de görüldüğü gibi, 2019 yılındaki AKÜ değerleri irdelendiğinde rekabet gücünün en yüksek olduğu fasıllar, GTİP; 2, 3, 4, 8, 11, 16,19, 20, 25, 57, 61, 62, 63, 94 olurken rekabet gücünün en düşük olduğu fasıllar, GTİP; 1, 10, 23, 27, 29, 37, 50, 67, 75, 78, 79, 80, 91 olmuştur.

## SONUÇ

### *Korelasyon Analizi*

Korelasyon Analizi, iki niceliksel ölçüm arasında doğrusal bir ilişkinin varlığını ve bu ilişkinin yönünün ve derecesinin ne olduğunu tespit etmek için kullanılan bir istatistiksel yöntemdir. Verilerin normal dağılıma sahip olması durumunda Pearson korelasyon katsayısı, verilerin normal dağılmadığı durumda ise Spearman Rank korelasyon katsayısı tercih edilir (Ersöz ve Ersöz: 2020).

Korelasyon katsayısı negatif ise iki değişken arasında ters ilişki vardır, yani "değişkenlerden biri artarken diğeri azalmaktadır" denilir. Korelasyon katsayısı pozitif ise "değişkenlerden biri artarken diğeri de artmaktadır" yorumu yapılır.

$r < 0.2$  ise çok zayıf ilişki yada korelasyon yoktur

0.2-0.4 arasında ise zayıf korelasyon vardır

0.4-0.6 arasında ise orta şiddette korelasyon vardır

0.6-0.8 arasında ise yüksek korelasyon vardır

0.8> ise çok yüksek korelasyon olduğu yorumu yapılır.

Çalışmamız bağlamında EİT ve AKÜ Değerlerinin dikkate alınarak, Gümrük Tarife İstatistik Pozisyonunun (GTİP) 97 Faslı için bulunan korelasyon değerleri Tablo 3 ve Tablo 4'te görülmektedir.

**Tablo 3.** Türkiye'nin 2001-2019 Yılları Arasında, Sektörler Bazında EİT ve AKÜ Arasındaki Pozitif Korelasyonlar

| EİT ve AKÜ Arasında Pozitif ilişki |         |           |           |           |         |
|------------------------------------|---------|-----------|-----------|-----------|---------|
| Sektörler                          | r > 0.8 | 0.8 - 0.6 | 0.6 - 0.4 | 0.4 - 0.2 | r < 0.2 |
| 1                                  |         | 0.659     |           |           |         |
| 2                                  | 0.879   |           |           |           |         |
| 10                                 | 0.867   |           |           |           |         |
| 12                                 |         | 0.721     |           |           |         |
| 13                                 | 0.988   |           |           |           |         |
| 15                                 |         | 0.744     |           |           |         |
| 24                                 | 0.854   |           |           |           |         |
| 25                                 |         | 0.785     |           |           |         |
| 26                                 |         | 0.617     |           |           |         |
| 27                                 | 0.927   |           |           |           |         |
| 28                                 | 0.891   |           |           |           |         |
| 29                                 |         | 0.618     |           |           |         |
| 30                                 | 0.855   |           |           |           |         |
| 31                                 | 0.922   |           |           |           |         |
| 32                                 | 0.898   |           |           |           |         |
| 33                                 | 0.82    |           |           |           |         |
| 35                                 | 0.903   |           |           |           |         |
| 36                                 |         | 0.695     |           |           |         |
| 37                                 |         | 0.794     |           |           |         |
| 38                                 |         | 0.794     |           |           |         |
| 39                                 |         | 0.745     |           |           |         |
| 41                                 | 0.927   |           |           |           |         |
| 44                                 |         | 0.782     |           |           |         |
| 45                                 | 0.948   |           |           |           |         |
| 46                                 | 0.941   |           |           |           |         |
| 47                                 |         | 0.771     |           |           |         |
| 48                                 | 0.951   |           |           |           |         |
| 49                                 | 0.964   |           |           |           |         |
| 50                                 | 0.973   |           |           |           |         |
| 51                                 |         |           | 0.539     |           |         |
| 52                                 |         |           | 0.545     |           |         |
| 53                                 | 0.907   |           |           |           |         |
| 54                                 |         |           | 0.5       |           |         |
| 55                                 |         | 0.687     |           |           |         |
| 65                                 |         | 0.778     |           |           |         |
| 66                                 | 0.98    |           |           |           |         |
| 67                                 | 0.867   |           |           |           |         |
| 70                                 | 0.954   |           |           |           |         |
| 71                                 |         |           |           | 0.37      |         |
| 72                                 |         | 0.673     |           |           |         |
| 74                                 |         | 0.858     |           |           |         |
| 75                                 |         | 0.879     |           |           |         |
| 78                                 |         | 0.862     |           |           |         |
| 79                                 | 0.906   |           |           |           |         |
| 80                                 |         | 0.867     |           |           |         |
| 81                                 | 0.97    |           |           |           |         |
| 82                                 |         | 0.886     |           |           |         |
| 83                                 |         |           | 0.565     |           |         |
| 84                                 | 0.93    |           |           |           |         |
| 85                                 |         | 0.754     |           |           |         |
| 86                                 |         | 0.855     |           |           |         |
| 88                                 |         |           | 0.499     |           |         |
| 90                                 | 0.952   |           |           |           |         |
| 91                                 | 0.941   |           |           |           |         |
| 92                                 |         |           | 0.539     |           |         |
| 93                                 |         |           |           | 0.328     |         |
| 95                                 |         | 0.879     |           |           |         |
| 96                                 |         |           | 0.467     |           |         |
| 97                                 | 0.9     |           |           |           |         |
| 99                                 |         | 0.82      |           |           |         |



**Tablo 4.** Türkiye'nin 2001-2019 Yılları Arasında, Sektörler Bazında EİT ve AKÜ Arasındaki Negatif Korelasyonlar

| EİT ve AKÜ Arasında Negatif ilişki |         |           |           |           |         |
|------------------------------------|---------|-----------|-----------|-----------|---------|
| Sektörler                          | r > 0.8 | 0.8 - 0.6 | 0.6 - 0.4 | 0.4 - 0.2 | r < 0.2 |
| 3                                  | -0.88   |           |           |           |         |
| 4                                  | -0.986  |           |           |           |         |
| 5                                  | -0.824  |           |           |           |         |
| 6                                  | -0.952  |           |           |           |         |
| 7                                  | -0.957  |           |           |           |         |
| 8                                  | -0.976  |           |           |           |         |
| 9                                  |         |           |           |           |         |
| 11                                 | -0.95   |           |           | -0.323    |         |
| 14                                 | -0.957  |           |           |           |         |
| 16                                 | -0.937  |           |           |           |         |
| 17                                 | -0.961  |           |           |           |         |
| 18                                 |         | -0.645    |           |           |         |
| 19                                 | -0.818  |           |           |           |         |
| 20                                 | -0.897  |           |           |           |         |
| 21                                 |         | -0.638    |           |           |         |
| 22                                 | -0.927  |           |           |           |         |
| 23                                 |         |           |           |           |         |
| 34                                 |         | -0.66     |           |           |         |
| 40                                 |         |           |           | -0.394    |         |
| 42                                 |         | -0.648    |           |           |         |
| 43                                 | -0.981  |           |           |           |         |
| 56                                 |         |           |           | -0.21     |         |
| 57                                 | -0.981  |           |           |           |         |
| 58                                 | -0.806  |           |           |           |         |
| 59                                 |         | -0.771    |           |           |         |
| 60                                 |         |           | -0.561    |           |         |
| 61                                 | -0.913  |           |           |           |         |
| 62                                 | -0.947  |           |           |           |         |
| 63                                 | -0.934  |           |           |           |         |
| 64                                 |         |           |           | -0.333    |         |
| 68                                 |         | -0.692    |           |           |         |
| 69                                 | -0.945  |           |           |           |         |
| 70                                 | 0.954   |           |           |           |         |
| 73                                 | -0.943  |           |           |           |         |
| 76                                 |         |           |           |           | -0.073  |
| 87                                 | -0.976  |           |           |           |         |
| 89                                 |         |           |           | -0.24     |         |
| 94                                 | -0.937  |           |           |           |         |

Tablo 3’de hangi sektörlerde EİT ve AKÜ değerleri arasındaki ilişkinin en yüksek olduğu, Tablo 4’de ise, hangi sektörde EİT ve AKÜ değerleri arasındaki ilişkinin en düşük olduğu görülmektedir. Tablo 3’ün ilk sütununda yer alan GTİP fasıllarında  $r > 0.8$  ve pozitif olup çok yüksek pozitif korelasyon saptanmıştır. Tablo 4’ün ilk sütununda yer alan GTİP fasıllarında ise  $r > 0.8$  ve negatif olup çok yüksek negatif korelasyon vardır. Ancak uygulanan bu korelasyon analizinde yıl etkisi analize dahil değildir. Dolayısıyla sonuçlar yanıltıcı olabilir (Baltagi, 2005). Bunun önüne geçmek için zaman etkisini de içeren panel veri analiz yöntemleri uygulanmıştır.

#### ***Panel Veri Analizi***

Yıllar bazında hem EİT ve AKÜ arasındaki ilişkiyi hem de sektör etkilerini belirlemek için panel veri analizi kullanılmıştır. Burada ilk aşama parametre tahmininin “Sabit Etkiler” veya “Rassal Etkiler” yöntemlerinden hangisi ile yapılacağını belirlenmesidir (Tatoğlu: 2020). Bu amaçla çalışmada Hausman testi kullanılmıştır. Hausman testinde hipotezler:

$H_0$ : Rastasal etkiler mevcuttur.

$H_1$ : Rastasal etkiler yoktur. (Sabit etki mevcuttur) şeklindedir.

Hausman testinin ilk aşaması, Tablo 5'te gösterildiği gibi havuzlanmış OLS yöntemi ile modelin tahmin edilmesidir. Modelde EIT bağımsız, AKÜ ise bağımlı değişkendir.

**Tablo 5.** Havuzlanmış OLS Yöntemi ile Tahmin Edilmiş Model

| Değişken                  | Katsayı   | Standart hata | t – istatistik değeri | Olasılık değeri |
|---------------------------|-----------|---------------|-----------------------|-----------------|
| EIT                       | 28.24242  | 9.418453      | 2.998626              | 0.0028          |
| R-Kare                    | 0.009002  |               | Akaike Bilgi Kriteri  | 13.11221        |
| Düzeltilmiş R- Kare       | 0.009002  |               | Schwarz Kriteri       | 13.11724        |
| Standart Hata             | 170.1446  |               | Hannan-Quinn Kriteri  | 13.11412        |
| Hata kareler toplamı      | 28022799  |               |                       |                 |
| Log likelihood            | -6351.864 |               |                       |                 |
| Durbin-Watson İstatistiği | 0.039440  |               |                       |                 |

Havuzlanmış OLS Yöntemi ile model tahmin edildikten sonra hangi modelin kullanılacağına, sonucu Tablo 6'da gösterilen Hausman testi ile karar verilir.

**Tablo 6.** Hausman Test Sonucu

| Hausman testi         | Ki-Kare Değeri | İstatistik Derecesi. | Ki-Kare Serbestlik Olasılık Değeri. |
|-----------------------|----------------|----------------------|-------------------------------------|
| Rassal çapraz etkiler | 1.044713       | 1                    | 0.3067                              |

Hausman testi sonucunda olasılık değeri (0.3067) 0.05'ten büyük olduğu için, rassal etkilerin varlığını belirten  $H_0$  hipotezi kabul edilmiştir (Johnston ve Dinardo;1997). Bu durumda EIT ve AKÜ arasındaki ilişkinin rassal etkiler modeli kullanılarak tahmin edilmesi gereklidir. Sektör etkilerini de içeren rassal etkiler modeline ait tahmin sonuçları Tablo 7'de gösterilmiştir.

**Tablo 7.** Rassal Etkiler Test Sonucu

| Değişken                         | Katsayı   | Standart hata        | t – istatistik değeri | Olasılık değeri |
|----------------------------------|-----------|----------------------|-----------------------|-----------------|
| C                                | -39.34272 | 17.51178             | -2.246642             | 0.0249          |
| EIT                              | 73.69862  | 13.15126             | 5.603922              | 0.0000          |
| Rassal Etkiler Spesifikasyonu    |           |                      | S.D.                  | Rho             |
| Cross-section random             |           |                      | 158.9828              | 0.8914          |
| Idiosyncratic random             |           |                      | 55.49205              | 0.1086          |
| Ağırlıklandırılmış İstatistikler |           |                      |                       |                 |
| R-Kare                           | 0.031453  | Hata kareler toplamı |                       | 2977870.        |
| Düzeltilmiş R- Kare              | 0.030451  | Durbin-Watson İst.   |                       | 0.382507        |
| F- İstatistik değeri             | 31.40266  | Standart Hata        |                       | 55.49318        |
| F testi olasılık değeri          | 0.000000  |                      |                       |                 |

Ağırlıklandırılmamış İstatistikler

|                      |          |                    |          |
|----------------------|----------|--------------------|----------|
| R-Kare               | 0.037723 | Durbin-Watson stat | 0.041861 |
| Hata kareler toplamı | 27210653 |                    |          |

Sektör etkileri modele dahil edilerek yapılan rassal panel veri analizi sonucunda, bağımsız değişken olan EİT'nin anlamlı olduğu t testi sonucunda, modelin genel olarak anlamlı olduğu F testi sonucunda belirlenmiştir.

**Tablo 8.** Rassal Panel Veri Analizi Sektör Etkilerine Ait Sonuçlar.

|       |           |       |           |       |           |
|-------|-----------|-------|-----------|-------|-----------|
| 1--C  | -147.8291 | 34--C | 17.81752  | 67--C | -226.4131 |
| 2--C  | 398.4817  | 35--C | -92.29461 | 68--C | 136.3571  |
| 3--C  | 166.4798  | 36--C | -27.97483 | 69--C | 141.7941  |
| 4--C  | 135.0587  | 37--C | -201.7140 | 70--C | 61.03151  |
| 5--C  | 26.79100  | 38--C | -104.1468 | 71--C | -13.43128 |
| 6--C  | 37.02902  | 39--C | -59.35219 | 72--C | -29.29665 |
| 7--C  | 188.4855  | 40--C | 0.193307  | 73--C | 100.0454  |
| 8--C  | 303.8508  | 41--C | -71.49690 | 74--C | -55.20397 |
| 9--C  | 29.73041  | 42--C | 48.03694  | 75--C | -192.0650 |
| 10--C | -164.2622 | 43--C | 110.1521  | 76--C | -15.65149 |
| 11--C | 327.1787  | 44--C | -24.25546 | 78--C | -222.0087 |
| 12--C | -126.1838 | 45--C | -183.8332 | 79--C | -265.2910 |
| 13--C | -130.6379 | 46--C | -169.0364 | 80--C | -287.6168 |
| 14--C | 135.6723  | 47--C | -367.9765 | 81--C | -170.0313 |
| 15--C | -23.46516 | 48--C | -52.27029 | 82--C | -78.39608 |
| 16--C | 367.0801  | 49--C | -41.03046 | 83--C | -0.013881 |
| 17--C | 212.0631  | 50--C | -154.0193 | 84--C | -52.46944 |
| 18--C | 21.43379  | 51--C | -43.19652 | 85--C | -37.81974 |
| 19--C | 229.9042  | 52--C | -24.64875 | 86--C | -87.40227 |
| 20--C | 389.6991  | 53--C | -149.1196 | 87--C | 38.62439  |
| 21--C | 21.34502  | 54--C | -14.24658 | 88--C | -25.32859 |
| 22--C | 73.18258  | 55--C | -15.97413 | 89--C | 35.73001  |
| 23--C | -170.3563 | 56--C | 23.74541  | 90--C | -148.4573 |
| 24--C | 80.17167  | 57--C | 308.6023  | 91--C | -166.8813 |
| 25--C | 220.9260  | 58--C | 118.0583  | 92--C | -79.60909 |
| 26--C | 4.0349    | 59--C | 23.34849  | 93--C | 30.51673  |
| 27--C | -156.0405 | 60--C | 165.2853  | 94--C | 110.2965  |
| 28--C | -16.03962 | 61--C | 344.8187  | 95--C | -109.0724 |
| 29--C | -166.5350 | 62--C | 242.1418  | 96--C | 8.1091    |
| 30--C | -131.9119 | 63--C | 352.0830  | 97--C | -108.5032 |
| 31--C | -172.2375 | 64--C | 8.404906  | 99--C | -9.126750 |
| 32--C | -80.69745 | 65--C | -24.14056 |       |           |
| 33--C | -36.17136 | 66--C | -70.60718 |       |           |

Hangi sektörün bağımlı değişkeni (AKÜ) daha çok etkilediğini bulmak için Tablo 8'da belirtilen sektör katsayıları incelendiğinde;

- Canlı Hayvanlar; Hayvansal Ürünler (2),
- Gıda Sanayi Müstahzarları; Meşrubat, Alkollü İçkiler ve Sirke; Tütün veya Tütün Yerine Geçen İşlenmiş Maddeler (16-20),
- Dokumaya Elverişli Maddeler ve Mamul Eşya (61-63) sektörlerinin AKÜ değerlerini en çok etkileyen sektörler olduğu bulunmuştur.

## DEĞERLENDİRME

Türkiye'nin 2001-2019 yılları arasındaki dış ticaretinde EİT'nin ülkenin rekabet gücünü 97 HS/GTİP faslı bazında incelendiği çalışmada EİT ile rekabet gücü arasında 27 fasılda çok yüksek pozitif ve 24 fasılda çok yüksek negatif korelasyon ilişkisi belirlenmiştir. 24 Fasılda da yüksek pozitif, 6 fasılda yüksek negatif korelasyon belirlenmiştir. Bulgular çerçevesinde EİT ve rekabet gücü arasında fasıllara göre değişen yüksek veya çok yüksek korelasyonun olduğu ifade edilebilir. Çalışmadaki Panel Veri Analizi sonuçlarının da Korelasyon Analizi sonuçları ile uyumlu olduğu gözlenmiştir. Çalışmada, bağımlı değişken olarak alınan rekabet gücünün bağımsız değişken olarak EİT'i etkileyebileceği ve ilişkinin bazı fasıllarda tersine bir etki ürettiği göz önüne alınırsa bu bağlamda Türkiye'nin rekabet gücüne sahip olduğu sektörlerde EİT'in etkisinin bir çalışma olarak yapılmasının, Türkiye için özgün olan bu çalışma ve sonuçlarının ileriye taşınması ve iktisat, kalkınma, sanayileşme ve dış ticaret politikalarında yol gösterici sonuçların üretilmesinin faydalı olacağı değerlendirilmektedir.

## KAYNAKÇA

- Adıgüzel, M. (2016). *Dünyada ve Türkiye’de mobilya sektörü: mevcut durum, sorunlar, öneriler ve rekabet gücü*, İstanbul Ticaret Odası Yayınları, İstanbul.
- Aquino, A. (1978). Intra-industry trade and inter-industry specialization as concurrent sources of international trade in manufactures, *Weltwirtschaftliches Archiv*, 114 (2), 275-296
- Balassa, B. (1965). Trade liberalization and ‘revealed’ comparative advantage, *Manchester School*, 33 (2), 99-123
- Baltagi, B. H. (2005). *Econometric analysis of panel data*, Third Edition, John Wiley&Sons Inc, England.
- Brülhart, M. (1994). Marginal intra-industry trade: measurement and relevance for the pattern of industrial adjustment, *Weltwirtschaftliches Archiv*, 130, (3), 600-613.
- Şentürk, C. (2014). Endüstri içi ticaretin belirleyicileri: Türkiye’nin imalat sanayi endüstri içi ticaretine yönelik panel veri analizi, *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 20 (2), 207-230
- Cho, D.S. (1998). From national competitiveness to bloc and global competitiveness, *Competitiveness Review*, 8(1), 11-23
- Erkan, C. (1995). Ulusal rekabet üstünlüklerinin belirleyicileri, *DEÜ Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, 1 (1) , 83-97
- Ersöz, F. & Ersöz, T. (2020). *İstatistik*, Seçkin Kitabevi, Ankara
- Falvey, R. E. (1981). Commercial policy, and intra-industry trade, *Journal of International Economics*, 11, 495-511.
- Fukao, K., Ishido, H. & Keiko, I. (2003). Vertical intra-industry trade and foreign direct investment in east Asia, *Journal of the Japanese and International Economies*, 2003, 17(4), 468-506
- Grubel, H. ve Lloyd, P. J., (1971). The empirical measurement of intra- industry trade, *Economic Record*, 47(4), 494-517.
- Grubel, H.G. & Lloyd, P.J. (1975). *Intra-industry trade the theory and measurement of international trade in differentiated products*. Macmillan Press, Londra.
- Havrylyshyn, O. & Civan, E. (1983). *Intra-industry trade and the stage of development: a regression analysis of industrial and developing countries*, in: P. K. M. Tharakan (ed.), *The economics of intra-industry trade*, Amsterdam, North Holland, 111-140.
- Helms, M.M. (1996). Perspectives on quality and productivity for competitive advantage, *The TQM Magazine*, 8 (3), 5-10.


- Helpman, E. (1981). International trade in the presence of product differentiation, economies of scale and monopolistic competition: A Chamberlin-Heckscher-Ohlin approach, *Journal of International Economics*, 11 (3), 305-40
- DPT (2005). <http://ekutup.dpt.gov.tr/imalatsa>, erişim tarihi: 18.09.2005
- IMD (2005). *Competitiveness yearbook 2005*, IMD
- Johnston, J. & Dinardo, J. (1997). *Econometric methods*, Fourth Edition, McGraw-Hill Inc, New York.
- Krugman, P. (1979). Increasing returns, monopolistic competition and international trade, *Journal of International Economics*, 9, 469-479
- Krugman Paul R. (1981). Intra industry specialization and gains from trade, *Journal of Political Economy*, 89, 959-973
- Krugman Paul R. & Hatsopoulos, G. N. (1987). The problem of U.S. competitiveness in manufacturing, *New England Economic Review*, 1, 18-29
- Lall, S. (2001). *Competitiveness, technology and skills*, Edward Elgar, Cheltenham, UK
- Lancaster, K. (1980). Intra-industry trade under perfect monopolistic competition, *Journal of International Economics*, 10 (2), 151-75
- Liesner, H. H. (1958). The european common market and british industry, *The Economic Journal*, 68 (2), 302–316
- Loertscher, R. & Wolter, F. (1980). Determinants of intra-industry trade among countries and across industries, *Weltwirtschaftliches Archiv*, 116 (2), 280-293.
- Marrewijk, C. V. (2002). *International trade and the World economy*, Oxford University Press, Oxford
- Tatoğlu-Yerdelen, F. (2020). *Panel veri ekonometrisi*, Beta Basım Yayım, İstanbul
- Verdoorn, P.J. (1960) *The intra-block trade of Benelux*. in: Robinson, E.A.G., Ed., Economic consequences of the size of nations, Macmillan & Co., London, 291-332.
- Vollrath, T. L. (1991). A theoretical evaluation of alternative trade intensity measures of revealed comparative advantage, *Weltwirtschaftliches Archiv*, 127 (2), 265–279

Geliş Tarihi:  
20.03.2022  
Kabul Tarihi:  
03.06.2022  
Yayımlanma Tarihi:  
15.06.2022

Kaynakça Gösterimi: Ekren, N., Fındıkcı Erdoğan, M. , Bildik, K. H., & Çınar, M. A. (2022). Ulusal ekonominin tercihlerini ve önceliklerini güncelleme sürecinde alternatif araç olarak makroekonomik stratejik plan: Yükselen piyasa ekonomileri için öneri. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 21(43), 419-450. doi: 10.46928/iticusbe.1090595



## ULUSAL EKONOMİNİN TERCİHLERİNİ VE ÖNCELİKLERİNİ GÜNCELLEME SÜRECİNDE ALTERNATİF ARAÇ OLARAK MAKROEKONOMİK STRATEJİK PLAN: YÜKSELEN PİYASA EKONOMİLERİ İÇİN ÖNERİ

*Araştırma*

Nazım Ekren  



İstanbul Ticaret Üniversitesi

[nazimekren@ticaret.edu.tr](mailto:nazimekren@ticaret.edu.tr)

Mefule Fındıkcı Erdoğan  

İstanbul Ticaret Üniversitesi

[mfindikci@ticaret.edu.tr](mailto:mfindikci@ticaret.edu.tr)

Kübra Hatice Bildik  

[hkbildik@gmail.com](mailto:hkbildik@gmail.com)

Muhammed Ali Çınar 

Sorumlu Yazar (Correspondence)

[muhammedalicinar.34@gmail.com](mailto:muhammedalicinar.34@gmail.com)

Nazım Ekren, İstanbul Ticaret Üniversitesi İktisat bölümünde profesördür ve İstanbul Ticaret Üniversitesi'nde Düşünce ve Proje Üretim Akademisi başkanlığı görevini yürütmektedir. Uzmanlık alanları; makro ekonomi, ekonomi politikası, ekonomi politik ve uygulamalı ekonomidir. Lisans ve lisansüstü öğrencilere çeşitli dersler vermektedir.

Mefule Fındıkcı Erdoğan, Finansal Ekonomi alanında doktora derecesine sahiptir. Aynı zamanda Marmara Üniversitesi Ekonometri alanında doktora yapmaktadır. Başlıca araştırma alanları arasında; finansal tahmin ve modelleme, uygulamalı makro ve mikro analiz, panel veri modelleri ve istatistiksel yöntemler bulunmaktadır. Lisans ve lisansüstü öğrencilere ilgili alanlarda dersler vermektedir.

Kübra Hatice Bildik, Siyaset Bilimi ve Uluslararası İlişkiler ve Psikoloji lisans bölümleri ve İktisat yüksek lisans mezunudur. İstanbul Ticaret Üniversitesi'nde Siyaset Bilimi ve Uluslararası İlişkiler bölümü doktora öğrencisidir. Politik ekonomi, siyaset bilimi, uluslararası ilişkiler ve siyaset psikolojisi alanlarında araştırmalar yapmaktadır.

Muhammed Ali Çınar, Siyaset Bilimi ve Uluslararası İlişkiler ve İktisat lisans bölümlerinde eğitim almıştır. İstanbul Ticaret Üniversitesi'nde İktisat bölümü yüksek lisans öğrencisidir. Makroekonomi politikaları, krizler, ekonomi politik ve güvenlik stratejisi alanlarında çalışmaktadır.

# ULUSAL EKONOMİNİN TERCİHLERİNİ VE ÖNCELİKLERİNİ GÜNCELLEME SÜRECİNDE ALTERNATİF ARAÇ OLARAK MAKROEKONOMİK STRATEJİK PLAN: YÜKSELEN PİYASA EKONOMİLERİ İÇİN ÖNERİ

Nazım Ekren  
[nazimekren@ticaret.edu.tr](mailto:nazimekren@ticaret.edu.tr)  
Mefule Fındıkçı Erdoğan  
[mfindikci@ticaret.edu.tr](mailto:mfindikci@ticaret.edu.tr)  
Kübra Hatice Bildik  
[hkbildik@gmail.com](mailto:hkbildik@gmail.com)  
Muhammed Ali Çınar  
[muhammedalicinar.34@gmail.com](mailto:muhammedalicinar.34@gmail.com)

## Özet

**Amaç:** Kamu otoriteleri, gelecekteki operasyonlarında yeni fırsatları gözetebilmek ve sistemdeki aktörler arasında eşgüdümlü aksiyonlar olarak geleceğe dair öngörülerinin tutarlılığını arttırabilmek maksadıyla sürdürülebilirliği ve kapsayıcılığı yüksek makro ölçekli stratejik planların tasarımını önemsemektedirler. Bu çalışmada kilit makroekonomik performans ve istikrar göstergeleri analiz edilmiş, karar alma ve uygulama süreçlerinin aktörler açısından kesiştiği/ayrıştığı alanlar ile ulusal ekonominin tercihleri ve öncelikleri değerlendirilerek yükselen piyasalar için alternatif bir makroekonomik stratejik plan tasarlamak amaçlanmıştır.

**Yöntem:** Çalışmada ilk olarak seçilmiş yükselen piyasa ekonomilerine ilişkin makroekonomik göstergeler ve iç/dış paydaşlar tarafından hazırlanan raporlar incelenerek ülkelerin mevcut durumları belirlenmiştir. Daha sonra SWOT ve PEST yaklaşımları kullanılarak 21. yüzyılda yaşanan gelişmelerin etkisiyle oluşturulmasının gerekliliği ortaya çıkan makroekonomik stratejik plana uygun olacak şekilde yeni bir matris tasarımı yapılmıştır. Ardından oluşturulan yeni matriste yer alan faktör elemanlarının önem derecelerini belirlemek amacıyla Analitik Hiyerarşi Süreci (AHP) kullanılmıştır. AHP yöntemi ile makroekonomik stratejik planın ana eksenleri ve bileşenleri için ikili karşılaştırma matrisleriyle ağırlıklar elde edilmiştir. Böylece ülkelerin hangi makroekonomik ana eksene ve üretilen strateji önerisine daha fazla önem vermeleri gerektiği ortaya çıkarılmıştır.

**Bulgular:** Çalışma sonucunda yükselen piyasa ekonomilerinin tercih ve önceliklerini güncelleme sürecinde en önemli ana ekseni, mukayeseli dezavantaj oluşturabilecek alanlar olduğu belirlenmiştir. İlgili ülkelerin ekonomik ilerlemelerinin olası engeli olarak görülebilecek dezavantaj noktalarının belirlenmesi ve uygun tedbirleri üretmesi gerekmektedir. Ayrıca, birinci strateji yükselen piyasa ekonomileri için kamu otoritesi tarafından oluşturulacak stratejik plan açısından ulusal ekonomik güvenlik ve savunma sisteminin, ulusal yapının ve ilişkiler sisteminin güçlendirilmesine öncelik verilmesi gerektiği sonucuna ulaşılmıştır. İkinci en önemli strateji ise, iş dünyasının yükümlülüğü olarak ele alınan işletmelerin stratejik tepki üretme kapasitesinin iyileştirilmesidir.

**Özgünlük:** Çalışmada, 21. yüzyılın gereklilikleri ve ülkelerin girdiği yeni patikalar dikkate alınarak yükselen piyasalar için özgün bir makroekonomik stratejik planın bileşenleri SWOT ve PEST yaklaşımları bağlamında ele alınmıştır. Bu sebeple, çalışma literatüre yeni bir makroekonomik stratejik plan önerisi geliştirme bakımından katkı sağlamaktadır. Çalışmada elde edilen stratejik planın bileşenlerinin önem derecelerinin belirlenmesiyle oluşturulan plan, politika yapıcılar için izlenecek bir yol haritası niteliği taşımaktadır. Ayrıca çalışmada disiplinler arası bir yaklaşım sergilenerek ekonomi politik bir analiz ortaya konmuştur.

**Anahtar Kelimeler:** Makroekonomik Stratejik Plan, AHP, Yükselen Piyasalar, Ekonomi Politik

**JEL Sınıflandırması:** E6, E61, C01



# MACROECONOMIC STRATEGIC PLAN AS AN ALTERNATIVE TOOL FOR REDESIGNING OF PREFERENCES AND PRIOTIES OF THE NATIONAL ECONOMY: PROPOSAL FOR EMERGING MARKETS ECONOMY

## Abstract

**Purpose:** Public authorities put emphasis on to the design of macro-scale strategic plans with high sustainability and comprehensive in order to observe new opportunities in their future operations and to increase the consistency of their predictions for the future by taking coordinated actions among the actors in the system. In this study, key macroeconomic performance and stability indicators were analysed, and an alternative macroeconomic strategic plan for emerging markets was produced by evaluating the areas where decision-making and implementation processes intersect / diverge in terms of actors.

**Method:** In the study, firstly, the current situation of the countries was determined by examining the macroeconomic indicators related to the selected emerging market economies and the reports prepared by internal/external stakeholders. Then, using SWOT and PEST approaches, a new matrix design has been created in accordance with the macroeconomic strategic plan, which has emerged with the effect of developments in the 21st century. Then, the Analytical Hierarchy Process (AHP) was used to determine the importance levels of the factor elements in the matrix. With the AHP method, weights were obtained with pairwise comparison matrices for the main axes and components of the macroeconomic strategic plan. Thus, it has been revealed which macroeconomic main axis and the strategy proposal that countries should consider more.

**Results:** As a result of the study, it has been determined that the most important fragility point of emerging market economies is the areas that can create a comparative disadvantage. It is necessary for the countries concerned to identify the disadvantage points that can be seen as a possible obstacle to economic progress and to produce appropriate measures. In addition, it has been determined that should be given priority, in terms of the strategic plan will be created by public authority for the emerging market economies is the strengthening of the national economic security and defence system, the national structure, and relations system. The second most important strategy is to improve the strategic response capacity of the enterprises, which is considered as the obligation of the business world.

**Originality:** In the study, the components of a unique macroeconomic strategic plan for emerging markets are discussed in the context of SWOT and PEST approaches, considering the needs of the 21st century and the new ways countries experience. For this reason, the study contributes to the literature in terms of developing a new macroeconomic strategic plan proposal. The plan, which was created by determining the degree of importance of the obtained components, is a road map that should be followed for policymakers. In addition, in the study, an inter-disciplinary approach was exhibited and a political economy analysis was put forward.

**Key Words:** Macroeconomic Strategic Plan, AHP, Emerging Markets, Political Economy

**JEL Classification:** E6, E61, C01

## GİRİŞ

21. yüzyılın ilk yirmi yıllık döneminde karşılaşılan 2008 Küresel Finans Krizi ve COVID-19 Krizi uluslararası sistemin bir dizi kırılma alanlarının bulunduğu göstermiştir. Krizler; ulusal sistemlerde kamunun rol ve fonksiyon dengesinde normalden sapmalara, ekonomik manada tasarrufların ve yatırımların yön ve şeklinin yetersizleşmesine ve zayıf yönetişime sebep olarak uluslararası anlamda da sosyal, siyasal ve ekonomik anlamda kırılma alanların oluşmasına yol açmıştır. Dolayısıyla bu tarz bir süreçte kamunun rol ve fonksiyonu değişmiş, paydaşlar arasında yeni ve farklı ekonomi-politik platformlar gündeme gelmiştir. Söz konusu dönemde, ülkelerin mukayeseli performans trendleri ile krizlere tepki modellerinin ve yönetimlerinin görünümü, yeni dönemde makroekonomi politika yaklaşımına dayalı ulusal ekonomi perspektifine daha da önem kazandırmaktadır. Ulusal ekonomi tasarımları, teorik ve uygulamalı ekonomi alanında ve literatüründe önemli bir dal olarak yer alması gerektiğine dair özellik kazanmaya başlamıştır.

Ekonominin kapasitesini ve performansını izlemek ve değerlendirmek için uygun bir aracın kullanılması gereklidir. Ayrıca, ekonominin işleyişinin ve yönetiminin genel çerçevesi ile de ilgili bir bakış açısına sahip olmak kararların ve uygulamaların kalitesini artıracaktır. Her iki konunun çözümü, içeriği ve bileşenleri iyi tasarlanmış makroekonomik yapı ve ilişkiler sistemi ile mümkün olacaktır. Aynı zamanda, bu sistemle, gelişmiş ekonomiler ile yükselen piyasa ekonomileri arasındaki makroekonomik performans ölçümünde dikkate alınan göstergelerin farklılığı da ortaya konulabilecektir. Böyle bir yaklaşım, ulusal imkân ve kaynakların etkin ve verimli şekilde kullanılmasını, alternatif maliyetlerin dikkate alınmasını, paydaşların talep ve beklentileri ile tercih ve önceliklerinin örtüştürülmesini mümkün kılacaktır.

Literatürde farklı karar alma ve uygulama mekanizmaları ve süreçleri söz konusu olsa da tümünde ortak olan bileşenler bulunmaktadır. Problemin tanımlanması, ihtiyaç duyulan veri ve bilgilerin derlenmesi, karar alternatiflerinin belirlenmesi ve bu kararlardan birinin seçimi, uygulama formatının oluşturulması, gelişmeleri izleme ve gerektiğinde değişiklik yapma karar alma ve uygulama metodolojisinin ortak paydalarını oluşturmaktadır. Söz konusu bileşenler, aynı zamanda, rasyonel karar alma ve uygulama modelinin temel özelliklerini yansıtmaktadır. Sürecin; planlama, uygulama, kontrol etme ve önlem alma aşamalarının kalitesi de ekonomik istihbaratın yetkinliğine/içeriğine ve analiz biçiminin etkinliğine bağlıdır.

Yakın geçmişte yaşanan krizlere bakıldığında, gelişmiş bir ülkede finans krizinin yaşanması ya da tüm dünyayı etkisi altına alabilecek bir sağlık krizinin yaşanması olayların gerçekleştiği dönemde imkânsız ya da ütöpik görünmekteydi. Bu tarz beklenmeyen durumlar sistemde bir şok etkisi oluşturarak ekonomik, siyasal ve sosyal manada normalden sapmaların yaşanmasına sebep olmuştur. Dolayısıyla konjonktürel süreçlerde oluşturulan beklentilerin, gerçekleşmesi imkânsız olasılıklara ve/veya yeni anormalliklere hazırlanma gerekliliğine işaret etmektedir. Bu nedenle, ulusal ve küresel yapılanma ve tasarım çalışmaları, yeni perspektif yaklaşımları giderek önem kazanmakta ve

yaygınlaşmaktadır. Korunması gereken alanlar ve değerler yeniden belirlenmekte, kırılğanlıklar gözden geçirilmekte ve karşılaşılabilecek gelişmeler bu çerçevede yeniden analiz edilmektedir.

Makroekonomik yapı ve ilişkiler sistemi, makro ve mikro perspektifler ile ekonomi-politik bakış açısını birlikte ele alan yaklaşıma sahiptir. Bu nedenle sistem, ana sektörlerin yapısı ve özellikleri ile paydaşların davranışlarını göstergeler ışığında izlenmesine ve karşılıklı etkileşimlerinin doğru değerlendirmesine imkân veren paradigmlar bütünü yansıtmaktadır. Sistem, ulusal performansı ve küresel konumu dikkate alarak kaliteli farklılık sunacak değişim ve dönüşüm için gerekli olan unsurların ve aksiyonların belirlenmesine de ışık tutmaktadır. Bu yaklaşım, aynı zamanda, ana sorunların neler olduğuna bağlı olarak olası çözümlerin neler olması gerektiği hususuna da işaret etmektedir. Karşılaşılan krizler, makroekonomik göstergelerin analizinde algılama aldanımına neden olabilecek arka plan ihmalinin sonuçlarının göz ardı edilmemesi gerektiğini göstermektedir (Krugman, 2015).

Ana akım stratejik plan metodolojilerine ekonomi-politik boyut katılarak geliştirilen ve literatüre sunulan makroekonomik stratejik plan, uygun ekonometrik modellerin de ilk defa kullanıldığı bir altyapıya/arka plan platformuna sahiptir. Gerekli veri ve bilgiler derlenerek oluşturulan farklı düzeyleri yansıtan parametreler ağırlıklandırılmıştır. Parametrelerin kesişim alanı ve eksenini dikkate alınarak paydaşların yükümlülükleri belirlenmiştir.

Bu çalışma; Ekren, Fındıkçı Erdoğan, & Bildik (2021) çalışmasının tamamlayıcı bir parçasını oluşturmaktadır. Söz konusu makalede, yükselen piyasa ekonomilerinin belirlenmiş makroekonomik performans göstergelerine göre sıralaması yapılmaktadır. Bu çalışmada ise, sıralamadaki konumunu iyileştirmek ve/veya güçlendirmek isteyen yükselen piyasa ekonomilerine önerilecek yol haritasının tasarımı üzerinde durmaktadır.

## **21. YÜZYILIN ÖZELLİKLERİ VE YENİ PERSPEKTİFİN BİLEŞENLERİ**

Neden ve sonuçların ötesinde dinamikler üreten farklı içerikli ulusal, bölgesel ve küresel dengesizlikler, krizler, reformlar, bireylerin, şirketlerin, piyasaların, toplumların, devletlerin davranışlarını etkilediğinden birçok alanda değişim ve dönüşümü tetiklemektedir. İdeolojik çatışmalar ve/veya kritik kaynakları kontrol etme yaklaşımları ve davranışları da küresel istikrarsızlığa farklı boyutlar katmaktadır. Ekonomik ve finansal içerikli önemli değişikliklerle karşılaşılma ihtimali, bazı ülkelerin mevcut yapıda varlıklarını devam ettiremeyecekleri ve/veya izolasyonlarla karşılaşabilme olasılıkları uluslararası literatürde yoğun şekilde tartışılmaktadır. Ülkelerin ve devletlerin bu gelişmelere makul tepki üretebilme kabiliyeti iki ana konudaki yetkinliğine bağlı olagelmıştır: Sürdürülebilir bir güçlü büyüme kapasitesi ve toplumsal uyum kalitesi. Aşağıda ifade edilen sürdürülebilirlik, ülkelerin krizlere tepki üretme yetileri ve tasarım süreçleri gibi ana trendler özel önem kazanacaktır (Economic Intelligence Unit, 2009; WEF, 2022; Constantine, 2017):

- ✓ Krizler ve etkileri (borçlar, finans, mali, ticaret, üretim, istihdam)
- ✓ Yeni güç merkezleri (emtia, düşük maliyetler)
- ✓ Piyasa ekonomisi dinamikleri (özel ve kamu odaklılık)
- ✓ Kriz ve çatışma nedenleri (ideolojik, kaynak)
- ✓ Suç, yolsuzluk, kırılğan yapıların yaygınlığı
- ✓ Küresel sistemin bileşenleri (STK, bölgeselcilik, şehirlerin önemi, uluslararası organizasyonlar)
- ✓ Teknoloji (sanal gerçeklik, yapay zekâ, kablosuz enerji, insan ikamesi)
- ✓ Ulusal ve küresel sistemlerin tasarımı
- ✓ Siber güvenlik
- ✓ Enerji, su, iklim ve gıdanın öneminin artması
- ✓ Üretim ve tüketim süreçlerinin değişimi (döngüsel ekonomi vb.)
- ✓ Nüfus, eğitim, sağlık, kültür sorunlarının derinleşmesi ve farklılaşması
- ✓ Doğal afetlerin etkilerinin ağırlaşması

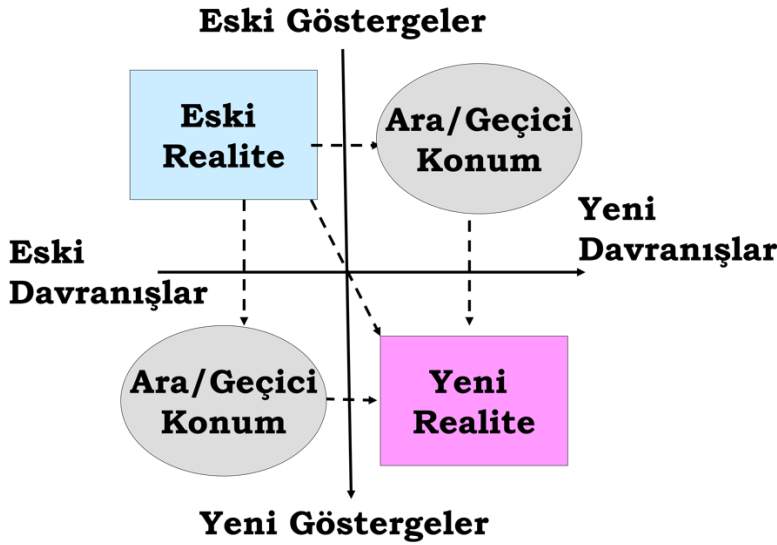
Ekonomik aktivite ve dinamizmdeki değişimler/kaymalar yeni ekonomik güçlerin ve alanların doğmasına ortam hazırlayacaktır. Teknolojinin; alan, ölçek ve ekonomik etkileri hem yaygınlaşacak hem de hızlanacaktır. Petrol ve alternatif enerji kaynakları arasında yapılacak olan tercihle birlikte yeni enerjinin düzenlenme biçimi belirlenecektir. Toplumlarda yaşam sürelerinin farklılaşması, doğum oranlarının azalması, nüfus hareketleri/göç yeni demografik trend olarak gündeme gelecektir. Yeni nesil ekonomik, sosyal ve siyasal istikrarsızlık, otoriteye başkaldırı ve başarısız devletler şeklinde ortaya çıkacaktır (Rotberg, 2003).

Kısa vadeli bakış açısıyla, pandemi sonrasında beklenen toparlanmanın, dünyanın farklı bölgelerinden sahip olunan imkân ve kaynakların düzey ve kompozisyonuna bağlı olarak farklı şekillerde ortaya çıkacaktır. Bu sonuç, karşılaşılan sorunlara bağlı olarak farklı yön ve şekilde uygulanabilecek ekonomik ve finansal politikaların neden ve sonuçlarına bağlı olacaktır. Amerika Birleşik Devletleri, Avrupa Birliği ve Çin ilişkileri ile bu ülkelerle doğrudan ve dolaylı ilişkisi olan ülkeler arasındaki ayrışmalar önemli riskler üretecektir. Ayrıca, teknolojik ve/veya elektronik rekabet ve gerginlikler, kamu özel sektörünün kapasite ve performanslarını etkileyecektir. Karmaşık ve değişken özellikli ekonomi politik görünüm, yaygın toplumsal istikrarsızlıklara ve huzursuzluklara ortam hazırlayacaktır (Economic Intelligence Unit, 2009).

Orta ve uzun vadeli bakış açısıyla yaklaşıldığında, risk görünümünün oldukça değişik özellik taşıdığı görülecektir. WEF (2022), mevcut ekonomik, toplumsal, çevresel ve teknolojik gerilimlerden kaynaklanan kilit risklerin bir analizini sunmaktadır. Ana değişim olarak küresel risk algılamaları toplumsal ve çevresel kaygıları öne çıkaracaktır. Ayrıca, farklı düzey ve içerikteki ekonomik toparlanma karşılaşılabilecek küresel zorluklar ve/veya riskler konusunda iş birliğini tehdit edecek özellik taşımaktadır. İklimin düzensiz değişim süreci de eşitsizlikleri derinleştirecek ve şiddetlendirecektir. Siber tehditlerin yoğunlaşması, artan dijital bağımlılığa bağlı olarak gündeme gelecektir. Mobiliteye yönelik risklere ilişkin engeller ile küresel güvensizlik dengesi önemli sorunlar arasında yer almaya devam edecektir. Pandeminin ikinci yılına ilişkin değerlendirmeler, ekonomik birimlerin, paydaşların dayanıklılıklarına ve esnekliklerine işaret etmektedir. Küresel Risk Algı

Anketi'yle belirlenen söz konusu risklerin ve beklentilerin farklı zaman dilimlerinde (0-2, 2-5, 5-10) ortaya çıkabileceği görülmektedir (WEF, 2022).

Eski göstergelerin ve eski davranışların analizine dayalı değerlendirmeler eski realitelere işaret etmektedir. Yeni realiteleri tespit etmek için yeni davranışları ve yeni göstergeleri bulmak, izlemek ve değerlendirmek gereklidir. Bu sürecin algılanması ve yönetiminde başarılı olamayan ulusların ara veya geçici konumlarda kalma ihtimalleri artacaktır. Gösterge ve davranışlar arasındaki bu kaymalar zaman içerisinde aşınmalara uğrayarak kavramların yeni yüzlerini açığa çıkaracak ve gitgel hareketi yapmasına sebep olacaktır.



Şekil 1. Göstergeler ve Davranışlar Arasındaki Zamana Dönük Aşınım

Muhtemel değişimler, iş yapma biçimleri ve tüketim kalıpları ile siyasi tercihler ve sosyal öncelik alanlarında ortaya çıkacaktır. Dolayısıyla, hâsıla/gelir ve ticarete ülkelerin payları, tüketim kalıpları/alışkanlıkları, nüfusun yaş yapısı ve yerleşim alanları ile sosyokültürel ve siyasal yapılar arasındaki nispi dengeler yeniden oluşacaktır. İçinde bulunulan dönemin görünümü ve geleceğe ilişkin öngörüler, gerçekleşmesi imkânsız olasılıklara, yeni anormalliklere hazırlanmanın gereğine işaret etmektedir. Bu çerçevede, bilgi ve tecrübenin, akıl ve duygunun, veri ve bilgi derleme ve değerlendirme süreçlerindeki işlevinin önemi daha da artmaktadır.

Analizlerde, algılama aldanımının karar alma ve uygulama süreçlerini olumsuz etkileyebileceği de gözden kaçırılmamalıdır. Bu bir anlamda, kudret körlüğünün ve statüko endişesinin etkili olabileceğini göstermektedir (Scheuer, 2007). Geçmiş dönem tecrübeleri, özellikle iki küresel kriz, göstergelerin sadece ortalama veya manşet verilerine dayalı olarak değerlendirildiğinde, istikrar ve kriz ortamlarının israf edilebildiğini göstermektedir. Böyle durumlarda, makroekonomik gerçekleştirmelerden anlaşıldığı üzere söz konusu ortamlarda yapılması gerekenlerin yapılmadığı veya yapılamadığı sonucu ortaya çıkmaktadır. Bu tür bir yaklaşım ise istikrarın istikrarsızlığı tuzağına düşüldüğüne işaret etmektedir (Taleb, 2008). Sürecin her aşamasında, karar ve uygulama süreçlerinde aşırılığın ve irrasyonelliğin belirleyici olduğu birçok araştırmada ve analizde vurgulanmaktadır

(Akerlof & Shiller, 2010). Bu çerçevede, kamu ve özel sektör yöneticilerinin ve/veya temsilcilerinin açıklamaları, beyanatları da özel önem taşımaktadır.

Ana akım değerlendirmelerde ülkelerin küresel konumu ve ulusal görünümü seçilen ekonomik göstergelere göre belirlenmektedir. Bu bakış açısında, ülkelerin bazı kapasite ve performans farklılıkları gözden kaçırılmaktadır. Bu nedenle, ölçülebilen ve ölçülemeyen makroekonomik performansı etkileyebilen hususlarının bulunduğu bu unsurların ihmal edilmemesi önem taşımaktadır. Ekonomik ve finansal yapılanmanın diğer toplumsal alanlardaki tasarımlarla güçlü bir ilişki içinde bulunmaktadır.

Kaliteli farklılık üretebilme kapasitesi ve performansı, diyalog odaklı iletişim ile yetkin ekiplerle çalışmaya ve iş birliğine bağlı olagelmıştır. Bu süreçlerde ihtiyaç duyulan verimlilik ile nüfusun yapısı ve özellikleri, ulusların devamı açısından özel önem kazanmıştır. Bu ihtiyaçların karşılanabilmesi için ise kapsamlı, entegre ve dengeli küresellik odaklı ulusal inisiyatifler ön plana çıkacaktır. Küresel koşullar ile ulusal dinamiklerin sinerjik etkilerinin doğru ve detaylı analizine dayanan yaklaşımlara ağırlık verilecektir. Süreci yönetmede liderlik kalitesi, sosyal dayanışma ve birliktelik derecesi belirleyici olacaktır. Şüphesiz, bu alternatif değerlendirmeler test edilene kadar tahmin özelliği taşıyacaktır.

Küresel trendler ve gelişmeler, yükselen piyasa ekonomilerini etkileme potansiyeli taşımaktadır. Son dönemlerde yükselen piyasa ekonomilerinin öneminin, gelecekteki potansiyelinin, imkân ve kaynaklarının ve donanımlarının artış göstermesine duyulan farkındalığa bağlı olarak da bu ekonomilere ilişkin araştırma ve raporlar artmıştır. Objektif veri ve bilgi setlerine dayalı çalışmalar yanında farklı içerikli analizler de söz konusu olmaktadır. Yükselen piyasa ekonomilerinin ihtiyaçlarına uygun öneri, analiz, program, araştırma ve raporların sayısal artışı, kamu ve özel kesimdeki karar alıcıların ve uygulayıcıların alternatiflerini artıracak, vizyon ve stratejilerini güncellemelerinde önemli rol oynayacaktır. Hazırlanacak strateji dokümanının kalitesi kadar gelişmeleri izleme ve değerlendirme süreçlerinin özellikleri de özel önem taşıyacaktır.

Küresel ortamda, yükselen piyasa ekonomilerinin özelliklerinin de dikkate alınması yapılacak öneri açısından kritik konuma sahiptir. Yükselen piyasa ekonomilerinin iki önemli ortak özelliği bulunmaktadır. İlki makroekonomik görünümle ilgilidir. Yanlış sinyal üreten ve dengede bulunmayan nispi reel ve parasal göstergeler, makroekonomik dengesizlikler ve makroekonomik istikrarsızlık semptomları üretmektedir. İstikrar vurgulu politikalar ve ulusal tercihler ile uluslararası toplum tarafından şekillendirilen küresel beklentiler istikrar-dengesizlik sarmalına neden olmaktadır. Bu özelliklere sahip yükselen piyasa ekonomilerinde istikrarsızlığı hazırlayan ve tetikleyen önemli faktörler bulunmaktadır.

İstikrarlı olmayan ulusal makroekonomik dengesizlikler, iyi yönetilemeyen ulusal bilanço/yüksek borç, kaldıraç oranı ve kurumlar (hukuki yapı, sosyal ortam ve siyasal sistem) önemli nedenler arasında yer almaktadır. Küresel sistemde ortaya çıkacak trendler ile iç piyasalarda yeniden gündeme

gelen riskler, yapısal özellikler muhtemel gelişmelerin ilk işaretleri olarak ele alınmaktadır. Riskler ve yapısal özellikler ise borçları ödeme gücü, finans sisteminin kırılabilirliği, likidite sıkıntısı, ekonomi politikalarının etkisizliği, düşük kişi başına düşen gelir (KBDG), düşük iş gücü maliyeti ve yüksek verimlilik, istikrarsızlık ve dalgalı yapısı (büyüme, kur, faiz, enflasyon vb.), genç nüfus düzeyi ve kalitesi, düzenleme ve denetleme yetkinliği alanlarında yoğunlaşmaktadır.

İkinci özellik, ekonomi politik görünümle ilgilidir. Bu çerçevede, rasyonel beklenti, ekonomik sosyoloji ve finansal psikoloji arasındaki uyumsuzluk ile gözetim ve denetim sürecinin yapısı ve özelliği nispeten daha önemlidir. Ayrıca, sadece ekonomik perspektifle bakıldığında, spekülasyon saldırılarının politik tavırlardan bağımsız, kâr amacı güden spekülasyoncular tarafından yönetilen saf ekonomik olgu olarak ele alındığı söylenebilir (Stout, 2012). Ekonomi politik çerçevede ele alındığında ise, ekonomik ve finansal krizlerin (özellikle para/finans krizlerinin) birçok politik yönü bulunmaktadır. Paranın değeriyle ilgili karar ve uygulamalar ile paydaşların ekonomik hedefleri arasında farklı yön ve içerikte çatışmalar söz konusudur. Süreç, ekonomi yönetiminin kredibilitésinin test edilmesine dönüşebilmektedir. Kredibilite ve yaklaşım biçimi, zamanla, kendi kendini besleyen istikrarsızlık olasılığını da gündeme getirebilmektedir. Tarafların davranış biçimlerinin bulaşma ihtimali de politik dinamikleri etkileyebilmekte veya tetikleyebilmektedir.

Yükselen piyasa ekonomilerinde üzerinde durulması gereken hususlardan biri de istikrar-kriz sarkacından kurtulamamalarının nedenleridir. Kapasite ve performans değişimleri veya dönüşümleri, birey ve toplum açısından, ani ve hızlı olmasının aksine genellikle yavaş işleyen süreçler olarak oluşmakta ve işlemektedir (Acemoglu & Robinson, 2013). Söz konusu süreçlerde, eğitim-öğretim kalitesi, kurumsal yetkinlik, sosyal-kültürel yapı, imkân ve kaynak dağılımına bağlı olarak farklılaşan davranışlar ve tepkiler de etkili olmaktadır. Tarihsel veriler ve örnekler dikkate alındığında, verimlilik üretme ve uygulama kapasitesi ile nüfusun düzeyi ve kalitesi oldukça önemli belirleyiciler olarak ön plana çıkmaktadır.

Yükselen piyasa ekonomileri arasındaki performans farklılıklarını açıklamada farklı göstergeler de dikkate alınmaktadır. İlki, ekonomilerin sahip oldukları imkân ve kaynakların miktar ve düzeyini yansıtan kantitatif görünümdür. İkincisi, sahip oldukları imkân ve kaynakların içerik ve yetkinliğini yansıtan kalitatif görünümdür. Ayrıca, tedarik-üretim-dağıtım zincirinde düzenleme ve denetlemeyi yansıtan çalışma koşulları ve endüstri ilişkileri de farklılaşmayı sağlayan diğer önemli bir belirleyicidir. Son olarak, kamu otoritesinin kurumsal, organizasyonel ve fonksiyonel yapısı da doğrudan ve dolaylı mekanizmalar yoluyla ekonomiler arasındaki farklılaşmanın kalitesini etkilemektedir.

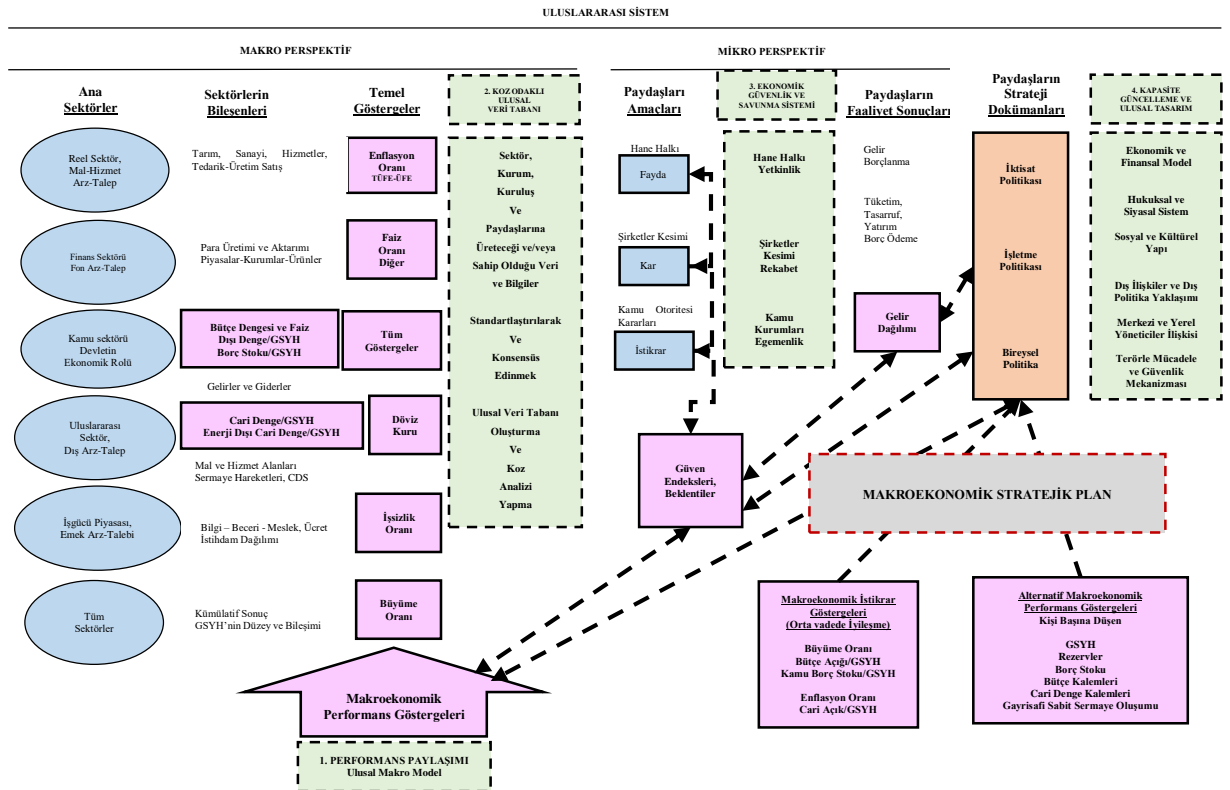
## **EKONOMİK YAPI VE İLİŞKİLER SİSTEMİNİN GÜNCELLENME GEREĞİ**

Ekonomik yapı ve ilişkiler sisteminin genel çerçevesi üç ana bloktan oluşmaktadır. İlk blokta ana sektörler, sektör bileşenleri ve temel ekonomik göstergeler yer almaktadır. İkinci blokta ise hane halkı, şirketler kesimi (iş dünyası) ve kamu sektöründen oluşan paydaşların; amaçlarını ve ekonomik

işlemlerini içermektedir. Son blokta ise paydaşların politika ve strateji dokümanlarını barındırmaktadır. Uluslararası sistem ise tüm ülkelerin ortak platformuna işaret etmektedir. Sistemin en önemli özelliği, işleyişinin ve yönetiminin göstergelere dayalı olmasıdır. Önceki bölümde üzerinde durulan hususlar dikkate alınarak sistemin güncellenmesi için eklenmesi gereken modüller de bu bölümde ana hatlarıyla ele alınacaktır.

Göstergeler, belirlenen formatta ekonomik faaliyetlerin doğru ve zamanında ölçülmesinde/izlenmesinde kritik rol oynamaktadır. Göstergelerin, ekonomik faaliyetlerde olduğu gibi karşılıklı bağımlılık ve ilişki sistemi içinde tutarlılığı da özel önem taşımaktadır. Bu neden, göstergelerin kalitesi, kendilerinden beklenen fonksiyonları yerine getirebilecek standarda yükseltilmesine işaret etmektedir.

Piyasa ekonomisinin işlediği ortamlarda, bu göstergelerin farklı kombinasyonları makroekonomik performans ve istikrar göstergeleri setleri olarak ele alınmakta ve analiz edilmektedir. Barro'nun (1989) oluşturduğu Sefalet Endeksi'ni oluşturan enflasyon ve işsizlik oranı göstergeleri zamanla güncellenerek faiz oranı, büyüme oranı ve döviz kuru değişkenleri eklenerek yükselen piyasa ekonomilerinin makro anlamdaki durumlarını yansıtacak şekilde genişletilmiştir. Yükselen piyasa ekonomilerinin büyük kısmı için makroekonomik performans ölçümünde döviz kuru özel bir öneme sahiptir (Ekren, Aykaç Alp, & Yağmur, 2017; Fındıkçı Erdoğan, 2020).



Şekil 2. Ekonomik Yapı ve İlişkiler Sistemi ve Güncelleme Modülleri

Sistemin bileşenlerinin yorumu, veri ve bilgi kalitesi ile bilgi ve tecrübe yetkinliğine bağlı olarak değişecektir. Makroekonomik performans ölçümünde, ana akım yaklaşımlarda dikkate alınan göstergeler kullanılabilirliği gibi Ekren, Fındıkçı Erdoğan ve Bildik (2021) çalışmasında olduğu gibi



kişi başına düşen göstergeler de kullanılabilir. Ayrıca, ana sektörlerin arz ve talep bağlamındaki rol ve fonksiyonu ile içeriği ek göstergeler kullanılarak detaylandırılabilir. Sektörlerin karşılıklı ilişkileri, girdi-çıktı metodolojisi çerçevesinde farklı perspektifler açısından analiz edilebilir. Öte yandan, enflasyon oranı, faiz oranı ve döviz kurunu etkileyen faktörler ile bunların birbirlerini etkileme mekanizmaları da, ekonomik yapı ve ilişkiler sisteminin işleyişini anlamada ve yorumlamada farklı boyutlar sunmaktadır. Söz konusu göstergeler arasındaki ilişkiler, piyasa ekonomisi ortamında reel ve finansal aktiflerin nispi dengesini, dolayısıyla bu alanlara yönelik kaynak tahsisinin etkinliğini yansıtacaktır. Diğer iki gösterge olan büyüme oranı ve işsizlik oranı ise reel sektörün kapasite ve performansına ışık tutmaktadır. Bütçe ve cari denge kalemleri ile borç stokları ise, elde edilen performansın alternatif maliyetlerine işaret etmektedir (Jack, 2002). Diğer bir ifadeyle, söz konusu göstergeler ekonominin mikro ve/veya makro çerçevedeki görünümüne ilişkin sinyal fonksiyonu görmektedir.

Makro büyüklükler, mikro düzeyde alınan karar ve uygulamaların kümülatif sonucudur. Paydaşların davranışları, talep ve beklentileri ile tercih ve önceliklerine göre şekillenmektedir. Bu sürecin izlenmesi ve değerlendirilmesinde de güven endeksleri, beklentiler ve gelir dağılımı gibi göstergeler kullanılmaktadır. Kamu otoritesinin yaklaşımları ve yol haritası iktisat politikasında ve stratejisinde tanımlanmakta ve açıklanmaktadır. Benzer şekilde, iş dünyasının ve işletmeler kesiminin de işletme politikası ve stratejisi oluşturması, iş modelinin ve iş yapma biçiminin yapısı açısına işaret etmektedir. Bu iki ana paydaşın oluşturacağı ekonomi politik platformun sürdürülebilirliği, politika dokümanlarının kalitesine bağlı olacaktır.

İlk bölümde üzerinde durulan hususlar, özellikle yükselen piyasalar açısından kaliteli farklılık üretecek ekonomik yapı ve ilişkiler sisteminin önemine işaret etmektedir. Böyle bir özelliğe sahip olan sistemin tasarımının iki boyutu bulunmaktadır. İlki, mevcut sistemin kırılma noktalarını azaltmak veya gidermektir. İkincisi ise sistemin ihtiyaçlarına uygun yeni modüller eklemektir.

İş dünyası ile kamu otoritesinin oluşturduğu ekonomi politik ortamın ana amacı, bireyin talep ve beklentileri ile tercih ve önceliklerini karşılamak olmalıdır. Bireyin talep ve beklentileri tüketici rolüne işaret ederken tercih ve öncelikleri de seçmen rolünü ima etmektedir. Bu nedenle ekonomi politik sürecin yönetimi mekanizmasının doğru çalışması gereklidir. Öncelikle yönetilebilir ve yönetilemez (krize neden olabilecek) kırılma noktaları belirlenmelidir. Daha sonra karşılaşılabilecek tehditler ve boyutları tanımlanmalıdır. Ayrıca, korunması gereken aktifler, değerler ve alanlar tasnif edilmelidir. Son olarak da gereken müdahalenin yönü, şekli ve boyutu tahmin edilmelidir. Bu değişkenlere ilişkin plan ve eylemler matris yardımıyla eşleştirilmelidir.

Sisteme eklenecek modüller, sistemi gösteren Şekil 2’de kesik çizgilerle gösterilmiştir. Yükselen piyasa ekonomisinin, üç aylık dönemlerde, iç ve dış ekonomi piyasalarına makroekonomik performans göstergelerini paylaşması, piyasa ve toplum dostu ekonomi yaklaşımına sahip olduğu mesajını verecektir. Böylece piyasalara ve topluma ulusal ekonomiyi kendilerinin değerlendirmesine

imkân sağlanacaktır. Bu işlevi beklenen şekilde yerine getirmek için kapsamlı ulusal makroekonomik model oluşturulmalı ve kullanılmalıdır.

Ekonomik birimler rutin ve stratejik işlerinde, işlemlerinde ve faaliyetlerinde paydaşları ile rekabet ve/veya iş birliği formatında ilişki yönetmektedir. Mutlak veya nispi kazanan veya kaybeden konumunda olma durumu sahip olunan kozlara (üstünlüklere ve/veya zafiyetler), bu kozları güçlendiren veya zayıflatan koşullara ya da ortamlara bağlı olarak ortaya çıkmaktadır. Bu nedenle, kozların belirlenmesi kadar bunların ölçülebilir, izlenebilir ve ilgili değişkenler veya göstergelerle ilişkilendirilebilir olması gereklidir. Söz konusu formatta veri ve bilgiyi sunabilecek algoritma ekosistemi kullanılmalıdır. Her kanaldan derlenecek veri ve bilgiler, konsolide ve standardize edilmiş ulusal veri tabanında toplanmalıdır.

Ekonomik güvenlik ve savunma, ulusal güvenlik çerçevesinde oluşturulan, devletin ve ekonomik birimlerin ekonomik amaç ve hedeflerini (fayda maksimizasyonu, kâr maksimizasyonu, güven ve istikrar ortamı), politika mekanizmalarını ve temel yaklaşımlarını yansıtmaktadır. Ekonomik güvenlik, ekonomik birimlerin menfaatlerini tehdit eden, zarar görmelerine ve hasarla karşılaşmalarına neden olan, amaç ve hedeflerinin gerçekleşmesini engelleyen bu nedenle ortadan kaldırılması gereken ya da nötrleştirilmesi zorunluluk arz eden olgulara ve gelişmelere işaret etmektedir (Cable, 1995). Ulusal ekonomik güvenlik ve savunma sisteminin birey boyutu yetkinlik ve ilgili alanlarına, işletmeler boyutu rekabet gücü ve ilgili alanlarına devlet boyutu ise egemenlik ve ilgili alanlarına vurgu yapmaktadır.

Mevcut durum ve gelecek perspektifi açısından, yükselen piyasa ekonomileri için en önemli kararlardan biri sadece ekonomide değil bununla doğrudan ve dolaylı şekilde ilgili alanlarda da ne tür bir yenilenme ve tasarıma yönleneceğidir. Hem bunun kararı hem de bu sürecin kurgulanması ve yönetimi, gelecek dönemlerin kapasitesini ve performansını şekillendirecektir. Elbette çok detaylı analiz ve simülasyonlar gereklidir. Ulusal tasarım stratejisi, ulusal ve küresel boyutları olan iki önemli sorunu çözecek mekanizmaları içermelidir. Ulusal tasarım, sadece ekonomi ve finansal modelin oluşturulmasını değil bir bütün olarak ulusun ve toplumun temel faaliyet alanlarına yönelik gerekli değişim ve dönüşüme ilişkin yeniden yapılandırılma süreçlerini içermelidir. Ayrıca, tasarım küreselleşmenin ürettiği/üretebileceği tuzaklara yönelik savunma sistemlerini de kapsamalıdır. Diğer bir ifadeyle, ulusal tasarım stratejisinin iki özelliği olmalıdır. İlki, uluslararası/küresel sistemin tehditlerinden, belirsizliklerinden ve risklerinden olumsuz yönde etkilenme derecesini azaltıcı mekanizmalara sahip olmasıdır. İkincisi, ulusal sistemin farklı alanlarındaki zayıflıklarını veya kırılganlıklarını azaltacak ve/veya sistemi daha da güçlendirecek yapı ve ilişkiler ağı içermesidir.

Makalenin perspektifi çerçevesinde kavramsal ve fonksiyonel özellikleri belirlenen ekonomik yapı ve ilişkiler sistemi, ulusal ekonomi yaklaşımının geliştirilmesinde özel rol ve fonksiyona sahiptir. Bu yaklaşım, farklı bir ekonomi tanımının yapılması gereğine de işaret etmektedir. Bu kapsamda ekonomi, fiilen işlemekte olan ekonomik yapı ve ilişkiler sisteminin eş anlı olarak dinamiklerini

anlamak, performansını iyileştirmek ve/veya artırmak için yapılması gerekenleri belirlemek ve uygulamak olarak tanımlanabilir. Bu tanımlama, aynı zamanda ulusal ekonomi bilim dalının/disiplininin ilgi alanına da işaret etmektedir. Pozitif ve normatif ekonomi disiplini de bu çerçevede faydalı öneriler sunmaktadır. Ayrıca, ekonomi politik ve kurumsal ekonominin prensipleri ve kuralları da sistemin ve ulusal ekonominin analizine önemli boyutlar katmaktadır. Bu ve benzeri çalışmalar, araştırmalar ulusal ekonominin, birçok akademik ve uygulama disiplinin ortak paydası olan yeni bir bilim dalı özelliği kazanmasına katkı sağlayacaktır.

Ana hatlarıyla ifade edilen modüllerin detaylı yapısı ve özellikleri ile uygulama mekanizması bu çalışmada ele alınmıştır. Ayrıca, çalışmada veri ve bilgi derleme/değerlendirme süreci ekonomi-politik perspektifiyle ele alınmıştır. Her konunun kamudaki kurumsal yapılanması da tanımlanacak, kamusal sistemdeki konumu belirlenmiştir. Sisteme eklenmesi gereken son modül, bu çalışmanın da ana konusunu oluşturan makroekonomik stratejik plandır.

## ÖNERİNİN İÇERİĞİ VE YÖNTEMİ

Ulusal ekonominin tercihlerini ve önceliklerini güncelleme sürecinin ilk aşaması, ulusal performansı ile küresel konumun belirlenmesidir. İlgili göstergeler, ulusal ve küresel veri tabanlarından elde edilmektedir. Verilerin elde edilmesi sürecinde aynı veri tabanının kullanılması halinde, daha tutarlı ve sistematığı iyi olmaya yatkın sonuçlar üretebileceği ihtimali de gözden kaçırılmamalıdır. Yükselen piyasa ekonomilerinin bu çerçevedeki göstergeleri ekte sunulmaktadır.

Sürecin ikinci aşaması, ulusal ekonominin iç ve dış paydaşlarının bakış açılarının değerlendirilmesini içermektedir. Bu konuya ilişkin veri ve bilgiler, ulusal ekonominin kamu ve özel sektör kurum ve kuruluşlarının raporlarında yer almaktadır. Ayrıca, uluslararası kuruluşların dokümanlarında da ulusal ekonominin kapasite ve performansına ilişkin bilgi notları bulunmaktadır<sup>1</sup>.

Bu yüzyılın ilk 20 yılında öngörülemeyen iki küresel kriz hem uluslararası sistemi hem de ulusal ekonomileri önemli ölçüde etkilemiştir. 21. yüzyılın özellikleri ve paradigmaları incelendiğinde ele alınan konular ve hususlar, 21. yüzyılın en önemli özelliklerinden birinin de *beklenmeyeni beklemek* olduğunu göstermektedir. Sürecin güncellenmesindeki bir diğer aşamada bu görünümle ilgilidir.

Standart ekonomik yapı ve ilişkiler sistemi, makro ve mikro perspektifler dikkate alınarak ekonominin nasıl işlediğini gösteren mekanizmayı yansıtmaktadır. Yaşanmakta olan süreç ve ekonomi-politik gelecek öngörülerini, standart ekonomik yapı ve ilişkiler sistemini güncellemek için hangi modüllerin eklenmesi gerektiğine işaret etmektedir. Söz konusu modüller, kaliteli farklılık üretecek ekonomik yapı ve ilişkiler sisteminin gelecek dönemde içermesi gereken boyutlarını yansıtmaktadır. Bu bakış açısı, sürecin son aşamasında dikkate alınması gereken faktörleri ima etmektedir.

---

<sup>1</sup> Kapasite ve performansa dair daha detaylı bilgi için bkz: (IMF, 2022a; IMF, 2022b; IMF, 2022c; OECD, 2021; OECD, 2022b; OECD, 2022a; OECD, 2022c; UN, 2021).

Makalenin ana konusunu oluşturan makroekonomik stratejik planın içeriği ve yöntemi, literatüre katkı sağlayacak formatta tasarlanmıştır. Klasik stratejik plan örneklerinden esinlenerek yeni bir yaklaşım örneği olarak matris formatı geliştirilmiştir. Matriste yer alan değişkenlerin, ölçütlerin seçimi yukarıda ifade edilen ilgili veri ve bilgiler değerlendirilerek seçilmiştir. Değişken sayısı ve özellikleri elbette artırılabilir. Bu yaklaşım, stratejik planı makroekonomik perspektifle ele alan özellik taşıdığından değişkenler büyük ölçüde konsolide edilmiştir. Ayrıca, makroekonomik stratejik planın doğası gereği ekonomi politik boyutu da içerdiğinden nicel ve nitel ölçütler yanında tercihlerin, deneyimlerin, sezgilerin, bilgilerin, yargıların ve düşüncelerin göz önünde bulundurulması özel önem taşımaktadır. Bu özellik, makroekonomik stratejik plan ile karar alma ve uygulama sürecinin en önemli ortak paydalarından birini oluşturmaktadır.

Şekil 3, makroekonomik stratejik plan tasarımının ana çerçevesini göstermektedir. Öneri taslağında yer alan yükselen piyasa ekonomilerinin özelliklerini yansıtan standart, ortak payda olabilecek parametreler, daha önceki bölümde ifade edilen bilgiler ve ekte yer alan veriler ışığında oluşturulmuştur. Stratejik plan için ilk olarak, dört ana eksen oluşturulmuştur. İkinci işlemde, her eksen için, önemli olduğu uygun görülen üçer bileşen tanımlanmıştır. Son işlemde, ilk iki işlemin sonuçları ışığında, ekonomi-politik yaklaşım sergilenerek paydaşlara (iş dünyası ve kamu otoritesi) düşen rol ve fonksiyonların tahsisi yapılmıştır. Ayrıca, bileşenlerin örtüşen matris(diagonal) alanları dikkate alınarak üzerinde durulması gereken tematik konular belirlenmiştir.

| Ana Eksenler   | İyi Değerlendirilmesi/Kalitesinin Artırılması Gereken Alanlar |                                |  | İyileştirilmesi/Güncellenmesi Gereken Alanlar |                              |   | Mükayeseli Avantaj Oluşturabilecek Alanlar |                                |  | Mükayeseli Dezavantaj Oluşturabilecek Alanlar |  |   |   |
|--|---|--------------------------------|--|---|------------------------------|---|--|--------------------------------|--|---|--|---|---|
|  | Bileşenler  |                                |  | Bileşenler                                    |                              |   | Bileşenler                                 |                                |  | Bileşenler                                    |  |   |   |
|  | Üzerinde Durulması Gereken Tematik Konular                    | GSYH'nin Düzey ve Kompozisyonu | Özel Sektörün Kapasite ve Performans         | Demografik Yapı ve Özellikleri                | Kamunun Rol ve Fonksiyonları | Tasarımların ve Yatırımların Yön ve Şekli | İletişim, Yönetişim Süreci                 | Jeostratejik Konum, Hinterland | Kara ve Deniz Doğal Kaynak Potansiyeli | Yeni Nesil Teknolojik Gelişmeler              | İş Birliği ve Rekabetin İstikrarlı Dengesi | Finans, Üretim ve Ticaretin Yapılanma Parametreleri | Yeni Anormallikler, Gerçekleşmesi İmkânsız Olanlıklar |
| İyi Değerlendirilmesi/Kalitesinin Artırılması Gereken Alanlar (Bileşenler) | GSYH'nin Düzey ve Kompozisyonu                                | İç ve Dış Piyasa, Dengeleşlik  |  |   |                              |   |  |                                |  |   |  |   |   |
|  | Özel Sektörün Kapasite ve Performansı                         |                                | İşletme Politikası ve Stratejileri Oluşturma |   |                              |   |  |                                |  |   |  |   |   |
| İyileştirilmesi/Güncellenmesi Gereken Alanlar (Bileşenler)                 | Demografik Yapı ve Özellikleri                                |                                |  | Bilgi Beceri Meslek                           |                              |   |  |                                |  |   |  |   |   |
|  | Kamunun Rol ve Fonksiyonları                                  |                                |  |   | Karma Ekonomi Modeli         |   |  |                                |  |   |  |   |   |
| Mükayeseli Avantaj Oluşturabilecek Alanlar (Bileşenler)                    | Tasarımların ve Yatırımların Yön ve Şekli                     |                                |  |   |                              | Reel ve Parasal Nispi Dengeler            |  |                                |  |   |  |   |   |
|  | İletişim, Yönetişim Süreci                                    |                                |  |   |                              |   | Ekonomik ve Sosyal Platform                |                                |  |   |  |   |   |
| Mükayeseli Dezavantaj Oluşturabilecek Alanlar (Bileşenler)                 | Jeostratejik Konum, Hinterland                                |                                |  |   |                              |   |  |                                |  |   |  |   |   |
|  | Kara ve Deniz Doğal Kaynak Potansiyeli                        |                                |  |   |                              |   |  |                                |  |   |  |   |   |
| Mükayeseli Dezavantaj Oluşturabilecek Alanlar (Bileşenler)                 | Yeni Nesil Teknolojik Gelişmeler                              |                                |  |   |                              |   |  |                                |  |   |  |   |   |
|  | İş Birliği ve Rekabetin İstikrarlı Dengesi                    |                                |  |   |                              |   |  |                                |  |   |  |   |   |
| Mükayeseli Dezavantaj Oluşturabilecek Alanlar (Bileşenler)                 | Finans, Üretim ve Ticaretin Yapılanma Parametreleri           |                                |  |   |                              |   |  |                                |  |   |  |   |   |
|  | Yeni Anormallikler, Gerçekleşmesi İmkânsız Olanlıklar         |                                |  |   |                              |   |  |                                |  |   |  |   |   |

Şekil 3. Makroekonomik Stratejik Planın Karşılaştırmalı Matrisi

Belirlenen işlemlere göre matris iki ana bloktan oluşmaktadır. İlk blokta, ulusal ve küresel çerçevede ekonomi politik görünümü değerlendirilmektedir. İkinci blokta ise, kamu otoritesi ve iş dünyasından oluşan paydaşların ekonomi politik yükümlülük alanları ve ekonomik ittifaklarının içeriği analiz edilmektedir. Her iki bloğun ortak paydasını, değerlendirme ve analizlerin arka planını, ana

kategorileri oluşturan alanlar ve içeriklerini yansıtan bileşenler şekillendirmektedir. Değerlendirme ve analiz süreçlerinin sonucunda, makroekonomik stratejik planın amacına ulaşabilmek için karar ve uygulamalarda ve eylemlerde dikkate alınması uygun görülen hususlara ulaşılmaktadır.

Makroekonomik stratejik planın amacı; bir ülkenin ekonomisinin diğerlerinden daha başarılı olması, daha iyi performans üretmesini sağlayabilecek tercih ve önceliklerini güncellemek için hangi işlere, işlemlere ve faaliyetlere odaklanması gerektiğini belirlemektir. Şekil 3'te yatay ve dikeyde gösterilen dört ana eksenin (yeşil ve turuncu kutular) yatay ve dikeyde yer alan on iki bileşenin (mavi kutular), tercihlerin ve önceliklerin güncellenme yönünü ve şeklini belirlemektedir. Bu nedenle, bileşenlerin küresel ekonominin ve yükselen piyasaların ulusal ekonomilerinin görünümünü yansıtacak kalitede olması özel önem taşımaktadır. Mevcut durum tespiti yanında planda amaca ulaşma sürecinde ele alınacak hususları kapsayan yol haritasının içeriği de yer almalıdır.

Söz konusu hususlar matriste çapraz olarak sıralanan (pembe kutular) ifadeler üzerinde durulması gereken tematik konular olarak tanımlanmıştır. Her bileşenin kesişim alanında ifade edilen eylem türleri, ilgili bileşenin planın amacına uygun yeniden yapılanması veya yeni tasarımı için yapılması gerekene işaret etmektedir. Tematik konular veya yapılması gerekenler, strateji dokümanı olan planın eylem göstergelerini ve faaliyetlerini ima etmektedir. Bileşenler ve eylem göstergeleri planın parçalarını oluşturduğundan planın kaliteli farklılık üretecek şekilde yeniden yapılandırılmasına odaklandığı ekonomik yapı ve ilişkiler sisteminin bütün özelliklerini içermektedir.

Makroekonomik stratejik planın önemli boyutlarından biri de paydaşların ekonomi politik yükümlülük alanları konusunda da yol gösterici olmasıdır. Kamu otoritesinin ve iş dünyasının kendine özgü yükümlülükleri yanında ortak yükümlülükleri de tanımlanabilmektedir. İşletmelerin stratejik tepki üretme kapasitesini iyileştirme süreci iş dünyasını veya iş dünyasını temsil eden organizasyonların yükümlülük alanı içinde ele alınırken kamu otoritesinin yükümlülük alanına ise ulusal ekonomik güvenlik ve savunma sistemi ile ulusal tasarım konusu girmektedir. Her iki paydaş birlikte iş birliği içinde istikrar dostu üretim/büyüme mekanizması planlama ve uygulama ile kurumsal ekonomi koordinasyonunu işlevselleştirme ile ilgilenmesi imkân ve kaynakların etkin ve verimli kullanılmasına katkı sağlayacak özellik taşımaktadır.

Matriste yer alan ana eksenler, bileşenler ve tematik konular ile paydaşların ekonomi politik yükümlülük alanları Analitik Hiyerarşi Süreci (AHP) kullanılarak ağırlıklandırılmıştır. Böylece, her birinin hem kendi içlerinde hem de genel tablodaki nispi değerler içinde önemleri hesaplanmıştır. Bu mekanizma ile mevcut durum ve muhtemel gelişmeler yeniden değerlendirilerek makroekonomik stratejik planın tasarımındaki yaklaşım biçimi değiştirilebilir ve nispi önemler belirlenebilir. Dolayısıyla, güncellenebilir ve modüler özellikli bu model, yöntem analiz sürecinde konjonktürel ve yapısal analiz süreçlerinde ihtiyaç duyulan yetkinliği de kazandırmaktadır.

## **Yöntem**

Çalışmada yükselen piyasa ekonomileri için Güçlü, Zayıf, Fırsatlar ve Tehditler (SWOT) ve Politik, Ekonomik, Sosyal ve Teknolojik (PEST) faktörlerin analizi mantığı dikkate alınarak geliştirilmiş stratejik plan için iyi değerlendirilmesi/kalitesinin artırılması gereken alanlar, iyileştirilmesi/güncellenmesi gereken alanlar, mukayeseli avantaj oluşturabilecek alanlar ve mukayeseli dezavantaj oluşturabilecek alanlar olmak üzere 4 alan belirlenmiştir. Daha sonra çalışmada, yükselen piyasalar için oluşturulan makroekonomik stratejik planın faktörlerinin önem sıralamasının belirlenmesi amacıyla çok kriterli karar verme tekniklerinden Analitik Hiyerarşi Süreci (AHP) kullanılmıştır.

SWOT analizinin terminolojisinde bileşenler açısından standart bir tanımlama yapmak mümkün olmasa da analize konu olan bu bileşenlerin tanımları şu şekilde sıralanabilir (Capon, 2004; Leigh, 2010):

- ✓ Güç: Yetkinlik, değerli kaynak veya niteliğin içsel bir geliştiricisi
- ✓ Zayıflık: Başarı için gerekli olan yeterlilik, kaynaklar veya niteliklerin içsel engelleyicisi
- ✓ Fırsat: Bir fayda elde etmek için takip edilebilecek veya artık değeri kullandırma yolunu açabilecek bir dışsal performans geliştiricisi
- ✓ Tehdit: Başarıları azaltma potansiyeline sahip dışsal bir performans engelleyicisi

Genellikle şirketlerin stratejik yapılarının belirlenmesi için kullanılan SWOT, bir şirkette bulunan ekibi ve iş performanslarını etkileyen iç ve dış faktörlerin belirlediği bir süreç olarak analiz edilmesini sağlamaktadır. SWOT analizindeki güçlü yönler, işletmelerin amaçlarına ulaşması ve müşterilerine verimli bir şekilde hizmet vermesi için ilgili olan iş kuruluşlarının iç yetenekleri ve olumlu faktörleridir. Zayıf yönler, bir organizasyonun performansını engelleyebilecek veya engelleyebilecek dışsal faktörler veya kısıtlamalardır. Bu nedenle, şirketin güçlü ve zayıf yönleri içsel unsurlardır. SWOT analizindeki fırsatlar, kuruluşlar dışında bağlantıları olan iş kuruluşlarını destekleyebilecek veya kolaylaştırabilecek faktörler veya özelliklerdir. Firmaların avantajlarından yararlanabilecekleri faktörler ise dış faktörlerdir. Tehditler, ulaşılabilir hedefleri engelleyebilecek veya geciktirebilecek şirket dışındaki olumsuz faktörlerle ilgilendirilir. Bu nedenle, fırsatlar ve tehditler çevresel faktörler olarak görülmektedir. Mevcut durumun SWOT analizi ile ortaya çıkarılması ile yeni içgörüler elde edilerek şablonlardan oluşan araç setleri sayesinde kurumlar rekabetçi ve stratejik hale getirilebilir (Gurl, 2019).

Literatürde ülkelerin çevresel, sosyal ve ekonomik olarak durumunun tespiti için SWOT tekniği sıklıkla kullanılmaktadır (Duarte, Helms, Anderson, & Etkin, 2006; Helms, Rodriguez, & Hargrave, 2011; Rachid & El Fadel, 2013; Hadjichambis, Reis, & Paraskeva-Hadjichambi, 2019). Örneğin, Duarte vd.(2006) çalışmalarında bu analizi kullanarak Venezuela'nın güçlü yönlerini, zayıf yönlerini, fırsatlarını ve tehditlerini belirlemişlerdir. Çalışmada elde edilen bulgulara dayanarak Venezuela reformuna uygun hedefler ve politikalar sunulmuştur. Helms, Rodriguez ve Hargrave (2011) çalışmalarında Arjantin'in girişimcilik potansiyelini SWOT tekniği ile değerlendirmişlerdir.

Mbazima, Mbonane ve Masekameni (2021) çalışmasında, güçlü, zayıf yönler, fırsatlar ve tehditler analiz çerçevesini kullanarak Güney Afrika Cumhuriyeti'ndeki çevre sağlığını değerlendirmiştir.

Çalışmada baz alınan diğer bir analiz tekniği olan PEST, politik, ekonomik, sosyal ve teknolojik olmak üzere dört değişim kaynağının karşılık gelmektedir. PEST analizi, stratejik riski anlamak için güçlü ve yaygın olarak kullanılan bir araçtır. PEST içerisinde yer alan faktörler şu şekilde özetlenebilir (Sammut Bonnici & Galea, 2014):

- ✓ Politik Faktörler: Politika yapıcıların müdahale etme olasılığının bir göstergesi olarak ele alınabilir. Ticari kısıtlamalar ve politik istikrar da bir kurumun başarısını veya başarısızlığını belirleyebilecek zorunlu faktörlerdir.
- ✓ Ekonomik Faktörler: Ekonomik faktörler; bir ülkenin, piyasanın veya endüstrinin kârlılığı ve genel çekiciliği üzerinde en belirgin etkiye sahip faktörlerdendir. Bir ulusal ekonomi veya belirli bir endüstri sektörü için kullanılan ekonomik performansın en popüler göstergeleri; uluslararası ekonomik ilişkiler, ekonomik eğilimler, vergilendirme, ekonomik döngülerin mevsimselliği, piyasa ve ticaret döngüleri, dağıtım kanalları ve pazarlara erişim, GSYH, tüketici satın alma gücü, faiz, enflasyon ve döviz kuru olarak ifade edilebilir.
- ✓ Sosyal Faktörler: Sosyal eğilimler, çalışma kalıplarını yahut tutumlarını, tüketici zevklerini yahut da tercihlerini ve bir ürün veya hizmete yönelik talebin belirli türünü, biçimini ve hacmini göstermektedir. İçinde bulunulan toplumun davranışlarını izlemek, yorumlamak ve bunlara uygun politikalar üretmek önemlidir.
- ✓ Teknolojik Faktörler: Teknolojik değişim özellikle mevcut sınırlamaları zorlamaya çalışan girişimciler tarafından yaratılan yenilikçilik isteğinden kaynaklanmaktadır. Teknolojik atılımlar bazı endüstrilerin sonunu getirebileceği gibi yenileri için fırsatlar yaratabilir.

Literatürde PEST analizi; çevre, eğitim, ticaret vb. olmak üzere çok geniş bir çerçevede değerlendirme yapmak için kullanılmaktadır (Doherty, Steel, & Parrish, 2012; Barbara, Cortis, Perotti, Sammut, & Vella, 2017; Shtal, Buriak, & Amirbekuly, 2018; Zhao, Liu, & Xue, 2019; Cox, 2021). Örneğin, Barbara vd. (2017) çalışmalarında, Avrupa'nın ekonomik istikrarı için önemli bir rol oynayan sigorta sektörünün karşı karşıya olduğu tehditleri ve fırsatları dikkatli bir şekilde belirlemek amacıyla PEST analizi kullanmışlar ve temel zorlukları tespit etmişlerdir.

Literatürde SWOT ve PEST analizini birlikte değerlendiren çalışmalar da bulunmaktadır (Ha & Coghill, 2006; Shabanova, Ismagilove, Salimov, & Akhmadeev, 2015). PEST analizi ve varyasyonları, stratejik yönetim sürecinde değerlendirme aşamasının bir parçasını oluşturmaktadır. Süreç, kurumların çevrelerinin derinlemesine bir analiziyle başlamaktadır. Dış çevre analizi, SWOT analizinin "OT" (içsel güçlü ve içsel zayıf yönler, dışsal fırsatlar ve dışsal tehditler) bölümünü oluşturur (Sammut Bonnici & Galea, 2014). PEST ve SWOT'u birleştirmenin faydası eklektik bakış açısı oluşturulması yoluyla bütünsel bir değerlendirme imkânının sunulmasını sağlamaktadır.

Analitik Hiyerarşi Süreci kullanılarak yapılan çok kriterli karar verme, alternatiflerin veya projelerin önceliklendirilmesi ve seçiminde birçok değişken veya kriterin dikkate alındığı karmaşık ortamlarda karar verme tekniğidir. AHP yaklaşımı bir hedefe ulaşmak için alternatifleri; kriterler ve alt kriterler açısından değerlendirmektedir. İlk olarak, karşılıklı matris formunda ve dokuz puanlık bir ölçekte amaç ölçütleri arasında ikili karşılaştırmalar yapılır. Daha sonra alt kriterler, önceki süreçleri olmadan değerlendirilir ve bu süreç alternatiflerin en düşük katmanına ulaşana kadar devam eder (Saaty, 2001; Saaty, 2008).

**Tablo 1.** Saaty Önem Ölçeği

| Önem Derecesi | Tanımı                    |
|---------------|---------------------------|
| 1             | Esit Derecede Önemli      |
| 3             | Orta Derecede Önemli      |
| 5             | Güçlü Derecede Önemde     |
| 7             | Çok Güçlü Derecede Önemde |
| 9             | Son Derece Önemli         |
| 2,4,6,8       | Ara Değerler              |

**Kaynak:** (Saaty, The Analytic Hierarchy and Analytic Network Measurement Processes: applications to decisions under risk, 2008; Ekren & Fındıkçı, 2016)

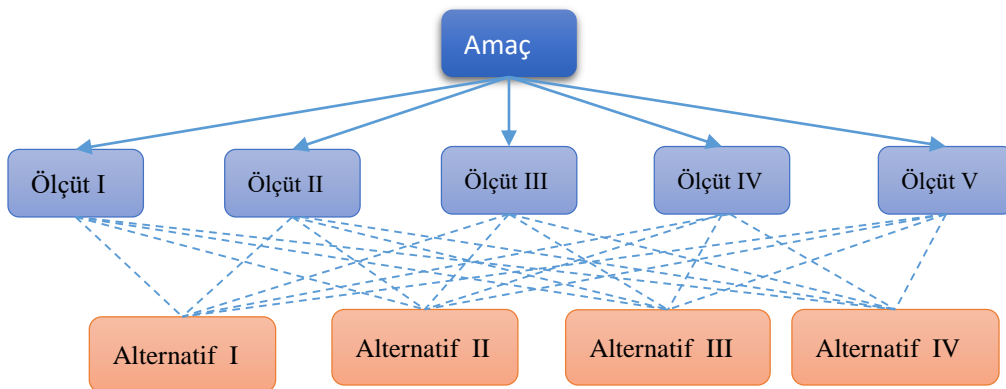
İkili karşılaştırma matrisi  $A(a_{ij})$ , öncelik matrisi  $B(b_j)$  ile çarpılarak  $C(c_i)$  matrisi elde edilir (Cheng & Li, 2001):

$$c_i = \sum_{j=1}^n a_{ij}b_j \quad i = (1, 2, \dots, n)$$

Daha sonra C vektörünü B vektöründeki karşılık gelen değerlere bölerek D öz vektörünü elde edilir. D vektöründeki sayıların ortalamasını alarak maksimum öz değeri ( $\lambda_{mak}$ ) bulunur. n büyüklüğünde bir matris için tutarlılık endeksini (CI) şu şekilde hesaplanır:

$$CI = (\lambda_{mak} - n)/(n - 1)$$

Tutarlılık oranını (CR) ise tutarlılık endeksi rastsallık endeksine bölünerek elde edilir ( $CR = CI / RI$ ). Bu değer  $CR < 0.10$  karar vericinin yapmış olduğu ikili karşılaştırmaların tutarlı olduğunu göstermektedir.



**Şekil 4.** Analitik Hiyerarşi Sürecinin Genel Yapısı



## **Veri Seti**

Çalışmada yükselen piyasa ekonomilerine ilişkin makroekonomik performans ve istikrar göstergeleri kullanılmıştır. Bu bağlamda seçilmiş ülkelerin 2002-2020 dönemine ait veriler kullanılarak eğilimleri değerlendirilmiştir. Böylece makroekonomik stratejik plana ilişkin bileşenler belirlenirken göstergelere göre ülkelerin görünümüleri, ekonomik fırsat ve tehditleri de dikkate alınmıştır.

## **Yükselen Piyasaların Makroekonomik Görünümü**

Çalışmada öncelikle yükselen piyasa ekonomilerinin makroekonomik performans göstergeleri değerlendirilmiştir. Seçilmiş olan yükselen ekonomilerin, makroekonomik performans ve istikrar göstergeleri beşer yıllık ortalamalar alınarak incelenmiştir. Çalışmada yer alan ülkelere ait verilerden oluşturulmuş grafiklere ekte yer verilmiştir.

Büyüme oranlarına ilişkin veriler incelendiğinde (Şekil 5) 2002-2021 dönemi içinde 5 yıllık ortalama bazında en yüksek büyüme performansına sahip ilk iki ülke Çin ve Hindistan olurken 2017-2021 döneminde Çin'den sonra en iyi performansa sahip ülkenin Türkiye olduğu görülmektedir. Dönemlere göre en düşük ortalama büyüme oranına sahip ülkeler farklılık gösterirken 2002-2006 döneminde İsrail, 2007-2011 döneminde Macaristan, 2017-2021 döneminde Tayland en düşük ortalama büyüme oranına sahip ülkeler olsalar da büyüme oranları pozitifdir. Ukrayna'nın periyotlar bazında ele alınan tüm performans göstergelerinde oldukça alt sıralarda yer aldığı görülmüştür ancak ilk kez 2012-2016 döneminde negatif büyüme oranı kaydetmiştir. Ukrayna'da çatışmaların ortaya çıkışı, seçim dönemi ve Kırım'ın işgali gibi siyasal bir konjonktürel geçiş dönemi yaşamasının etkilerinin olduğu açıktır.

Şekil 6'da incelenen dönem içerisinde enflasyon oranları genellikle %10 bandının altında seyretmiş olsa da Türkiye ve Ukrayna gibi ülkelerin yaşadıkları farklı ekonomik konjonktürler nedeniyle %10 bandının zaman zaman üzerine çıktıkları görülmektedir. Enflasyon oranı açısından; AB üyesi ülkeler ve Doğu'nun yükselen piyasaları olarak görülen Çin, Malezya, Tayvan, Güney Kore ve İsrail'in beşer yıllık periyotların son iki döneminde ortalamanın oldukça altında yer almaktadır. Dolayısıyla yapısal eksikliklerde ve üretim mekanizmalarında gerekli atılımları yapmış ülkelerin enflasyon oranlarının nispeten düşük olduğu anlaşılmaktadır. Ancak bazı dönemlerde yaşanan düşük enflasyonun yanı sıra negatif enflasyon üretim süreçlerindeki aksama ve tüketim eğilimlerinde yavaşlamaya işaret edebilir. Literatürde yapılan farklı çalışmalar hem deflasyonun maliyetini yüksek olduğuna hem de enflasyonun ekonomideki rolüne dikkat çekerek her ülke için bireysel ekonomik koşullarında belirli bir oranda enflasyonun önemine dikkat çekmektedir (Billi & Kahn, 2008; Brunnermeier & Sannikov, 2016; Sapir, 2006). Bu nedenle ekonomilerde canlanma ve üretim süreçlerinin devamlılığı bakımından her ülkenin kendi koşullarına uygun olarak belirlenebilecek optimal bir enflasyon oranı olması önemlidir.

Şekil 7’de ülkelerin işsizlik oranı hususunda benzer bir eğilim izledikleri ve genellikle %15 bandının altında kaldıkları belirlenmiştir. İncelenen yükselen piyasalardan AB üyesi olanların belirli dönemlerde yüksek işsizlik oranına sahip olduğu görülmektedir. Ancak bu yükselen piyasaların genelinin AB üyesi oldukları tarihlerden sonra işsizlik oranlarında düşüş yaşandığı gözlenmiştir. Tayland, Tayvan, Malezya ve Güney Kore listede en düşük işsizlik oranına sahip olan ülkeler olarak belirlenmiştir. Burada dikkat çekici olan nokta ise kolektivist kültüre sahip Uzak Doğu ülkelerinin işsizlik oranlarını düşük tutmakta genel anlamda başarılı olduğu görülürken, bir ekonomik birlik içerisinde yer alan ve kolektivist kültüre bir noktada adapte olan ülkelerin üyeliklerini takip eden yıllarda işsizlik oranlarında düşüş yaşanmasıdır<sup>2</sup>.

Çalışmada döviz kurundaki dalgalanmaların yapısının belirlemesi için beş yıl içerisindeki değişim oranı ele alınmıştır. Şekil 8’de döviz kurlarındaki ortalama değişimin 2002-2006 döneminde yükselen piyasa ekonomilerinde yerel para birimlerinin dolara karşı değer kazandığı görülürken 2008 Küresel Finans Krizi’nin ardından piyasalarda bir dönüşüm süreci başlamış bazı ülkelerin para birimlerinde değer kayıpları oluşmuştur. Bu süreçte yükselen piyasalar krizi israf etmemek adına yeni tedbirler ve politikalar üretmeye çalışmışlardır. Zira üretilen politikalarda başarılı olan ülkelerin yanı sıra krizi doğru şekilde değerlendiremeyen/para ve maliye politikalarında yeterli atılımın yapılamadığı ülkeler olduğu da görülmüştür. Öte yandan, yerel para birimlerinde dolara karşı yaşanan değer kayıpları COVID-19 Krizi ile daha dalgalı hale gelmiştir.

Cari denge performanslarında Çin en yüksek seviyede cari fazlası olan ülke olmasına karşın Şekil 9’da görüldüğü üzere, inceleme cari denge/GSYH oranlamasına göre yapıldığında 2002-2006 ve 2007-2011 dönemlerinde en iyi performansa sahip ülkelerin Malezya ve Tayvan olduğu görülmektedir. 2002-2006 ve 2007-2011 dönemlerinden farklı olarak Güney Kore 2012-2016 döneminde cari denge/GSYH açısından Tayvan’dan sonra en iyi performansı göstermektedir. Ancak 2017-2021 dönemi hem ülkelerin ulusal sorunları hem de 2019 yılında başlayan COVID-19 krizi makroekonomik performanslarda farklılıklara neden olmuştur. Bu durum ülkelerin cari denge performansına da yansımış bazı ülkeler krizi değerlendirerek performansını arttırırken, bazı ülkelerinde performansının düşmesine sebep olmuştur.

Şekil 10’da verilen grafikler incelendiğinde ülkelerin genellikle bütçe dengesinde açık verdiği görülmektedir. 2017-2021 periyodu dışındaki dönemlerde Güney Kore, Türkiye ve Bulgaristan bütçe fazlası veren ülkelerdendir. 2017 sonrası dünya ekonomisinde küresel değişimler ve 2020 COVID-19 Krizi’nin etkisi ile yapılan toparlanma teşvikleri ile tüm ülkelerin bütçe dengesinin bozulmasının ardındaki sebeplerden birisidir. Şekil 11’de yükselen piyasaların borç/GSYH oranlarının genelde yüksek seviyelerde olduğu görülürken 2002-2006 ve 2017-2021 periyotlarında %80’i aşan ülkelerin

---

<sup>2</sup> Örgüt kültüründe bireycilik ve kolektivizmin yoğun olduğu kültürel yapılar hakkında daha detaylı bilgi için bkz: (Hofstede, 1980; Martella & Maass, 2000; Green, Deschamps., & Paez, 2005).

olduğu görülmektedir. Hindistan ve İsrail'in borçlanma oranları yüksek olmasına rağmen diğer göstergeleri incelendiğinde performanslarının iyi olduğu görülmektedir. Burada unutulmaması gereken ise borç/GSYH, cari denge/GSYH ve bütçe dengesi/GSYH'nin ekonomik açıdan alternatif maliyet olarak değerlendirilmiştir. Bu nedenle borçlanan, cari dengesinde ve/veya bütçe dengesinden açık veren ülkelerin makroekonomik performans göstergelerinin eğilimin yön/şekli önemlidir. Çünkü ülkelerin elde ettikleri performansın ürettiği yan etki olarak alternatif maliyet göstergelerinin ekonomik açıdan yerinde kullanıp/kullanmadıklarını göstermektedir. Bu nokta alternatif maliyet göstergelerinin sürdürülebilirliğinin sağlanıp sağlanmaması, maliyetlerin yönetiminde ve kullanımında ilgili ülkelerin yetkinleşip yetkinleşmemesi açısından kritiktir.

Şekil 12'de incelenen ülkelerin tasarruf oranları %50 oranının altında seyrettiği görülmekle beraber Çin, Güney Kore ve Tayvan'ın yüksek tasarruf oranlarına sahip olduğu Polonya, Bulgaristan ve Ukrayna gibi ülkelerin tasarruf oranlarının %20'nin altında kaldığı belirlenmiştir. Tasarruf oranlarının yüksekliği ülkelerin kalkınma hamleleri için oldukça önemlidir (Adams, 1971; Harbaugh, 2004). Ayrıca Şekil 13'te incelenen ülkelerin yatırım oranlarının %50'nin altında olduğu görülmekle beraber ülkelerde bu yatırımların hangi kalemlere yansıtıldığının detaylı incelenmesi ekonomik kalkınmanın biçimlendirilmesi açısından önemini de ortaya çıkaracaktır.

### ***Bulgular***

Çalışmada öncelikle SWOT ve PEST analizlerinin metodolojisine uygun olarak içsel ve dışsal faktörler belirlenmiştir. Makroekonomik stratejik plan yaklaşımına göre, yükselen piyasa ekonomilerinin iyi değerlendirilmesi/kalitesinin artırılması gereken alanlar, iyileştirilmesi/güncellenmesi gereken alanlar, mukayeseli avantaj oluşturabilecek alanlar ve mukayeseli dezavantaj oluşturabilecek alanları ana eksenler olarak tasnif edilmiştir. Daha sonra, analizde yer alan ana eksenlere ilişkin ikili karşılaştırmalar yapılmış, her bir ana ekseninde yer alan bileşenlerin grup içi önem dereceleri belirlenmiş ve her bir bileşen için bütünlük önem dereceleri tespit edilmiştir. Ardından bileşen ait önem dereceleri matrisi ile her bir stratejiye ilişkin oluşturulan önem derecesi ağırlıkları matrisi çarpılarak stratejilerinin önem sırası belirlenmiştir.

Analizde yer alan tüm bileşenlerin bütünlük önem dereceleri, derlenen ve değerlendirilen veri ve bilgiler doğrultusunda yapılan çalışma sonucunda belirlenmiştir. Karşılaştırmada Saaty (1980) tarafından önerilen 1-9 karşılaştırma ölçeği kullanılmıştır. Bileşenler karşılaştırılarak önem derecesinin belirlenmesi sürecinde karar vermede çalışma grubu makroekonomik göstergeler ve ulusal/uluslararası rapor/plan ve programlara göre ifade ettiği görüşleri dikkate alınmıştır. AHP analizi sonucunda en önemli ana eksen %31 ile mukayeseli dezavantaj oluşturabilecek alanları olurken en az öneme sahip ana eksen ise 0.19 ile iyi değerlendirilmesi/kalitesinin artırılması gereken alanlar olmuştur (bkz. Tablo 2).

Ardından bileşen ağırlıklarıyla ana eksen ağırlıkları çarpılarak AHP modelinde yer aldığı üzere küresel ağırlıklar elde edilmiştir. Küresel ağırlıklara göre en önemli alt bileşenler mukayeseli dezavantaj oluşturacak alanlardan olan iş birliği ve rekabetin istikrarsız dengesi ile finans, üretim ve ticaretin yapılanma parametreleri olarak tespit edilmiştir (bkz. Tablo 2).

Bulgular sonucunda ilk sırada yer alan ve en çok önem verilmesi gereken strateji %34 önem derecesi ile kamu otoritesinin yükümlülüğü olarak ele alınan “ulusal ekonomik güvenlik ve savunma sistemini, ulusal yapı ve ilişkiler sistemini güçlendirmesi” olarak belirlenmiştir. İkinci en önemli stratejinin %27 ile iş dünyasının yükümlülüğü olarak ifade edilen “işletmelerin stratejik tepki üretme kapasitesinin iyileştirilmesi” olduğu tespit edilmiştir. Üçüncü ve dördüncü stratejiler kamu ve iş dünyası iş birliği/ortak yükümlülükler şeklinde ele alınmış ve hemen hemen yakın öneme sahip oldukları belirlenmiştir. Bu noktada “istikrar dostu üretim/büyüme mekanizmasının planlanması ve uygulanması” ile “kurumsal koordinasyonun işlevselleştirilmesi” yükselen piyasalar için ilk iki önceliklerini gerçekleştirdiklerinde gündeme almaları gereken diğer konular olarak ifade edilebilir.

Ekren, Fındıkcı Erdoğan ve Bildik (2020) çalışmasıyla Yükselen Piyasalar Karması makroekonomik performansa göre belirlenmiştir. Bu çalışmayla da yükselen piyasa ekonomilerinin tercihlerini ve önceliklerini güncelleme sürecinde makroekonomik stratejik planın rol/fonksiyonu ele alınmıştır. Daha sonra ise seçilecek yükselen piyasa grubu veya ülke için ana stratejilere uygun modüler makroekonomik program tasarımı önerisi üzerinde çalışılması planlanmaktadır.

**Tablo 2. Makroekonomik Stratejik Planın Karşılaştırmalı Matrisi Ağırlıklı**

|   |            |  |                  |                    | 0.2687   | 0.1870  | 0.1817  | 0.3521  |       |
|---|------------|--|------------------|--------------------|--|---|---|---|-------|
|   |            |  |                  |                    | İŞ DÜNYASININ YÜKÜMLÜLÜĞÜ                                      | KAMU OTORİTESİ VE İŞ DÜNYASI İŞ BİRLİĞİ             | KAMU OTORİTESİ VE İŞ DÜNYASI İŞ BİRLİĞİ                         | KAMU OTORİTESİ YÜKÜMLÜLÜĞÜ  |       |
| Ana Eksenler  | Grup Skoru | Bileşenler   | Yerel Ağırlıklar | Küresel Ağırlıklar | (İşletmelerin Stratejik Tepki Üretme Kapasitesini İyileştirme) | (Kurumsal Ekonomi Koordinasyonunu İşlevselleştirme) | (İstikrar Dostu Üretim/Büyüme Mekanizması Planlama ve uygulama) | (Ulusal Ekonomik Güvenlik ve Savunma Sistemini, Ulusal Yapı ve İlişkiler Sistemini Güçlendirilmesi) |       |
| İyi değerlendirilmesi / kalitesinin artırılması gereken alanlar   | 0.19       | GSYH'nin Düzey ve Kompozisyonu                         | 0.198            | 0.037              | 0.276  | 0.119   | 0.462   | 0.144   |       |
|   |            | Özel Sektörün Kapasite ve Performansı                  | 0.312            | 0.059              | 0.466  | 0.277   | 0.161   | 0.096   |       |
|   |            | Demografik Yapı ve Özellikleri                         | 0.490            | 0.093              | 0.207  | 0.207   | 0.096   | 0.464   |       |
| Mukayeseli avantaj oluşturabilecek alanlar  | 0.24       | Jeostratejik Konum, Hinterland                         | 0.411            | 0.100              | 0.450  | 0.142   | 0.087   | 0.321   |       |
|   |            | Kara ve Deniz Doğal Kaynak Potansiyeli                 | 0.261            | 0.064              | 0.466  | 0.161   | 0.096   | 0.277   |       |
|   |            | Yeni Nesil Teknolojik Gelişmeler                       | 0.328            | 0.080              | 0.186  | 0.099   | 0.251   | 0.463   |       |
| Mukayeseli dezavantaj oluşturabilecek alanlar   | 0.31       | İş Birliği ve Rekabetin İstikrarsız Dengesi            | 0.443            | 0.138              | 0.277  | 0.161   | 0.096   | 0.466   |       |
|   |            | Finans, Üretim ve Ticaretin Yapılanma Parametreleri    | 0.387            | 0.120              | 0.277  | 0.161   | 0.096   | 0.466   |       |
|   |            | Yeni Anormallikler, Gerçekleşmesi İmkânsız Olasılıklar | 0.170            | 0.053              | 0.277  | 0.161   | 0.096   | 0.466   |       |
| İyileştirilmesi/ Güncellenmesi gereken alanlar  | 0.26       | Kamunun Rol ve Fonksiyonları                           | 0.411            | 0.105              | 0.096  | 0.277   | 0.161   | 0.466   |       |
|   |            | Tasarrufların ve Yatırımların Yön ve Şekli             | 0.328            | 0.084              | 0.161  | 0.277   | 0.466   | 0.096   |       |
|   |            | İletişim, Yönetişim Süreci                             | 0.261            | 0.067              | 0.182  | 0.182   | 0.379   | 0.138   |       |
| Karşılaştırmaların Tutarlılık Oranı   |            |  |                  |                    |  |   |   |   |       |
| <p>Grup Skorlar n:4 λ: 4.236 CI: 0.079 CR:0.087<br/> Yerel Ağırlıkları G1: n:3 λ: 3.054 CI: 0.0268 CR:0.046<br/> G2: n:3 λ: 3.054 CI: 0.0268 CR:0.046<br/> G3: n:3 λ: 3.018 CI: 0.009 CR:0.016<br/> G4: n:3 λ:3.054 CI: 0.0268 CR:0.046</p> |            |  |                  |                    | Kriterler-Stratejiler  |   |   |   |       |
|   |            |  |                  |                    |  | n   | λ   | CI  | CR    |
|   |            |  |                  |                    | K1   | 4   | 4.157   | 0.052   | 0.058 |
|   |            |  |                  |                    | K2   | 4   | 4.031   | 0.010   | 0.011 |
|   |            |  |                  |                    | K3   | 4   | 4.177   | 0.059   | 0.065 |
|   |            |  |                  |                    | K4   | 4   | 4.081   | 0.027   | 0.030 |
|   |            |  |                  |                    | K5   | 4   | 4.031   | 0.010   | 0.011 |
|   |            |  |                  |                    | K6   | 4   | 4.126   | 0.042   | 0.047 |
|   |            |  |                  |                    | K7   | 4   | 4.031   | 0.010   | 0.011 |
|   |            |  |                  |                    | K8   | 4   | 4.031   | 0.010   | 0.011 |
|   |            |  |                  |                    | K9   | 4   | 4.031   | 0.010   | 0.011 |
|   |            |  |                  |                    | K10  | 4   | 4.031   | 0.010   | 0.011 |
|   |            |  |                  |                    | K11  | 4   | 4.031   | 0.010   | 0.011 |
| K12   | 4          | 4.217  | 0.072            | 0.080              |  |   |   |   |       |

## SONUÇ

Bu yüzyılın ilk 20 yıllık dönemi, 20. yüzyıldan devreden istikrarsızlıkların, krizlerin, dengesizliklerin ve eşitsizliklerin yanında 21. yüzyıla özgü; öngörülemeyen, farklı ekonomik neden ve/veya sonuçlara yenilerini de ekleyerek ve değişerek bir süreci ortaya çıkarmıştır. Söz konusu süreç ve görünüm, küresel ve ulusal düzeylerde oldukça büyük tutarlara ulaşan maliyetler de üretmiştir. Yükselen piyasa ekonomilerinin, mevcut durumu ve muhtemel geleceği algılama ve uygun tepki üretebilmesi, ulusal ekonomilerinin tercihlerini ve önceliklerini güncelleme yetkinliğine bağlı olacaktır. Ekonomik yapı ve ilişkiler sistemi ile makroekonomik stratejik plan bu yetkinliğin kazanılmasında önemli perspektif sunmaktadır.

Ekonomik yapı ve ilişkiler sistemi; ekonominin işleyişini, ekonomi politik bakış açısıyla, makro ve mikro boyutlarda açıklamayı sağlayacak şekilde tasarlanmıştır. Sistemin teorik ve uygulama çerçevesini kavramsallaştırmak amacıyla bu çerçevede farklı bir ekonomi tanımı da yapılmıştır. Yükselen piyasa ekonomilerinin, ulusal ve küresel gelişmeleri dikkate alarak sisteme ihtiyaçlarına uygun ne tür ek modüller ve bileşenler eklemesi gerektiğine de değinilmiştir.

Makroekonomik stratejik plan, ulusal ve küresel ekonomi politik görünümün değerlendirilmesinde dikkate alınması uygun görülen eksenler ve bileşenler göz önünde bulundurularak tasarlanmıştır. Plan, ayrıca, ekonomi yönetiminin ve şirketler kesiminin ekonomi politik rol ve fonksiyonlarına işaret etmektedir. Her iki konunun ortak paydası özelliği taşıyan eylem alanları olarak da tanımlanabilecek tematik konular da belirlenmiştir.

Matris terminolojisi çerçevesinde, yükselen piyasa ekonomilerinin genel durumunu yansıtacak formatta hazırlanan planın içeriklerinin ve göstergelerinin ağırlıklandırılmasında AHP metodolojisi kullanılmıştır. İlk aşamada, ana eksenler ile ilişkili bileşenlerin önem sıralaması ulusal ve küresel ekonomi politik görünüm dikkate alınarak belirlenmiştir. Daha sonra AHP modeliyle, matriste yer alan tüm değişkenlerin ağırlıklarını hesaplanmıştır. Bu yaklaşım, matrisin her parçasının birbirine bağlı olduğuna, matrisin genel özelliklerini yansıttığına dayanmaktadır. Modelin algoritması, kantitatif ve kalitatif göstergelerin, bilginin ve tecrübenin dikkate alınmasını mümkün kıldığından ekonomi politik ilişkileri yansıtabilme özelliğine sahiptir.

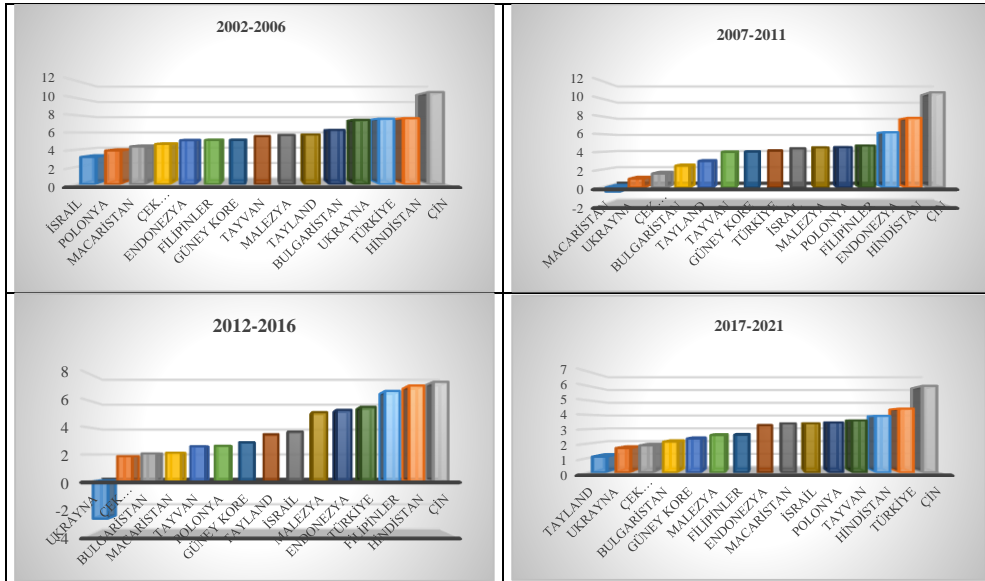
Ulusal ekonominin kırılganlıkları, karşılaşılabileceği muhtemel tehditler, korunması gereken aktifler ve değerler arasında ilişkileri yeniden yapılandırmaya odaklanan plan, karar alma ve uygulama sürecinin önemli araçlarından biri olabilecek özellikler taşımaktadır. Planın amacı, sahip olunan imkân ve kaynakların kullanım yön ve şeklini yeniden yapılandırarak ekonomik yapı ve ilişkiler sisteminin kaliteli farklılık üretmesi için uygun ortam hazırlamaktır.

Makroekonomik stratejik planın belirlenecek yükselen piyasa ekonomisi bazında daha detaylı modeli bir başka çalışmada ele alınacaktır. Paydaşların ekonomi politik yükümlülük alanlarının içerikleri, bu alanlarla ilgili eylemlerin uygulama mekanizması ise seçilen yükselen piyasa ekonomisinin

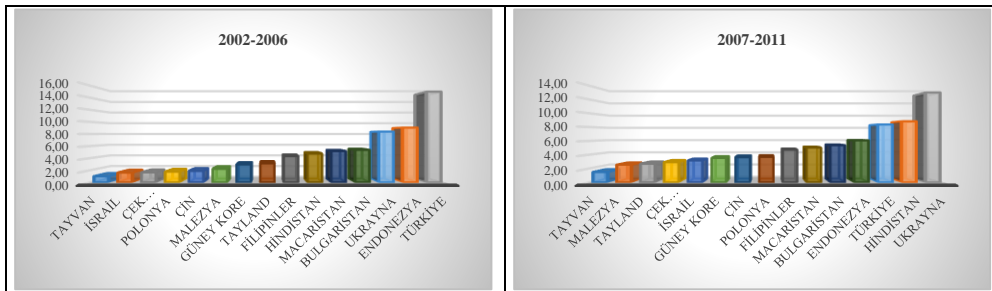
ihtiyaçlarına uygun formata göre tanımlanacaktır. Diğer bir ifadeyle, söz konusu mekanizma ile ilgili araçları ve stratejileri içeren yol haritası da çalışma ifade edilecektir.

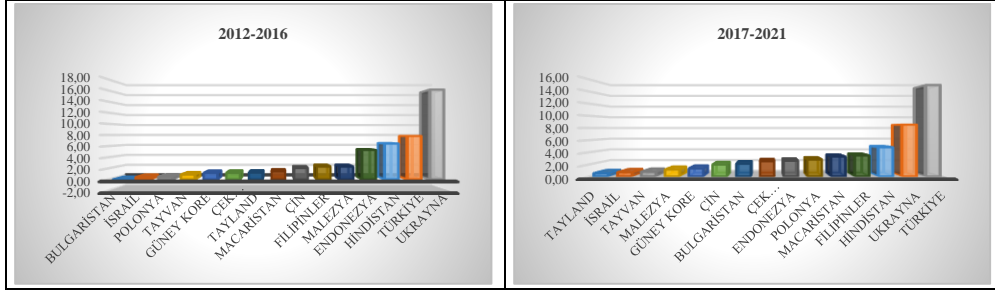
Ekren, Fındıkcı Erdoğan ve Bildik (2020) çalışmasında yükselen piyasa ekonomilerinin performanslarına göre sıralama metodolojisiyle bu makalede ele alınan yükselen piyasa ekonomilerinin tercih ve önceliklerini güncellemeye yönelik stratejik plan terminolojisi ortak paydaya sahiptir. Bu eşleşme; yükselen piyasa ekonomilerinin, makroekonomik kapasitelerini ve performanslarını iyileştirmeyi dikkate almasına ek olarak ihtiyaçlarına ve sorunlarının çözümüne yönelik bileşenleri içeren modüler ekonomik programa sahip olmalarının önemini ima etmektedir. Mukayeseli makroekonomik performans trendlerini izlemek ve değerlendirmek ve krizlere tepki modellerini/yöntemlerini geliştirmek ve uygulamak istikrar dönemlerinin reform matrislerini oluşturmak her zaman önemli olagelmıştır. Makroekonomi politik içeriği olan ulusal ekonomi alanı yükselen piyasa ekonomileri açısından, bu nedenle, özel önem taşımaktadır. Dolayısıyla, ekonomik yapı ve ilişkiler sistemi ile makroekonomik stratejik plan, bir alan olarak ulusal ekonomi bilim dalının gündeme gelmesinin önemine işaret etmektedir.

## EKLER

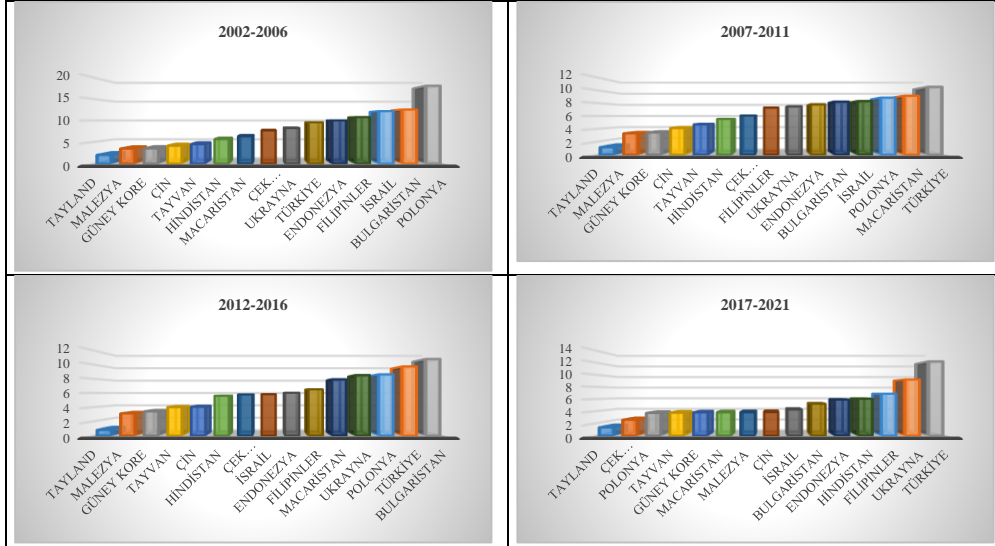


Şekil 5. 2002-2021 Büyüme Oranlarının Beşer Yıllık Ortalaması

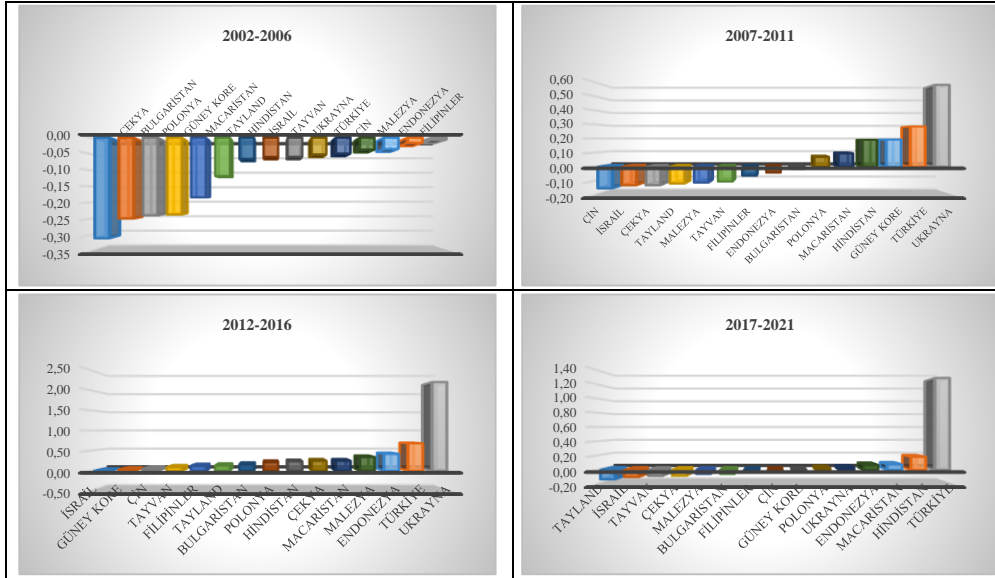




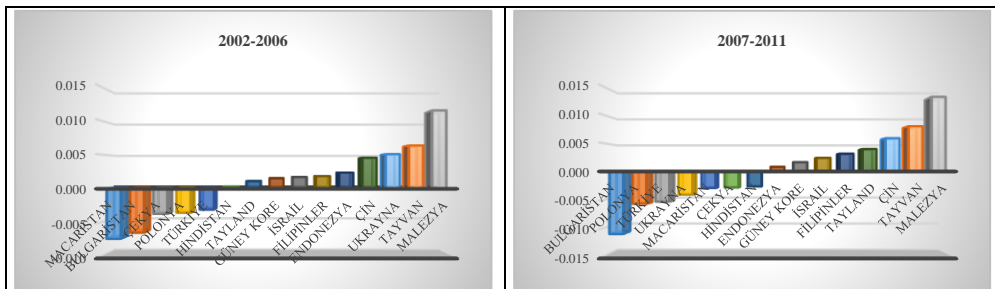
Şekil 6.2002-2021 Enflasyon Oranlarının Beşer Yıllık Ortalaması



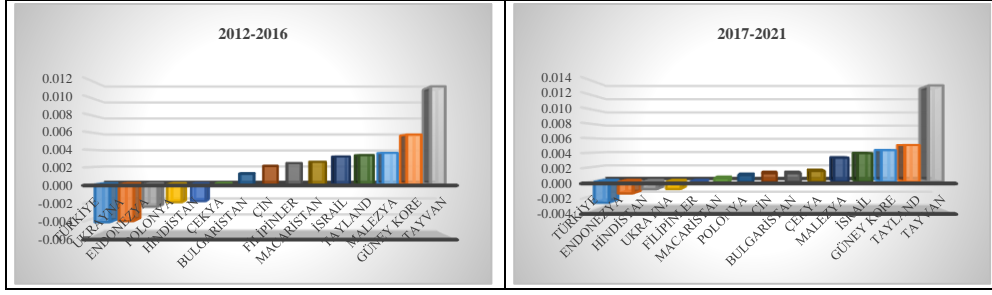
Şekil 7.2002-2021 İşsizlik Oranlarının Beşer Yıllık Ortalaması



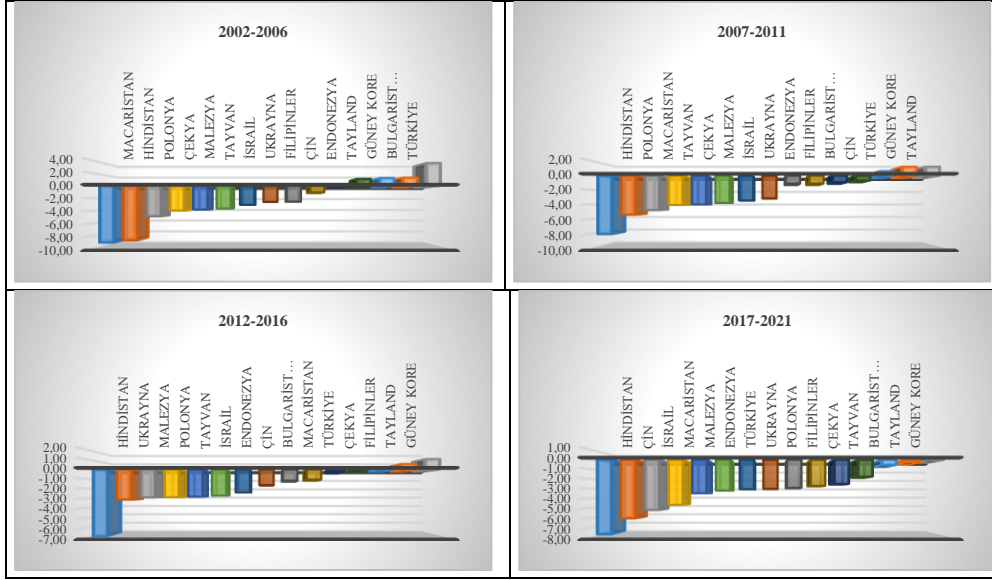
Şekil 8.2002-2021 Döviz Kuru Değişim Oranları



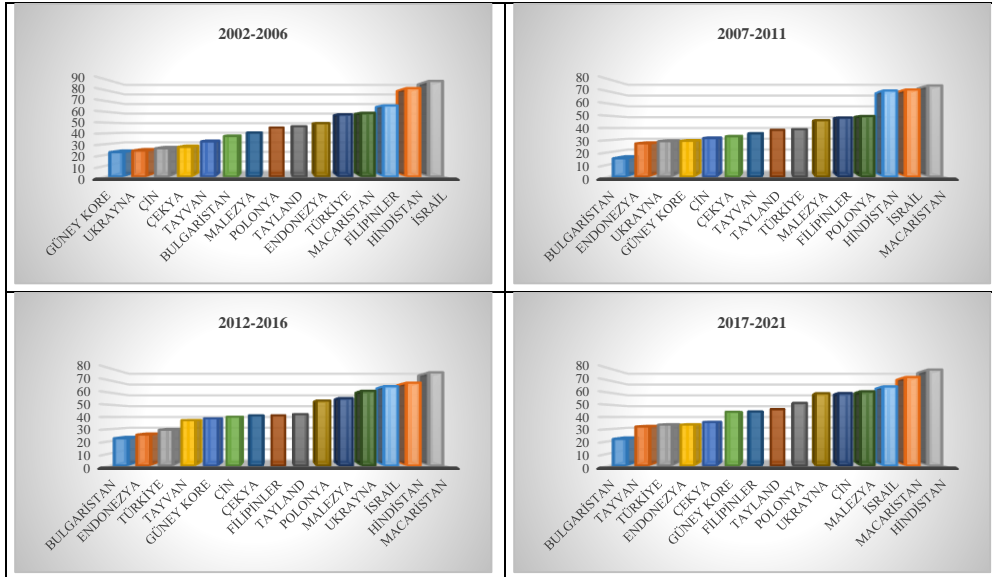




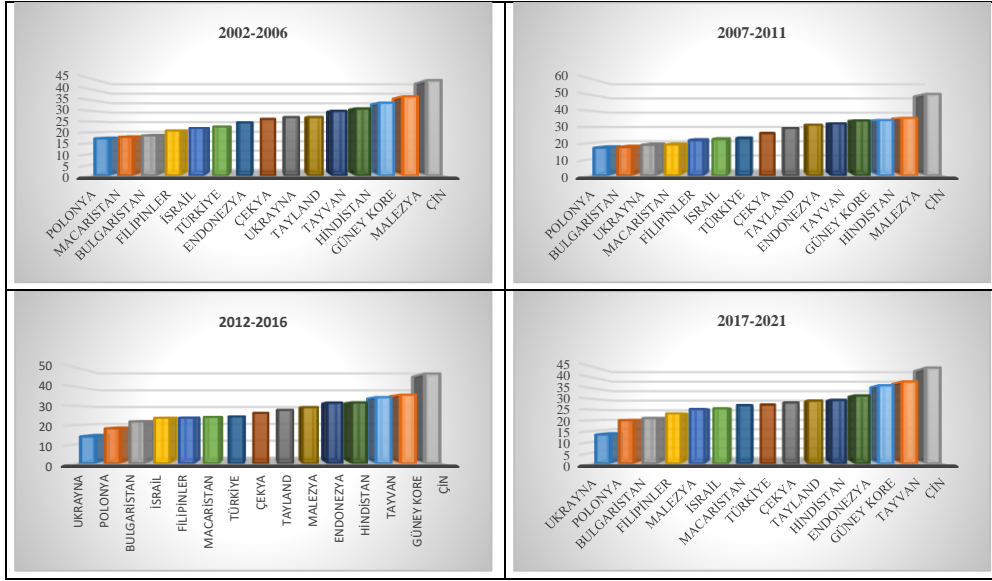
Şekil 9.2002-2021 Cari Denge/GSYH Oranı Beşer Yıllık Ortalaması



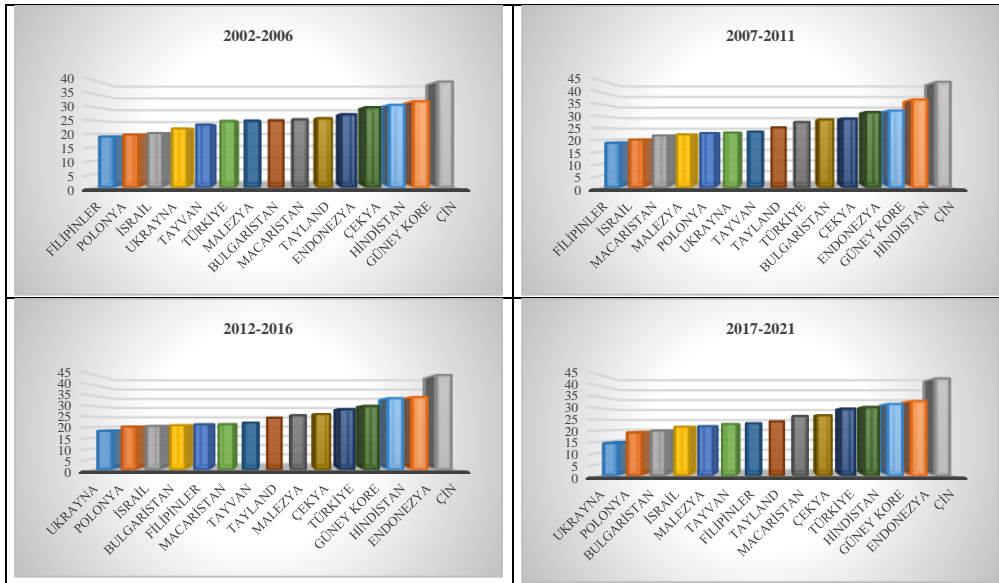
Şekil 10.2002-2021 Bütçe Dengesi/GSYH Oranı Beşer Yıllık Ortalaması



Şekil 11.2002-2021 Borç/GSYH Oranı Beşer Yıllık Ortalaması



Şekil 12.2002-2021 Tasarruf Oranı Beşer Yıllık Ortalaması



Şekil 13.2002-2021 Yatırım Oranı Beşer Yıllık Ortalaması

## KAYNAKÇA

- Acemoglu, D., & Robinson, J. A. (2013). *Why nations fail: the origins of power, prosperity and poverty*. Londra: Profile Books.
- Adams, N. A. (1971). Dependency rates and savings rates: Comment. *The American Economic Review*, 61(3), 472-475.
- Akerlof, G. A., & Shiller, R. J. (2010). *Hayvansal güdüler*. İstanbul: Scala Yayıncılık.
- Barbara, C., Cortis, D., Perotti, R., Sammut, C., & Vella, A. (2017). The European insurance industry: A PEST analysis. *International Journal of Financial Studies*, 5(2), 14-34.
- Barro, R. J. (1989). The Ricardian approach to budget deficit. *Journal of Economic Perspectives*, 3(2), 37-54.
- Billi, R. M., & Kahn, G. A. (2008). What is the optimal inflation rate? *Federal Reserve Bank of Kansas City Economic Review*, 93(2), 5-28.
- Brunnermeier, M. K., & Sannikov, Y. (2016). On the optimal inflation rate. *American Economic Review*, 106(5), 484-89.
- Cable, V. (1995). What is international economic security. *International Affairs*, 71(2), 305-324.
- Capon, C. (2004). *Understanding organisational context: Inside and outside organisation*. Londra: Pearson Education.
- Cheng, E. W., & Li, H. (2001). Analytic hierarchy process. *Measuring Business Excellence*, 5(3).
- Constantine, C. (2017). Economic structures, institutions and economic performance. *Journal of Economic Structures*, 6(1), 1-18.
- Cox, J. (2021). The higher education environment driving academic library strategy: A political, economic, social and technological (PEST) analysis. *The Journal of Academic Librarianship*, 47(1), 0-0.
- Doherty, I., Steel, C., & Parrish, D. (2012). The challenges and opportunities for professional societies in higher education in Australasia: A PEST analysis. *Australasian Journal of Educational Technology*, 28(1), 105-121.
- Duarte, C., Helms, M. M., Anderson, M. S., & Etkin, L. P. (2006). The challenge of Venezuela: A SWOT analysis. *Competitiveness Review: An International Business Journal*, 16(3-4).
- Economic Intelligence Unit. (2009). *Manning the barricades: Who's at risk as deepening economic distress foments social unrest*. Londra: Economic Intelligence Unit.

- Ekren, N., & Fındıkçı, M. (2016). AHP ve VIKOR yöntemleri ile Avrupa Birliği'ne üye ülkeler ve Türkiye'nin ekonomik performanslarının değerlendirilmesi. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 17(33), 525-536.
- Ekren, N., Aykaç Alp, E., & Yağmur, M. (2017). Macroeconomic performance index: A new approach to calculation of economic wellbeing. *Applied Economics*, 49(53), 5462-5476.
- Ekren, N., Fındıkçı Erdoğan, M., & Bildik, K. H. (2021). Yükselen Piyasa Ekonomileri Karması: EM2-18 modeli uygulaması. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 20(40), 632-660.
- Fındıkçı Erdoğan, M. (2020). Türkiye dâhil seçilmiş yükselen piyasa ekonomileri için makroekonomik performans ölçümü: Mukayeseli bir analiz . *İstanbul Ticaret Üniversitesi Finans Enstitüsü Yayınlanmamış Doktora Tezi*. İstanbul.
- Green, E. G., D. J., & Paez, D. (2005). Variation of individualism and collectivism within and between 20 countries: A typological analysis. *Journal of cross-cultural psychology*, 36(3), 321-339.
- Gurl, E. (2019). SWOT analysis: A theoretical review. *Procedia Computer Science*, 1145-1154.
- Ha, H., & Coghill, K. (2006). E-government in Singapore-a SWOT and PEST analysis. *Asia-Pacific Social Science Review*, 6(2), 103-130.
- Hadjichambis, A. C., Reis, P., & Paraskeva-Hadjichambi, D. (2019). *European SWOT analysis on education for environmental citizenship*. Lemesos: University of Lisbon, Cyprus Centre for Environmental Research and Education & European Network for Environmental Citizenship.
- Harbaugh, R. (2004). China's high savings rates. *National Chengchi University, Chinese in conference*, 1-18.
- Helms, M. M., Rodriguez, L., & Hargrave, W. B. (2011). Entrepreneurial potential in Argentina: a SWOT analysis. *Competitiveness Review: An International Business Journal*, 21(3), 269-287.
- Hofstede, G. (1980). Culture and organizations. *International studies of management & organization*, 10(4), 15-41.
- IMF. (2022a). *World economic outlook: War sets back the global recovery*. Washington: IMF.
- IMF. (2022b). *Global Financial stability report—Shockwaves from the war in Ukraine test the financial system's resilience*. Washington DC: IMF.
- IMF. (2022c). *Fiscal monitor: Fiscal policy from pandemic to war*. Washington: IMF.
- Jack, D. (2002). Performance budgeting is accrual accounting required? *IMF Working Paper*, 1-29.

- Krugman, P. (2015, Nisan 29). *The austerity delusion*. The Guardian Web Sites: <https://www.theguardian.com/business/ng-interactive/2015/apr/29/the-austerity-delusion>  
adresinden alındı
- Leigh, D. (2010). SWOT analysis. R. Watkins, & D. Leigh içinde, *Handbook of improving performance in the workplace, the handbook of selecting and implementing performance interventions* (s. 115-140). San Francisco: Pfeiffer A Wiley Imprint.
- Martella, D., & Maass, A. (2000). Unemployment and life satisfaction: The moderating role of time structure and collectivism. *Journal of Applied Social Psychology, 30*(5), 1095-1108.
- Mbazima, S. J., Mbonane, T. P., & Masekamani, M. D. (2021). A SWOT analysis of contemporary gaps and a possible diagnostic tool for environmental health in an upper-middle income country: a case study of South Africa. *International Journal of Environmental Health Research, 1*-23.
- OECD. (2021). *OECD economic outlook, Volume 2021*. Paris: OECD Publishing.
- OECD. (2022a). *OECD journal on budgeting, Volume 2022 Issue 1*. Paris: OECD Publishing.
- OECD. (2022b). *The short and winding road to 2030: Measuring distance to the SDG targets*. Paris: OECD Publishing.
- OECD. (2022c). *Main economic indicators, Volume 2022 Issue 5*. Paris: OECD Publishing.
- Rachid, G., & El Fadel, M. (2013). Comparative SWOT analysis of strategic environmental assessment systems in the Middle East and North Africa region. *Journal of Environmental Management, 125*, 85-93.
- Rotberg, R. I. (2003). Failed states, collapsed states, weak states: Causes and indicator. R. I. Rotberg içinde, *State failure and state weakness in a time of terror* (s. 1-26). Washington: Brookings Institution Press.
- Saaty, T. L. (2001). Fundamentals of the analytic hierarchy process. In *The analytic hierarchy process in natural resource and environmental decision making*. Springer, 15-35.
- Saaty, T. L. (2008). The Analytic Hierarchy and Analytic Network Measurement Processes: applications to decisions under risk. *European Journal of Pure And Applied Mathematics, 1*(1), 83-98.
- Sammut Bonnici, T., & Galea, D. (2014). PEST analysis. T. Sammut Bonnici, & J. McGee içinde, *Wiley encyclopedia of management* (s. 1-7). New York: John Wiley & Sons, Ltd.
- Sapir, J. (2006). What should the inflation rate be?(On the importance of a long-standing discussion for defining today's development strategy for Russia). *Studies on Russian Economic Development, 17*(3), 240-247.

- Scheuer, M. (2007). *Kudret körlüğü: Batı terörle savaşını neden kaybediyor?* Ankara: Arkadaş Yayınevi.
- Shabanova, L., Ismagilove, G. N., Salimov, L. N., & Akhmadeev, M. G. (2015). PEST - analysis and SWOT - analysis as the most important tools to strengthen the competitive advantages of commercial enterprises. *Mediterranean Journal of Socail Sciences*, 6(3), 705-709.
- Shtal, T., Buriak, M. M., & Amirbekuly, Y. (2018). Methods of analysis pf the external environemnt of business activities. *Revista Espacios*, 39(12), 20-28.
- Stout, L. A. (2012). Uncertainty, dangerous optimism, and speculation: An inquiry into some limits of democratic governance. *Cornell L. Rev*, 97, 1177-1212.
- Taleb, N. N. (2008). *Siyah kuğu - olasılıksız görünenin etkisi*. İstanbul: Varlık Yayınları.
- UN. (2021). *World economic situations prospects*. New York: UN Publications.
- WEF. (2022). *The global risks report 2022*. Cenevre: World Economic Forum.
- Zhao, J., Liu, H., & Xue, W. (2019). Pest embedded swot analysis on china's e-commerce industry development strategy. *Journal of Electronic Commerce in Organisations*, 17(2), 55-68.

Geliş Tarihi:

21.03.2022

Kabul Tarihi:

28.05.2022


Yayımlanma Tarihi:

15.06.2022

Kaynakça Gösterimi: Okan, E. E., & Uğurlu, E. (2022).  
Corporate governance rating in Turkey: Investigaiton  
of scores of firms. *İstanbul Ticaret Üniversitesi  
Sosyal Bilimler Dergisi*, 21(43), 451-473.  
doi: 10.46928/iticusbe.1091327

## **CORPORATE GOVERNANCE RATING IN TURKEY: INVESTIGATION OF SCORES OF FIRMS<sup>1</sup>**

*Research*

Ezgi Ecem Okan 

[ezgiecemokann@hotmail.com](mailto:ezgiecemokann@hotmail.com)

Erginbay Uğurlu  

Sorumlu Yazar (Correspondence)

İstanbul Aydın Üniversitesi

[erginbayugurlu@aydin.edu.tr](mailto:erginbayugurlu@aydin.edu.tr)

Ezgi Ecem Okan, İstanbul Aydın Üniversitesi Ekonomi ve Finans Bölümü mezunudur. İstanbul Aydın Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Kalite Yönetimi ve Kalite Güvence Sistemleri programında Yüksek Lisans öğrencisidir.

Prof. Dr. Erginbay Uğurlu, İstanbul Aydın Üniversitesi Uluslararası Ticaret ve Finansman Bölümü Bölüm Başkanlığı görevini yürütmektedir. Ekonometri, enerji ekonomisi ve uluslararası ticaret alanlarında araştırmalar yapmaktadır.

---

<sup>1</sup> This article is generated based on the preliminary results of the master thesis of the first author.

# CORPORATE GOVERNANCE RATING IN TURKEY: INVESTIGATION OF SCORES OF FIRMS

Ezgi Ecem Okan  
[ezgiecemokann@hotmail.com](mailto:ezgiecemokann@hotmail.com)  
Erginbay Uğurlu  
[erginbayugurlu@aydin.edu.tr](mailto:erginbayugurlu@aydin.edu.tr)

## Abstract

After the corporate governance crisis in 2001, and the crises in the following years increased the concern about the governance of the firms. The concern focused on corporate governance. There were important developments in Turkey related to corporate governance after 2003. The Capital Markets Board of Turkey (CMB) published “Corporate Governance Principles of Turkey” in 2003, and the corporate governance rating agency's rules were published in Official Gazette in 2007.

**Purpose:** Based on these developments, the paper aims to investigate corporate governance rating firms in Turkey and their rating scores.

**Method:** To investigate the rating firms and their scores, annual data are collected from the TKYD website from 2007 to 2010. Because no article comprehensively investigates the data, we use simple descriptive statistics and data visitation methods.

**Findings:** We find two main results. The first one shows that there are two dominant rating companies in Turkey. The second shows that the firms have increasing rating values by year.

**Originality:** In the absence of any comprehensive analysis of Turkey's corporate governance rating firms' rating scores, this article will constitute base information for further research.

**Keywords:** Corporate Governance, Firm Performance, Rating, Turkey

**JEL Classification:** G24, G32, O16



# TÜRKİYE’DE KURUMSAL YÖNETİM DERECELENDİRMESİ: FİRMALARIN PUANLARININ İNCELENMESİ

## Özet

2001 yılındaki kurumsal yönetim krizi ve sonraki yıllardaki krizlerden sonra yönetişime artan bilgi ilgi oluştu. Bu ilgi de kurumsal yönetime odaklandı. Türkiye’de de 2003 yılından sonra kurumsal yönetimle ilgili gelişmeler yaşandı. 2003 yılında Sermaye Piyasası Kurumu “Türkiye Kurumsal Yönetim İlkeleri’ni yayınladı. 2007 yılında kurumsal yönetim derecelendirme şirketleri ile ilgili esaslar Resmi Gazete’de yayınlandı.

**Amaç:** Bu gelişmelere bağlı olarak bu makale Türkiye’deki kurumsal yönetim derecelendirme kuruluşlarını ve bu kuruluşların derecelendirme değerlerini araştırmayı amaçlamaktadır.

**Yöntem:** Derecelendirme firmalarını ve onların verdikleri derecelendirmeleri araştırmak için TKYD web sayfasından 2007 yılından 2010 yılına kadar yıllık veriler elde edilmiştir. Bu veriler kullanılarak yapılan ayrıntılı bir araştırma bulunmadığından basit tanımlayıcı istatistikler ve veri görselleştirme teknikleri kullanılmıştır.

**Bulgular:** İki ana sonuç elde edildi. Bunlardan birincisi Türkiye’de iki baskın derecelendirme firması olduğunu göstermektedir. İkincisi incelenilen firmaların derecelendirme değerlerinin yıla bağlı olarak arttığını göstermektedir.

**Özgünlük:** Türkiye’deki kurumsal yönetim derecelendirme kuruluşlarının derecelendirme değerleri ile ilgili kapsamlı bir analiz olmaması nedeniyle, bu makale gelecekteki araştırmacılar için temel bilgiyi oluşturacaktır.

**Anahtar Kelimeler:** Kurumsal Yönetim, Firma Performansı, Derecelendirme, Türkiye

**JEL Sınıflandırması:** G24, G32, O16

## INTRODUCTION

Corporate governance, which meant little to anyone but a handful of academicians and shareholders two decades ago, has become a key topic of discussion in corporate boardrooms, academic meetings, and policy circles around the world for 20 years. Definitions of corporate governance are split into two categories. The first category is related to a set of behavioural models, which are the actual behaviour of firms in terms of measures such as performance, productivity, growth, financial structure, and treatment of shareholders and other stakeholders. The second category is related to the normative framework. In other words, it is the rules in which firms operate with rules coming from sources such as the legal system, the judicial system, financial markets and factor (labour) markets. With a slightly broader definition; “Corporate governance is the system by which firms are directed and controlled” (Cadbury Committee, 1992; Claessens and Yurtoglu, 2013).

Several events are responsible for the growing interest in corporate governance. During the wave of the financial crisis in Russia, Asia and Brazil in 1998, the behaviour of the corporate sector affected all economies, while deficiencies in corporate governance endangered global financial stability (Gompel, 2011; Arslan, 2018; Elkinawy, 2005). Just a few years later from the financial crises in Russia, Asia and Brazil; confidence in the corporate sector has been shaken by the crisis in 2001, which is named as Enron crisis (Brown,2005) and the reason is the corporate failure of the firms. The crisis triggered some of the biggest bankruptcies. Also, in Australia, there was a corporate governance crisis which is caused by Australia's second-largest insurer, HIH (Parker,2007).

In the wake of these events, the phrase corporate governance has not only become a household term, but researchers, policymakers in the corporate world and everywhere have recognized the potential macroeconomic, distributional and long-term consequences of poor corporate governance systems. However, crises are only manifestations of several structural reasons why corporate governance has become more important to economic development and prosperity.

The market-based investment process is more important than ever before for most economies and needs to be supported by good corporate governance. With the increasing size of firms and the increasing role of financial intermediaries and institutional investors, the mobilization of capital is gradually moving away from its originality. At the same time, the allocation of capital has become more complex as investment options expand with the opening and liberalization of financial and real markets and as structural reforms, including price deregulation and increased competition, increase firms' exposure to market forces. Moreover, the recent financial crisis has revealed how failures in corporate governance can devastate firms and negatively affect entire economies. These developments have increased the need for good corporate governance, making the monitoring of capital use more complex in many ways (Köse, 2010; Claessens, 2006).

In the past three decades, there has been much progress in research on corporate governance, and much greater recognition of the importance of corporate governance for development. The number of articles published each year on corporate governance has increased significantly. Most of these studies originated not only from economics and finance but also from many other disciplines in the social sciences such as accounting, law and management, and pointed to the interdisciplinary nature of research on corporate governance (Ararat, Claessens and Turkoglu, 2021).

While better management is aimed at corporate governance, corporate governance rating firms have been established in line with the requirement of this fact (Önder and Mutlucan Sayın, 2016).

Corporate governance ratings play a vital role in this paradigm as the adoption of different corporate governance practices sets one company apart from others. Corporate governance rating is an important component of the overall management system. This rating is defined as an opinion about a firm's corporate management system, its compliance with various parameters used for evaluation, and its rating, and differentiates firms according to their corporate governance quality (Bakır, 2009).

The rating provides vital information to various stakeholders about the scope of corporate governance practices implemented. It also determines the relative position of an organization vis-a-vis other organizations in terms of best practices in corporate governance principles. The corporate governance rating mainly provides; information to stakeholders, benchmarks and set comparisons for further improvement, and an independent and reliable assessment of quality and corporate governance scope (Sukumaran, 2020).

Stakeholders need information about firm performance so that they can make firm decisions. They may not have the knowledge and skills to evaluate and analyze financial and non-financial information about firm performance. Rating firms analyze and evaluate firms' performances with an expert approach and give rating scores. In terms of corporate governance rating, although the rating methods and the models used by the rating firms differ from each other, the content of the rating includes evaluating the compliance of the firms with the corporate governance principles. In rating the compliance of firms with corporate governance principles, taking into account the practices in the company; the board of directors, transparency and public disclosure, stakeholders and shareholders are announced separately and in total (Kılıç, 2009).

Corporate governance ratings are applied internationally and nationally to assess the degree of compliance with corporate governance principles. GMI Ratings, Corporate Shareholder Services (ISS), Standard & Poor's etc., are the international rating firms that engage in providing corporate governance rating services. In Turkey, the firms authorized by the Capital Markets Board are as follows; TCR Corporate Governance and Credit Rating Inc., Saha Corporate Governance and Credit Rating Services Inc., Kobirate International Credit Rating and Corporate Governance Services Inc., JCR Avrasya Rating Inc. . In addition, the international rating firm accepted by the Capital Markets Board to carry out rating activities is Riskmetrics Group Inc. (Kılıç and Benligiray, 2012).

In this study, we aim to investigate the corporate governance rating of Turkish firms. After section one (introduction) the article is organized as follows. Section two presents the history of rating and its definitions. In section three, the steps of the foundation of Turkish rating agencies and Turkey's rules and regulations are briefly summarized. Section four is the data analysis section. We aim to investigate the main tendency of the data. At last, in section five, the paper is summarized and concluded.

## **RATING CONCEPT AND TYPES OF RATING**

Financial investors cannot access the same set of information among themselves, and the existence of horizontal asymmetric information can be a deterrent for capital flows to the financial market and lead to an inefficient distribution of available financial resources. Information asymmetry increases the impact of a firm's reputation on the cost and amount of capital that can be raised through the financial market. In this scenario, smaller and younger firms are penalized and perhaps more financially constrained than larger players. To overcome the problem of information asymmetry, firms can hire information providers to obtain an objective assessment of their business. If the market trusts the evaluators, such firms can reduce the cost of capital or increase the capital raised by issuing judgments based on the market's response to any reduction in information asymmetry. Rating firms provide judgments about an issuer or subject that summarize all available public and confidential information. The main advantage of the rating service is the opportunity to signal to the market without disclosing the expected effect of confidential information to the public due to the restriction of confidentiality that characterizes the relationship between the evaluated organization and the institution. The rating service cannot be compared to the (implicit) judgments of the creditors due to the different purposes of the evaluations. In the first case, the decision is simply an opinion on a subject or issuer, while in the second case, there is a direct financial risk to the lender. In addition, the information given to the market by rating agencies can be read more clearly for non-qualified financial investors (Krahnert and Weber, 2001).

### ***General Information***

The concept of rating means the evaluation by grading as the easiest expression. In other words, the rating is all of the functional and institutional evaluations made using ranking. Various definitions in the literature regarding rating are as follows (Boyacıoğlu, 2005):

- Rating is a set of multiple evaluation processes in which grading determines value.
- Rating is an assessment that reveals the risk to be undertaken by the investor.
- Rating is to provide public disclosure by independently assessing the issuers' ability to fulfill their principal and interest obligations on time and fully (TSPAKB, 2005).

Rating in line with the definitions set out above. It can be defined as the process of evaluating a company engaged in financial activities by using certain analysis methods by authorized experts

based on criteria showing its compliance with pre-determined principles, standards or laws, classifying them according to the results of these evaluations, and showing the classes with numeric or non-numeric symbols (Kılıç and Benligiray, 2012).

A rating is an opinion given solely by a specialized agency based on an issuer's creditworthiness. While the issuer rating measures the default risk of a firm, the issue rating considers the default risk and certain characteristics of an issue that may affect the outcome of the recovery process. The assessed institution may be actively involved in the evaluation process (desired rating), or the jurisdiction may be independently identified by an institution (undesirable rating). These two procedures can affect the amount of information used in the evaluation process, and in general, the more the evaluated institution is involved in the evaluation process, the greater the amount of information available for analysis. Rating market competition is constrained by entry barriers related to reputation requirements, and very few organizations operate in the market today. The top three players have a much larger market share than any other player, and the strategic partnership between the biggest players and smaller agencies further reduces overall competition. The quality of the service provided depends on the characteristics of both the service provided (objectivity, accessibility and transparency) and the institution (human resources, reputation and independence) (Mattarocci, 2014).

### ***History of Rating Firms***

The origin of the rating agency industry can be attributed to the first credit reporting agency, called the Mercantile Agency, in 1841. It was initiated as a solution by using a network of intermediaries to gather information on operating statistics, business status and creditworthiness, to reduce the information asymmetry that characterizes the market and to make a judgment about the commercial risk exposure of counterparties based on available information and wholesaler experience (White, 2010).

The modern rating industry began in the early 1900s due to a fundamental shift in capital market demand as the corporate sector developed and public financial aid decreased. In the 1800s, there was a great development in firms in the railroad sector to develop new construction projects that were not directly funded by the government, especially in the United States. This growth opportunity in the US market has created a huge demand for financing opportunities. While the sources of financing were mainly related to the banking sector (Uğurlu, 2019,2020) in the beginning, in the second half of the century firms began to seek alternative capital sources and focused on the opportunities related to the bond market. Since its inception, the bond market has been characterized by the prevalence of government-issued instruments whose investors are not normally exposed to default risk due to the power of government issuers. Thus, investors were able to subscribe to these financial instruments without considering or assessing the contractual default risk. After the firms entered the market, the

risk of the traded instruments increased significantly and there was a great demand for credit risk assessment services that were not requested before (Sylla, 2002).

During the first half of the 1900s, all of the current major players in the current rating industry developed a different model (Fitch-1913, Moody's-1900 and Standard & Poor's-1860) to enter the market and gain a relevant market share in a short time. Initially, the growth of the market was very slow, and the added value offered by the rating agencies was mainly related to the opportunity to collect information that is not accessible to other investors due to the low disclosure of the issuer market. With the recognition of rating services as a criterion for ensuring the quality of issuers and issuers, the market started to grow rapidly and in the 1980s and 1990s, there was a significant increase in the number of rating agencies in all markets around the world. During the 1980s and 1990s, market growth was so significant that the number of rating agencies at least doubled every two decades. Comparing the market size of the late 1970s and the late 1990s, the number of rating agencies has more than sixfold in less than 20 years. The significant increase in the number of players since the 1980s can be explained by the development of asset-backed securities, which normally represent a more profitable business for the assessor due to higher fees charged to clients (Partnoy, 2006).

When looking at the geographical regions of the rating agencies, some differences can be detected in the time patterns of different geographical areas. The highest number of new rating agencies were created in the USA before the 1970s. However, the number of new players entering the market in the 1980s was significant compared to the world market. In the 1970s, Japan supported the start-up and development of local rating agencies to reduce the transparency of the financial market and increase the number of resources invested by both domestic and foreign investors. Beginning in the 1980s, significant growth of the rating market has been in emerging economies, where governments have decided to support the development of both private and public rating agencies to increase market transparency and support foreign investment in the country (Ferri and Lacitignola, 2010).

### ***Types of Rating Firms***

The types of firms operating in the field of rating are respectively: corporate management rating firms and credit rating firms. Corporate Governance Rating Firms that make corporate governance ratings are firms that analyze and categorize their compliance with the principles of responsibility, accountability, transparency and fairness, which are among the most basic principles of corporate governance. These firms should be fair, impartial and independent while carrying out these activities against the institutions (Yeğen, 2016).

Credit Rating Firms analyze the financial strength of firms, particularly their ability to meet interest and principal payments on their debts. The rating assigned to a particular debt indicates the level of confidence an institution's borrower has in meeting its debt obligation as agreed. Each institution uses unique letter-based scores to reveal the presence of a debt's high or low risk of default and its issuer's financial stability. Lenders can be state and local governments, special-purpose institutions, not-for-

profit corporations or corporations, and sovereign nations. After the Global Financial Crisis in 2008, credit institutions faced criticism for giving high credit ratings for loans that later turned into very risky investments. They could not identify the risks and threats to warn investors against investing in certain types of debt, such as mortgage-backed securities. Rating agencies have been criticized for possible conflicts of interest between them and their issuers of securities. As these issuers make payments to rating agencies for the provision of rating services, they may therefore be reluctant to give very low ratings to securities issued by such payers. Today, three large institutions dominate 95% of the rating activities in the credit rating sector. These firms are Fitch Group, Standard and Poor's (S&P) and Moody's Investor Services. S&P and Moody's have 80% of the international market. On the other hand, Fitch is located in both London and the USA and has a dominance of approximately 15% in the global market. (Karagöl and İstiklal, 2012).

## **CORPORATE GOVERNANCE RATING IN TURKEY**

Amendments planned to be made both in the capital market legislation and in other legislation can be seen as significant steps for the development of corporate governance rating activities in our country. However, despite all these developments, corporate governance rating activities have not become widespread in our country. After the entry into force of the Rating Communiqué, none of the firms traded in the ISE shared their information about having this rating done. In this context, it is considered that the main reasons why the rating activities are not widespread are that the corporate management is new and that its importance is not understood by the stakeholders (Sandıkcıoğlu, 2005).

### ***Corporate Governance Rating Firms***

Corporate governance principles aim to protect shareholder interests from agency issues. Dealing with these issues can help increase transparency and strike a healthy balance between ownership and control. Jensen and Meckling (1976) argue that in their theory of the firm, managers will act in their interests, within their capacity as agents, because they have different goals from those of the owners. If the agent theory holds, we hope that both internal and external corporate governance tools will reduce the principal-agent problem, which must increase the firm's value and maximize shareholder returns. Corporate governance ratings, especially commercial ones, act as a corporate governance tool by providing information to investors that can help mitigate the principal-agent problem. Therefore, investors expect rating information to be included in firm returns or value. Governance rating information can also affect institutions' credit ratings and financing decisions. Management ratings, if publicly available, also influence public perception of a firm and can subsequently affect profitability (Isiaka, 2015).

Rating firms are organizations that measure, classify and evaluate the compliance of institutions with corporate governance principles. In fact, it can be stated that these organizations are generally related to the spiritual structure of the institutions they rank (Önder ve Mutlucan Sayın, 2016).

### ***Corporate Governance Rating Firms in Turkey***

According to the 7th article of the Communiqué Serial: VIII, No: 51 on the Principles Regarding the Rating Activity and Rating Agencies in the Capital Markets, of the Official Gazette dated 2007 (Resmi Gazet,2007) and numbered 26580, titled "Entities that Can Engage in Rating Activities"; "It is regulated that it will be carried out by rating agencies established in Turkey and authorized by the Board to carry out rating activities, and by international rating agencies approved by the Board to carry out rating activities in Turkey". The rating firms authorized by the CMB, which carry out corporate governance rating activities in our country, are as follows (CMB, 2021):

- "DRC Rating Services Joint Stock Company,
- Istanbul International Rating Services Joint Stock Company,
- JCR Eurasia Rating Joint Stock Company,
- Kobirate International Credit Rating and Corporate Governance Services Joint Stock Company,
- Saha Corporate Governance and Credit Rating Services Joint Stock Company".

SAHA is founded with the decision of the Capital Markets Board (CMB) dated 14.12.2006, in the field of Corporate Governance Principles Compliance Rating; It was authorized in the field of Credit Rating with its decision dated 11.09.2007. Kobirate International Credit Rating and Corporate Governance Services Inc. It is a Local Credit Rating company established in June 2008 with five Turkish partners after preliminary studies dating back two years. JCR Eurasia Rating has got its credit rating license on 15 June in 2007. On 05 November in 2007, JCR Eurasia signed an agreement with the Japan Credit rating agency to make cooperation between themselves. In 2007, the JCR company name changed to JCR Eurasia rating.

### ***Corporate Governance Rating Methods***

According to Article 6 of the Communiqué, corporate governance rating is defined as "the independent, impartial and fair evaluation and classification of businesses' compliance with the corporate governance principles published by the Capital Markets Board" (Official Gazette, 2007). This rating can be done in two ways:

- Demand-dependent rating,
- On-demand rating.



### ***On-Demand Rating***

These credit ratings are requested and paid for by issuers. Therefore, the literature argues that credit rating agencies benefit by providing high ratings in the desired credit ratings, implying a conflict of interest between credit rating agencies and investors (Jiang, Stanford, and Xie, 2012)

### ***Non-Demand Rating***

The ratings issued by the credit rating agencies without the request of the issuers or their agents which is the issuance of non-demand ratings does not include credit rating fees (Chang et al., 2019).

The main concern with non-demand ratings is the fact that all other things being equal, they empirically don't look as positive as on-demand ratings. While this can be interpreted as evidence that unsolicited ratings are allocated to blackmailers to pay for the desired rating, it may also indicate that better quality issuers request a rating or, in the absence of non-public information, credit rating agencies give more conservative ratings (Van Roy, 2006).

### ***Rating Process***

Despite minor differences, it is seen that the rating processes of the firms that continue their activities in our country are quite similar to each other. This process is outlined below (Mutlucan Sayın, 2010).

Signing of the Rating Agreement and Preliminary Study; within the scope of the norms determined by the CMB, a rating agreement is signed between the requesting company and the rating company, and after the signing of the agreement, some documents and documents are requested from the company officials. The company website and the documents obtained are examined in detail in terms of corporate governance practices. In the next step, the questions in the forms attached to the contract are asked to be answered in detail. Issues that cannot be clarified after these studies are noted as an agenda item to be discussed with company managers (Mutlucan Sayın, 2010).

Meeting with Company Officials and Related Personnel; after the preliminary study, a meeting is held between the senior managers or the company's board of directors and the authorized persons of the rating company, if any issues are left in the air. The corporate governance committee, if any, is requested to attend the meeting. Answers are sought for vague questions. If there are still unresolved issues after the meeting, these issues are not scored and are indicated in the rating report. rating experts on ambiguous issues; Minority and dominant shareholders, other members of the board of directors, independent auditors, suppliers, customers and other people who audit corporate governance practices can also meet and even conduct research in trade registers and tax offices (Mutlucan Sayın, 2010).

Writing the Report and Discussing it in the Rating Committee; after examining documents and meeting with responsible persons and managers, the four main section rates and the company rates are calculated for the filled forms. These scores are specified separately in the rating report. This report, written by the rating specialist, is submitted to the company's corporate governance rating committee. The report is re-examined by the Committee members, and the deficiencies are corrected,

and the mistakes are corrected, and the report is finalized and approved. This report is then forwarded to the company official. If the company objects to the report, the company notifies the rating specialist. If it is decided that the objections are right after the examination of the objections by the committee, necessary corrections are made (Mutlucan Sayın, 2010).

The announcement of the rate is approved by the rating committee, then it is sent to the company, at the last step it is announced to the public via the firms' website. In addition, the note received by the company is sent to national newspapers, CMB and BIST. While the rating given for the company remains valid for one year, it is kept under the supervision of a rating specialist during this period (Mutlucan Sayın, 2010).

## EMPIRICAL ANALYSIS

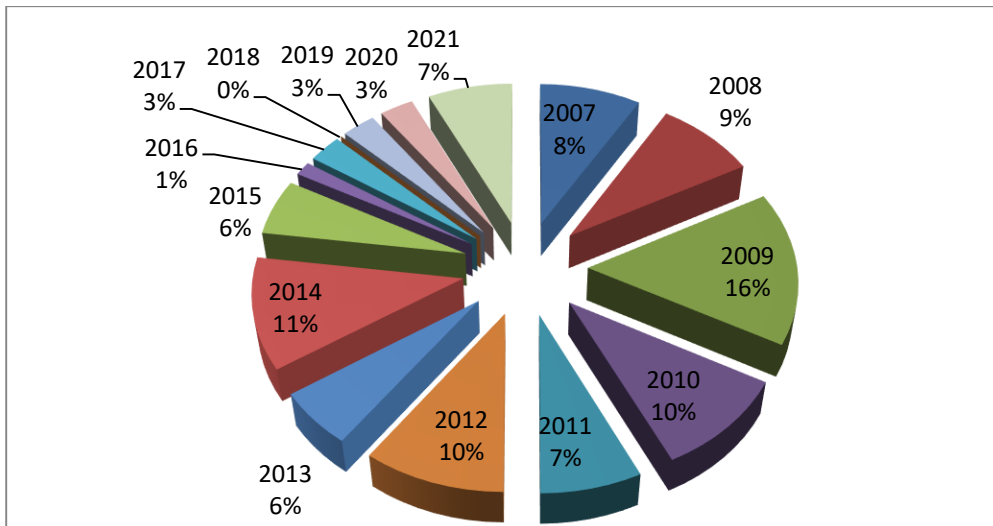
In this paper, we aim to analyze the firms which are rated by rating agencies. In 2021, the total number of firms is 70, which are rated by the rating firms in Turkey. The data is collected from the TKYD (The Corporate Governance Association of Turkey) data source TKYD (2021). The data consists of the different number of firms in different years from 2007 to 2021, the maximum number of firms is 70 with the latest participation of corporate rating.

Table 1 shows the number of firms for each year. We can see that 2009 is the year with the highest number of firms which was started to be rated. Figure 1 shows the percentage of the firms, and the share in 2009 is 16%. The second highest join to the system is 2014. 2014 is an important year for rating firms in this year the criteria established for firms traded on the BIST (Borsa Istanbul) have been arranged separately as the first group, second group and third group firms and investment trusts, taking into account the group distinctions specified in the second paragraph of article 5 of the communiqué numbered II-17.1 published on 03 January 2014 (resmigazete,2014)

**Table 1.** Number of Firms by Year

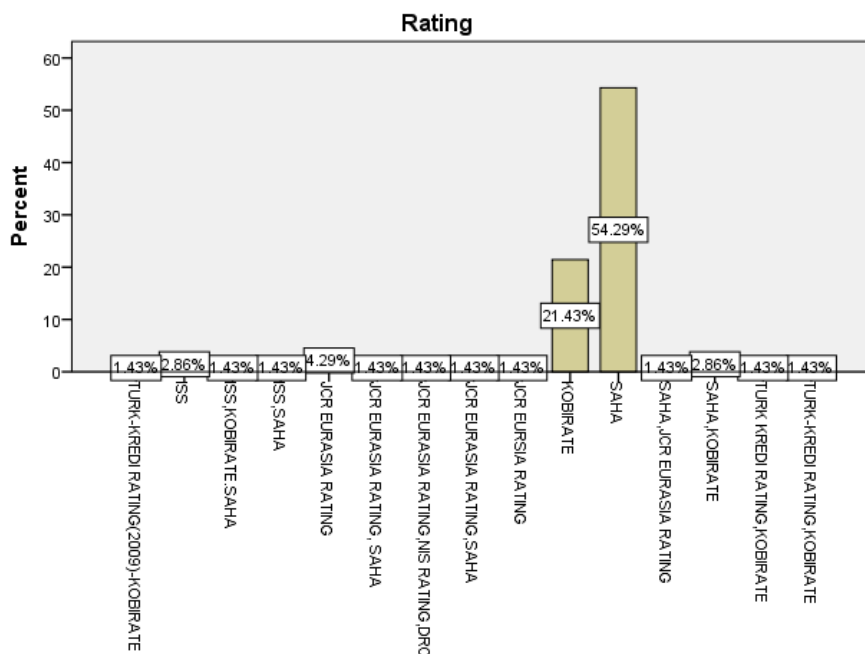
| Year | Number of Firm | Year  | Number of Firm |
|------|----------------|-------|----------------|
| 2007 | 6              | 2014  | 8              |
| 2008 | 6              | 2015  | 4              |
| 2009 | 11             | 2016  | 1              |
| 2010 | 7              | 2017  | 2              |
| 2011 | 5              | 2018  | 0              |
| 2012 | 7              | 2019  | 2              |
| 2013 | 4              | 2020  | 2              |
|      |                | 2021  | 5              |
|      |                | Total | 70             |

**Source:** Authors' Calculation by [www.tkyd.org](http://www.tkyd.org) data



**Figure 1.** Percentages by Year  
**Source:** Authors' Calculation by [www.tkyd.org](http://www.tkyd.org) data

These firms are from many different industries. The question is according to the industry level; can we see any dominant industry within firms? Table 2 shows that the rated firms are from 27 different industries. The majority of the industry is the banking sector with 12.9%. The second industry is Holding and Investment Co. with 12.4% and the third sector is Real Estate Investment Trusts with 11.4%. The low percentage of some sectors is related to their scarcity. For example, there are not many firms in the aviation sector in Tukey and that's why it has a low percentage.



**Figure 2.** Share of the rating agencies in the Market  
**Source:** Authors' calculation by [www.tkyd.org](http://www.tkyd.org) data

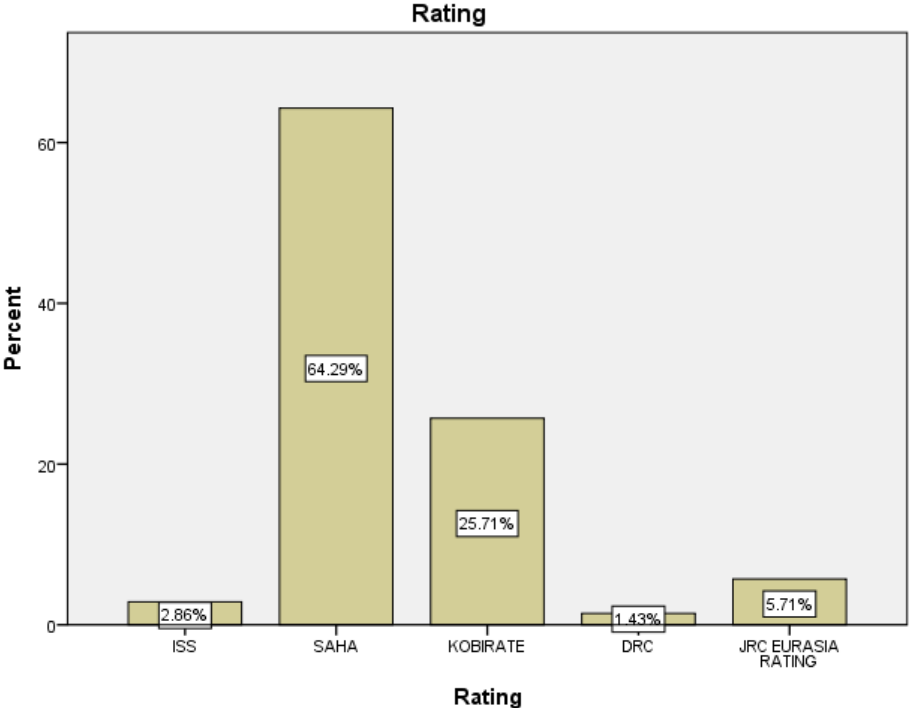
**Table 2.** Industry Distribution

| No | Industry Name  | Frequency | Percent |
|----|--|-----------|---------|
| 1  | Chemicals, Petroleum Rubber and Plastic Products                                     | 4         | 5.7     |
| 2  | Automotive   | 3         | 4.3     |
| 3  | Aviation   | 1         | 1.4     |
| 4  | Banking  | 9         | 12.9    |
| 5  | chemicals, petroleum rubber and plastic products                                     | 1         | 1.4     |
| 6  | Construction   | 1         | 1.4     |
| 7  | Electricity  | 2         | 2.9     |
| 8  | Electricity, Gas, Water  | 2         | 2.9     |
| 9  | Extractive Industry  | 1         | 1.4     |
| 10 | Fabricated Metal Products Machinery Electrical Equipment and Transportation Vehicles | 3         | 4.3     |
| 11 | Financial Leasing  | 4         | 5.7     |
| 12 | Food, Beverage, Tobacco  | 6         | 8.6     |
| 13 | Holding and Investment Co.   | 9         | 12.9    |
| 14 | Information Technologies   | 2         | 2.9     |
| 15 | Insurance  | 2         | 2.9     |
| 16 | Manufacturing / Basic Metal  | 3         | 4.3     |
| 17 | Metal  | 1         | 1.4     |
| 18 | Non-Metallic Mineral Products  | 1         | 1.4     |
| 19 | Paper and Paper Products   | 1         | 1.4     |
| 20 | Paper and Paper Products, Printing and Publication                                   | 1         | 1.4     |
| 21 | Real Estate Investment Trusts  | 8         | 11.4    |
| 22 | Retail   | 1         | 1.4     |
| 23 | Telecommunication  | 1         | 1.4     |
| 24 | Textile  | 1         | 1.4     |
| 25 | Transportation and Storage   | 1         | 1.4     |
| 26 | Transportation, Logistics and Telecommunication                                      | 1         | 1.4     |
|    | Total  | 70        | 100     |

**Source:** Authors' Calculation by [www.tkyd.org](http://www.tkyd.org) data

The other aim is to see the share of the rating agencies in the market. Which agency has the greatest share of the market? Table 2 shows the ratio of the rating agencies. To do this, we will use two approaches. Some of the firms have worked with more than one rating agency in their rating history. At first, we present firms showing them how many rating agencies they worked with together; in the second graph, we present only the last agency, and we will have the year of 2021 proportions of the rating market.

Figure 2 shows that the SAHA rating has more than half of the market. The second agency is KOBIRATE which has the 20% of the market. The rest of the firms have less than a 5% share. Therefore, we can say SAHA is the main actor in the market without any close competitor. However, compared to SAHA; KOBIRATE has a low ratio, but it is the second most important agency in the market. In Figure 2 we see more than one firm because of the agency changes of the firms. If we consider last year, we will have only one agency for each company. Therefore, we have Figure 3. Figure 3 shows the agencies' rates in the market before the last agency information based on 2021 data. Compared to Figure 2. SAHA and KOBIRATE percentages are increased, indicating that the agency changes of the firms are positively affecting the number of customers of SAHA and KOBIRATE.



**Figure 3.** Share of the rating agencies in the Market in 2021  
**Source:** Authors' Calculation by [www.tkyd.org](http://www.tkyd.org) data

The share may be affected by the founding year of the firms, which were the first agency in the market may have more customers. The founding years of the firms are 2006 for JCR Eurasia Rating, 2006 for SAHA and 2009 for KOBIRATE. But the authorization dates of the agencies are different. JCR Eurasia Rating has been authorized in the field of Credit Rating with its decision dated 07 May 2008; the CMB authorized SAHA with its decision dated 11 September 2007, and the KOBIRATE in April 2009. According to this information, there is no dominance in the market based on the foundation year.

Furthermore, one of the research aims of this paper is to see whether or not there is more willingness to be rated in any industry. Table 3 shows the share of the industries within the 70 firms. The results

show that holding, real estate trust and banking firms have approximately 10% share within the total number of firms.

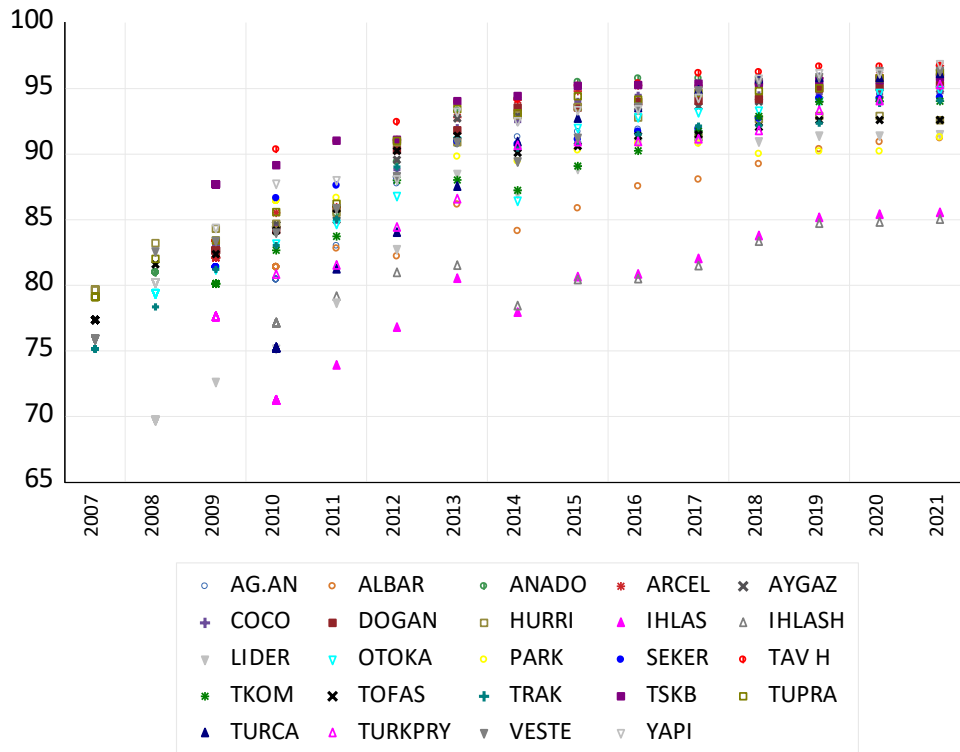
**Table 3.** Industry Share of the Rated Firms.

|  | Frequency | Percent |
|--|-----------|---------|
| Chemicals, petroleum rubber and plastic products                                     | 4         | 5.7     |
| Automotive   | 3         | 4.3     |
| Aviation   | 1         | 1.4     |
| Banking  | 9         | 12.9    |
| Chemicals, petroleum rubber and plastic products                                     | 1         | 1.4     |
| Construction   | 1         | 1.4     |
| Electricity  | 2         | 2.9     |
| Electricity, Gas, Water  | 2         | 2.9     |
| Extractive Industry  | 1         | 1.4     |
| Fabricated Metal Products Machinery Electrical Equipment and Transportation Vehicles | 1         | 1.4     |
| Fabricated Metal Products Machinery Electrical Equipment and Transportation Vehicles | 2         | 2.9     |
| Financial Leasing  | 4         | 5.7     |
| Food, Beverage, Tobacco  | 6         | 8.6     |
| Holding and Investment Co.   | 9         | 12.9    |
| Information Technologies   | 2         | 2.9     |
| Insurance  | 2         | 2.9     |
| Manufacturing / Basic Metal  | 3         | 4.3     |
| Metal  | 1         | 1.4     |
| Non-Metallic Mineral Products  | 1         | 1.4     |
| Paper and Paper Products   | 1         | 1.4     |
| Paper and Paper Products, Printing and Publication                                   | 1         | 1.4     |
| Real Estate Investment Trusts  | 8         | 11.4    |
| Retail   | 1         | 1.4     |
| Telecommunication  | 1         | 1.4     |
| Textile  | 1         | 1.4     |
| Transportation and Storage   | 1         | 1.4     |
| Transportation, Logistics and Telecommunication                                      | 1         | 1.4     |
| Total  | 70        | 100.0   |

**Source:** Authors' Calculation by [www.tkyd.org](http://www.tkyd.org) data

The collected data are started from 2007 and finished in 2021. To have comparability among firms, we need to have the same/similar number of observations of the firms based on the analysis we will use. That is why we omit the years which have comparatively fewer firms. The data period we have 2007-2021 consists of years, which is why if any firm has been rated from 2007, the firm will have 15 values. However, some of the firms have only one value and many firms have less than 15.

To solve this problem, we omit the firms which have less than 12 data, thus we have 24 firms after this omission. Figure 4 shows the graph of the rating values of these 24 firms.



**Figure 4.** Share of the rating agencies in the Market  
**Source:** Authors’ own study by [www.tkyd.org](http://www.tkyd.org) data

Figure 4 depicts the rating values of the firms, and the tendency of the firms to show increasing values by year. The result indicates that if the firms started to be rated, their corporate governance would increase. better; that is why the values are increasing. To understand the values better we present descriptive statistics of the rates by firms.

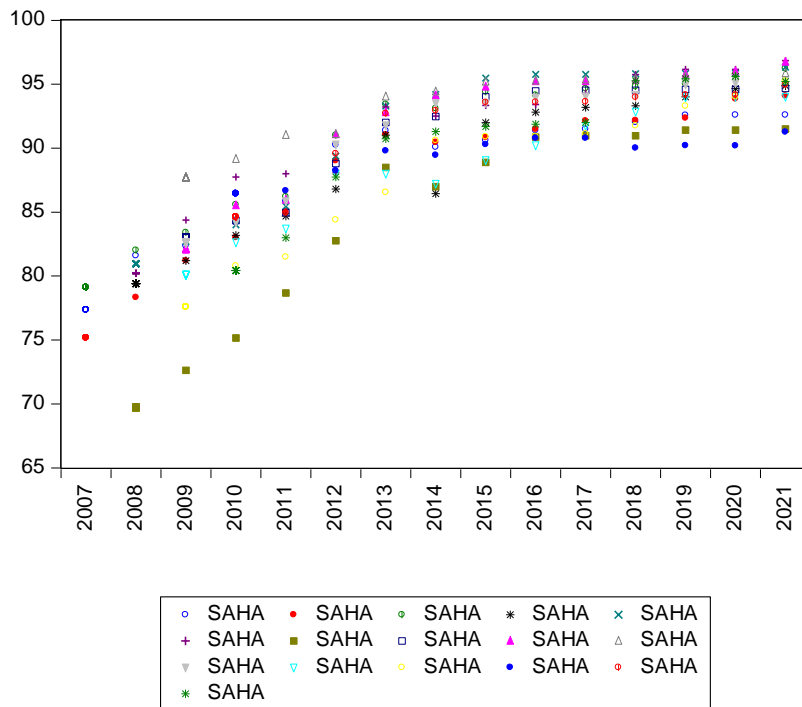
We have two main rating agencies in 24 firms. 15 firms are rated by SAHA and three firms are rated by JCR. The graphs show the ratings of the firms. Using these graphs, we aim to see if there is an increasing trend in rating and if there is a big difference among rating agencies visually. For example, one of the agencies may give higher scores each year to have more customers. The disadvantage of our data set the weight of the SAHA rating among the agencies we have is very high and this high majority makes the comparison hard. If we have the same or a similar number of firms for each agency it will be easier to see the difference.

**Table 4.** Descriptive Statistics of the rating values of the firms

|                     | <b>AG_AN</b> | <b>ALBAR</b> | <b>ANADO</b> | <b>ARCEL</b> | <b>AYGAZ</b> | <b>COCO</b>  | <b>DOGAN</b> | <b>HURRI</b> |
|---------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| <b>Mean</b>         | 90.8616      | 86.6533      | 91.4935      | 92.3630      | 91.9058      | 91.31        | 91.5         | 89.3913      |
| <b>Median</b>       | 91.785       | 86.85        | 94.845       | 94.8         | 93.595       | 94.02        | 93.56        | 91.27        |
| <b>Maximum</b>      | 95.62        | 91.21        | 96.34        | 96.74        | 94.95        | 94.68        | 95.27        | 93.58        |
| <b>Minimum</b>      | 80.44        | 81.38        | 80.96        | 82.09        | 84.61        | 83.04        | 82.64        | 79.67        |
| <b>Std. Dev.</b>    | 4.9109       | 3.4598       | 5.7404       | 4.7776       | 3.5840       | 4.4371       | 4.4026       | 4.5585       |
| <b>Observations</b> | 12           | 12           | 14           | 13           | 12           | 13           | 13           | 15           |
|                     | <b>IHEVA</b> | <b>IHLAS</b> | <b>LIDFA</b> | <b>OTKAR</b> | <b>PRKME</b> | <b>SKBNK</b> | <b>TAVHL</b> | <b>TTKOM</b> |
| <b>Mean</b>         | 80.28        | 81.4233      | 85.0321      | 89.1157      | 89.5116      | 90.4346      | 93.7107      | 88.9053      |
| <b>Median</b>       | 80.71        | 81.195       | 88.685       | 91.51        | 90.1         | 91.1         | 95.19        | 89.08        |
| <b>Maximum</b>      | 85.5         | 84.99        | 91.51        | 94.89        | 91.27        | 94.31        | 96.7         | 94.03        |
| <b>Minimum</b>      | 71.2         | 77.1         | 69.73        | 79.4         | 86.45        | 81.36        | 83.34        | 80.11        |
| <b>Std. Dev.</b>    | 4.6064       | 2.5860       | 7.7929       | 5.3534       | 1.5770       | 3.6865       | 3.7837       | 4.5790       |
| <b>Observations</b> | 12           | 12           | 14           | 14           | 12           | 13           | 13           | 13           |
|                     | <b>TOASO</b> | <b>TTRAK</b> | <b>TSKB</b>  | <b>TUPRS</b> | <b>TRCAS</b> | <b>PRKAB</b> | <b>VESTL</b> | <b>YKBNK</b> |
| <b>Mean</b>         | 88.422       | 88.016       | 93.5184      | 90.5966      | 90.2725      | 88.3615      | 89.6126      | 91.4392      |
| <b>Median</b>       | 90.61        | 90.85        | 95.19        | 93.43        | 93.1         | 90.9         | 90.94        | 93.285       |
| <b>Maximum</b>      | 92.6         | 94.09        | 95.86        | 96.24        | 96.1         | 95.24        | 96.34        | 96.85        |
| <b>Minimum</b>      | 77.36        | 75.17        | 87.69        | 79.12        | 75.2         | 77.58        | 75.91        | 80.21        |
| <b>Std. Dev.</b>    | 4.8806       | 5.9703       | 2.7902       | 5.7056       | 6.8671       | 5.6328       | 6.1823       | 5.0022       |
| <b>Observations</b> | 15           | 15           | 13           | 15           | 12           | 13           | 15           | 14           |

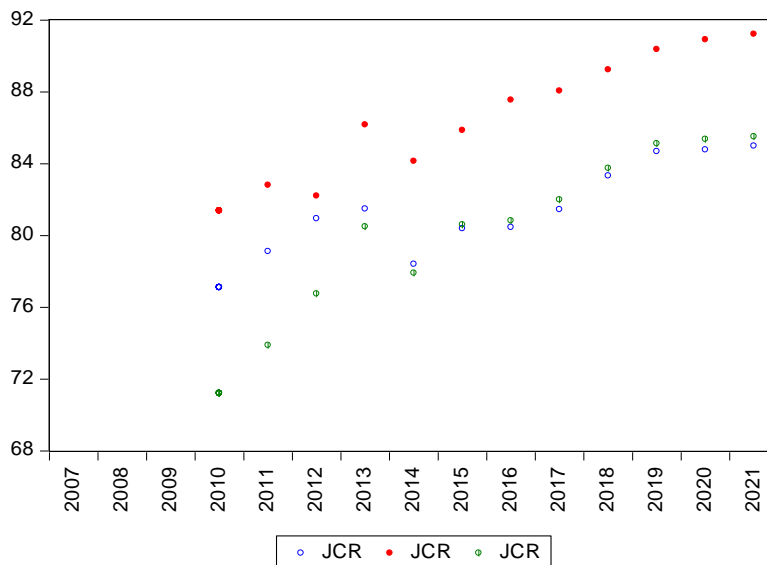
**Notes:** IHEVA: İhlas Home Appliances, IHLAS: İhlas Holding , LIDFA: Lider Factoring , OTKAR : Otokar, PARKME : Park Electricity , SKBNK : EverBank ,TAVHL : Tav Airports , TTKOM: Türk Telekom, TOASO: TOFAŞ, TTRAK: Türk Tractor , TSKB: Industrial Development Bank of Turkey , TUPRS : Tüpraş , TRCAS: Turcas Petroleum , VESTL : Vestel, YKBNK: Yapı Kredi Bank, PRKAB: Türk Prysmian Cables and Systems  
**Source:** Authors' calculations by [www.tkyd.org](http://www.tkyd.org) data





**Figure 5. SAHA Rating Points**

Source: Authors' own study by [www.tkyd.org](http://www.tkyd.org) data



**Figure 6. JCR Rating Agency Rating Scores**

Source: Authors' own study by [www.tkyd.org](http://www.tkyd.org) data

Figure 5 and Figure 6 show the ratings of the firms. Using these graphs, we aim to see if there is an increasing trend in rating and if there is a big difference among rating agencies visually. For example, one of the agencies may give higher scores each year to have more customers. The disadvantage of our data set the weight of the SAHA rating agency among the agencies we have is very high and this high majority makes the comparison hard. If we have the same or a similar number of firms for each agency it will be easier to see the difference. We see that the scores are increasing over the years. It can be interpreted as the firms are increasing their rates when they are having rated by the agencies.

Table 5 compares descriptive statistics of the firms by year for 24 rating agencies. After 2010, we have 24 observations means that we have 24 firms that have data from 2007 to 2021. We have eight firms in 2007, 9 firms in 2008 and 17 firms in 2009 which have data from 2007 to 2021. Descriptive statistics show that the rating scores generally increase. Only in 2014, there is one decrease. The mean of the firm's rating starts from 77 and reaches 94 in 2021.

**Table 5.** Descriptive Values of Scores by Year

| Year | Mean    | Median  | Max     | Min.    | Std. Dev. | Obs. |
|------|---------|---------|---------|---------|-----------|------|
| 2007 | 77.4460 | 77.3600 | 79.6700 | 75.1700 | 1.9554    | 5    |
| 2008 | 79.7811 | 80.9600 | 83.2100 | 69.7300 | 4.0718    | 9    |
| 2009 | 81.9676 | 82.6400 | 87.6900 | 72.6300 | 3.1992    | 17   |
| 2010 | 82.9837 | 84.0950 | 90.3500 | 71.2000 | 4.5457    | 24   |
| 2011 | 84.5204 | 85.2500 | 91.0200 | 73.8800 | 3.7610    | 24   |
| 2012 | 87.5120 | 88.2800 | 92.4400 | 76.7500 | 3.8177    | 24   |
| 2013 | 90.1150 | 90.9900 | 94.0300 | 80.4900 | 3.5906    | 24   |
| 2014 | 89.9379 | 90.8200 | 94.4300 | 77.9000 | 4.5302    | 24   |
| 2015 | 91.2225 | 91.8400 | 95.4900 | 80.3800 | 4.0395    | 24   |
| 2016 | 91.7533 | 92.8000 | 95.7700 | 80.4600 | 3.9370    | 24   |
| 2017 | 92.1479 | 92.6600 | 96.1700 | 81.4500 | 3.7739    | 24   |
| 2018 | 92.8075 | 93.6550 | 96.2500 | 83.3200 | 3.4473    | 24   |
| 2019 | 93.3783 | 94.1950 | 96.6700 | 84.6800 | 3.1586    | 24   |
| 2020 | 93.6112 | 94.4000 | 96.6700 | 84.7700 | 3.1534    | 24   |
| 2021 | 93.8954 | 94.9200 | 96.8500 | 84.9900 | 3.1776    | 24   |
| All  | 89.3791 | 91.0000 | 96.8500 | 69.7300 | 5.7057    | 319  |

We stated that it is not meaningful to compare agencies because of the proportion of the agencies in the market. However, we present descriptive statistics for the agencies in Table 4. The calculated descriptive statistics show the dominance of two firms in the market. Also, the firms' increasing rating scores show a positive effect of being rated.

## CONCLUSION

The crisis that started with the Enron scandal and the bankruptcy of the company in the USA in 2001 is called the corporate governance crisis. In the following years, the effects of the crisis were felt all over the world and crises based on deficiencies in corporate governance took place in different countries. These crises have shown the importance of corporate governance, and the interest in corporate governance has increased in academic literature.

In this article, we consider the rating agencies in Turkey which were authorized the announcement of corporate governance principles in capital markets by CBM. We collected all rating values from all of the corporate governance rating agencies for the 2007-2021 period from the TKYD web side. The results show that number of corporate governance rating agencies is increasing. Also, the number of firms that are rated is increasing. Another result shows that two firms dominate the rating market.

In this article, we presented a comprehensive analysis of the rating scores of Turkey using descriptive analysis. Further researchers can investigate the relationship between rating scores and financial ratios.

## REFERENCES

- Arslan, T. Ö. (2018). *Kurumsal yönetim derecelendirme notunun hisse senedi performansına etkisi: BİST-100'de bulunan yüksek kurumsal yönetim derecesine sahip şirketler üzerine bir uygulama*. (Unpublished Master Thesis). İzmir Kâtip Çelebi University, Social Sciences Institute, Financial Economics.
- Ararat, M., Claessens, S. & Yurtoglu, B. B. (2021). Corporate governance in emerging markets: A selective review and an agenda for future research. *Emerging Markets Review*, 48, 1-11. <https://doi.org/10.1016/j.ememar.2020.100767>.
- Bakır, A. (2009). *Bankaların risk derecelendirmesi ve Basel II kriterlerinin Türk bankacılık sistemine maliyeti*. (Unpublished Master Thesis). İnönü University, Social Sciences Institute, Business Administration.
- Boyacıoğlu, M. A. (2005). *Bankalarda derecelendirme (Rating) ve Türk bankacılık sektörü üzerine ampirik bir çalışma*. (Unpublished Phd Thesis). Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Cadbury, A. (1992). *Report of the committee on the financial aspects of corporate governance*. Gee and Co. Ltd., London.
- Claessens, S. (2006). Corporate governance and development. *The World Bank Research Observer*, 21 (1), 91–122. <https://doi.org/10.1093/wbro/lkj004>.
- Claessens, S. & Yurtoglu, B. B. (2013). Corporate governance in emerging markets: A survey. *Emerging Markets Review*, 15, 1-33. <https://doi.org/10.1016/j.ememar.2012.03.002>.
- Chang, C. C., Ho, K. Y., Hsiao, Y. J. & Chan, C. H. (2019). Solicited versus unsolicited credit rating and bank leverage decision. *European Financial Management Association Conference*
- Elkinawy, S. (2005). Mutual fund preferences for Latin American equities surrounding financial crises, *Emerging Markets Review*, 6 (3), 211-237. <https://doi.org/10.1016/j.ememar.2005.05.001>.
- Brown, R. (2005) "Enron/Andersen: Crisis in U.S. accounting and lessons for government", *Public Budgeting & Finance* 25 (3), 20-32. doi: 10.1111/j.1540-5850.2005.00365.x.
- Ferri, G. & Licitignola, P. (2010). Does Europe need its own rating agencies?. No 0033, *SERIES*, Dipartimento di Economia e Finanza - Università degli Studi di Bari "Aldo Moro".
- Gompel, Van J. (2011). *Corporate governance and stock returns in US markets 1998- 2008*. (Unpublished Master Thesis). Maastricht University School of Business and Economics.
- Jiang, J.X., Stanford, M.H. & Xie, Y. (2012). Does it matter who pays for Bond ratings? Historical Evidence, *Journal of Financial Economics* 105, 607-621.

- Karagöl, E.T. & İstiklal, M. Ü. (2012). Credit rating agencies: Searching for alternatives. *SETA Foundation for Political, Economic and Social Studies Report*.
- Kılıç, M. (2009). *Corporate governance and rating: Unsolicited corporate governance rating model suggestion for public firms*. (Unpublished Master's Thesis). Anadolu University Institute of Social Sciences, Department of Business Administration.
- Kılıç, M. & Benligiray, Y. (2012). Corporate governance and rating process. *Audit*, 9, 60-73.
- Köse, Y. E. (2010). *Effects on corporate governance and Fraud control*. (Unpublished PhD Thesis). Marmara University Institute of Social Sciences, Department of Business Administration.
- Krahnhen, J. P. & Weber, M. (2001). Generally accepted rating principles. *Journal of Banking and Finance*, 25(1), 3–23.
- Mattarocci, G. (2014). *The independence of credit rating agencies - How business models and regulators interact*. MA, USA: Elsevier.
- Önder, M. F. & Mutlucan Sayın, S. (2016). Corporate governance rating firms and their place in Turkish law. *Journal of Süleyman Demirel University Faculty of Law*, 1 (2), 105-133.
- Partnoy, F. (2006). How and why credit rating agencies are not like other gatekeepers. *San Diego legal studies paper* no. 07-46.
- Parker, Lee D. (2005). “Corporate governance crisis down under: Post-Enron accounting education and research Inertia”. *European Accounting Review* 14(2):383–94. doi: 10.1080/09638180500126876.
- Resmi Gazete (2007). *Communiqué on principles regarding rating activities and rating agencies in the capital markets* (Series VIII, No: 51) Official Gazette of the Republic of Turkey.
- Resmi Gazete (2014) Retrieved on 10 January 2022. Official Gazette of the Republic of Turkey. <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2014/01/20140103-3.htm>
- Sandıkcioglu, A. (2005). *Corporate governance compliance rating*. (Qualification Study). Capital Markets Board Partnerships Finance Department.
- SPK (2021). *Authorized rating agencies with corporate governance principles compliance rating*. Retrieved on 23 December 2021. Capital Markets Board of Turkey. <https://www.spk.gov.tr/Sayfa/Index/6/10/1>.
- Sukumaran, K. (2020). Corporate governance ratings - Concept, methodology and practice. *The Third National Research Conference by Indian Institute of Corporate Affairs (IICA) at New Delhi*.
- Sylla, R. (2002). *A historical primer on the business of credit rating*. Ratings, Rating Agencies and the Global Financial System. 19–40.

- TKYD (2021). *The corporate governance association of Turkey*, Retrieved on 17 December 2021. Corporate Governance Association of Turkey. <https://www.tkyd.org/tr/kyd-kurumsal-yonetim-komisyonlar-calisma-gruplari-sermaye-piyasasi-calisma-grubu-ve-bist-kurumsal-yonetim-endeksi-kurumsal-yonetim-endeksi-tum-firmalar.html>
- TSPAKB (2005). *Private sector debt instruments report current situation and recommendations*. Istanbul: Editor: Alparslan Budak, Private Sector Debt Instruments Working Group, Publication No: 25.
- Uğurlu, F. S. (2019). Relationship between bank credits and regional growth: The case of Turkey. *Journal of Science and Innovative Technologies*, 7, 81-92, doi: 10.5782/2616-4418.7.2019.81.
- Uğurlu, F. S. (2020). Did the 2008 global financial crisis affect the banking credits? A case of regions of Turkey. *International Journal of Humanities and Social Development Research*, 4, 74-82, doi: DOI:10.30546/2523-4331.2020.4.1.74.
- Van Roy, P. (2006). *Is there a difference between solicited and unsolicited bank ratings and if so, why ?*. Department of International Cooperation and Financial Stability, National Bank of Belgium.
- White, L. J. (2010). The credit rating agencies. *Journal of Economic Perspectives*, 24(2), 211–226.
- Yeğen, S. (2016). *Examining the relationship between the degree of compliance with corporate governance principles and firm performance*. (Unpublished Master's Thesis). Hacettepe University Institute of Social Sciences Business Administration Department Accounting Finance Department.

Geliş Tarihi:

24.03.2022

Kabul Tarihi:

25.05.2022



Yayımlanma Tarihi:

15.06.2022

Kaynakça Gösterimi: Kıvılcım, B. (2022). Holidaycheck web sitesindeki en iyi otel sıralamasına göre otellerin karşılaştırılması: Google Trends örneği. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 21(43), 474-486. doi: 10.46928/iticusbe.1092848

## **HOLIDAYCHECK WEB SİTESİNDEKİ EN İYİ OTEL SIRALAMASINA GÖRE OTELLERİN KARŞILAŞTIRILMASI: GOOGLE TRENDS ÖRNEĞİ**

*Araştırma*

Burcu Kıvılcım  

Sorumlu Yazar (Correspondence)

Artvin Çoruh Üniversitesi

[burcukivilcim@artvin.edu.tr](mailto:burcukivilcim@artvin.edu.tr)

Burcu Kıvılcım, Artvin Çoruh Üniversitesi'nde Dr. Öğr. Üyesi olarak görev yapmaktadır. Turizm İşletmeciliği, otelcilik, seyahat hizmetleri ve yiyecek içecek işletmeciliği alanlarında ders vermekte ve bu alanlarda araştırmalar yayınlamaktadır.

# HOLIDAYCHECK WEB SİTESİNDEKİ EN İYİ OTEL SIRALAMASINA GÖRE OTELLERİN KARŞILAŞTIRILMASI: GOOGLE TRENDS ÖRNEĞİ

Burcu Kıvılcım  
[burcukivilcim@artvin.edu.tr](mailto:burcukivilcim@artvin.edu.tr)

## Özet

**Amaç:** Bu çalışmanın amacı, Holidaycheck web sitesinde yapılan çevrimiçi değerlendirme ve puanlamalar sonucu belirlenen, Türkiye'nin en iyi ilk beş otelinin dünya genelinde tanınırlığını ortaya koymaktır.

**Yöntem:** Araştırmada içerik analizi yöntemi kullanılarak Holidaycheck web sitesinden veriler alınmış daha sonra bu veriler Google Trends web sitesi üzerinden sorgulanarak karşılaştırmalı analiz edilmiştir.

**Bulgular:** Analiz sonucunda, Google aramalarına göre, Tui Blue Palm Garden otelin diğer dört otele göre en iyi otel, Tui Magic Life Sarıgerme otelin ise en az sorgulanan otel olduğu görülmüştür. Döneme göre yapılan inceleme sonucunda otellerin yaz sezonu olan 13 Haziran-06 Ekim tarihleri arasında sık sorgulandığı, ülkelere göre bakıldığında ise, en fazla Almanya'da popüler olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Sonuçlar ışığında, alanyazına katkısı bakımından örnekleme diğer çevrimiçi değerlendirme sitelerinin de dâhil edilmesi ve daha fazla otelin karşılaştırılmasının yapılması önerilmektedir. Otel işletmelerine ise, stratejik planlar hazırlarken Google Trends ve Holidaycheck gibi web sitelerin kullanıcı yorumları ve değerlendirmelerini göz önünde bulundurmaları önerilmektedir.

**Özgünlük:** Çalışma, otel işletmelerinin rekabet avantajı ve sürdürülebilir gelişimine katkı sağlaması açısından önemli olup, konuya ilişkin çalışmaya rastlanılamamış olması sebebiyle özgün bir çalışma niteliği taşımaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Holidaycheck, Google Trends, Teknoloji, Otel, Turizm

**JEL Sınıflandırması:** L83

## COMPARISON OF HOTELS BY TOP HOTEL RANKING ON THE HOLIDAYCHECK WEB SITE: EXAMPLE OF GOOGLE TRENDS

### Abstract

**Purpose:** The aim of this study is to reveal the worldwide recognition of Turkey's top five hotels, which are determined as a result of online evaluations and ratings made on the Holidaycheck web site, worldwide.

**Method:** In the research, data were obtained from the Holidaycheck website using the content analysis method, and then these data were queried over the Google Trends website and analyzed comparatively.

**Findings:** As a result of the analysis, according to Google searches, it was seen that Tui Blue Palm Garden hotel is the best hotel compared to the other four hotels, and Tui Magic Life Sarıgerme hotel is the least questioned hotel. As a result of the analysis made according to the period, it was concluded that the hotels were frequently questioned between 13 June and 06 October, which is the summer season, and when looked at the countries, it was most popular in Germany. In the light of the results, it is recommended to include other online evaluation sites in the sampling in terms of their contribution to the literature and to compare more hotels. Hotel businesses are advised to consider user reviews and evaluations of websites such as Google Trends and Holidaycheck while preparing strategic plans.

**Originality:** The study is important in terms of contributing to the competitive advantage and sustainable development of hotel businesses, and it is an original study since no study on the subject has been found.

**Keywords:** Holidaycheck, Google Trends, Technology, Hotel, Tourism

**JEL Classification:** L83



## GİRİŞ

İnternet kullanımının yaygınlaşmasıyla sosyal medya ve arama motorları, otel işletmelerinin satış ve pazarlamasında etkili bir reklam aracı haline gelmiştir. İşletmeler, gerek web sitesi gerekse sosyal medya hesapları sayesinde geniş kitlelere kolayca ulaşabilmektedir. Sosyal platformlarda reklam ve tanıtımlarını yapmakta, otelleriyle ilgili görseller veya çeşitli haberler paylaşmaktadır. Turistlerin bir turizm ürünü tercih etmesinde etkili olan unsurlardan biri çekiciliktir (Kozak vd., 2008). Sosyal ağlarda yapılan bu paylaşımlar ise turistler için bir çekicilik unsuru olabilmektedir. Aynı zamanda oteli ziyaret eden konukların fikirlerini ifade edebilecekleri kullanıcı yorumları ve puanlama seçenekleri de mevcut olan bu platformlarda, konuklar memnuniyet derecelerine göre işletmeye puan verebilmekte ve işletmeyle ilgili olumlu veya olumsuz yorum yapabilmektedir. Bu durum diğer kullanıcıların işletme hakkında fikir sahibi olmasına fırsat tanımakta, tüketicilerin karar mekanizmasını doğrudan etkilemektedir.

Turizm işletmelerinin tüketiciler tarafından incelendiği ve değerlendirildiği birçok çevrimiçi tatil sitesi bulunmaktadır. Holidaycheck, Trivago ve Booking bu sitelerden bazılarıdır. Dünyanın dört bir yanından otel işletmesinin bulunduğu ve kullanıcılarına işletmeleri değerlendirme imkânı sunan Holidaycheck web sitesi 01.12.2020-30.01.2021 tarihleri arasındaki değerlendirmelere göre en iyi ilk 10 oteli sıralamış ve bu otellere en iyi otel ödülünü vermiştir. Bu çalışmada, Türkiye'nin en iyi ilk beş otelinin bir yıl içerisinde arama motorunda aranma sıklığı ve coğrafyalara göre tanınırlığının ortaya konulması amaçlanmaktadır. Çalışmada, Holidaycheck web sitesinden doküman analizi yöntemiyle veriler toplanacak ve Google Trends arama motorunda Türkiye'nin en iyi ilk beş oteline ilişkin veriler içerik analizi yöntemiyle karşılaştırılacak ve yorumlanacaktır.

## LİTERATÜR

Bireyler, turistik bir ürünü satın alırken ürün hakkında farklı platformlarda pek çok araştırma ve inceleme yapmaktadır. Arama motorları, sosyal medya, bloglar, sözlükler, otellerin web siteleri ve çevrimiçi tatil siteleri gibi kanallar aracılığıyla internet üzerinden araştırma yapabilmektedir. Bu platformlarda daha önce o ürün veya hizmeti satın alan kullanıcıların tavsiyeleri, yorumları, eleştirileri veya paylaşımları o ürün veya hizmeti satın alacak tüketicilerin kararlarını önemli ölçüde etkilemektedir (Mangold ve Faulds, 2009). Çünkü turistik bir ürün veya hizmet satın alan tüketiciler için o ürün veya hizmetle ilgili "kimin" "ne" söylediği önemlidir (Xie vd., 2011). Bu durum işletmeler açısından da değerlendirilmektedir. İnternet üzerindeki bu platformlarda işletmeler hakkında yapılan her değerlendirme, işletme için bir avantaj haline gelebilmektedir. Olumlu yorumlar otel işletmelerinin tercih edilebilirliğini artırarak sürdürülebilir gelişimine katkı sağlarken olumsuz yorumlar ise işletmeler için tercih noktasında olumsuz sonuçlar doğurabilmektedir. Ancak bu olumsuz yorumlar, işletmelerin eksiklerini gözden geçirmeleri için bir fırsat oluşturmaktadır. Çevrimiçi değerlendirmeler, otel işletmeleri için bu süreci nasıl yöneteceği yönünde bir fikir

olmaktadır (Sparks ve Browning, 2011). Pek çok çevrimiçi değerlendirme sitesi bulunmaktadır. Bu sitelerden biri de Holidaycheck'tir. Holidaycheck, kullanıcılarına satın aldığı ürün ve hizmetler ile ilgili çevrimiçi değerlendirme fırsatı sağlayan aynı zamanda kullanıcıların otelle ilgili fotoğraf veya videolar yüklemesine olanak sunan bir sitedir. Değerlendirme ölçütü olarak; otelin genel durumu, aldıkları hizmet, yeme-içme olanakları, odanın durumu, spor ve eğlence gibi kategorilere puan verilmektedir (Holidaycheck, 2022). Marcus Schott ve Sascha Vasic tarafından 1999 yılında kurulan site, bugün 10 farklı dilde hizmet vermekte ve 300 binden fazla otelin değerlendirilmesine imkân tanımaktadır (Doğan vd., 2020). Holiday check web sitesi, değerlendirmelere dayanarak dünyada en iyi olan otelleri seçip bu otellere ödüller vermektedir. Bunun yanı sıra ülkelere göre en iyi aile otelleri, sahil otelleri, göl kenarı otelleri, sağlık otelleri gibi ödüller de vermektedir. 2022 yılında ise, 360.000 kullanıcı yorumuna göre Türkiye'de bulunan en iyi 10 oteli sıralayarak bu otellere "2022 special awards" (en iyi otel) ödülleri vermiştir (Holidaycheck, 2022). Her yıl binlerce otele değerlendirme fırsatı vermesi ve kategorilere ayırarak ödüller dağıtması sebebiyle bu çalışmada Holidaycheck web sitesi tercih edilmiştir.

Popüleritenin ortaya konulduğu çevrimiçi değerlendirme sitelerinden birisi de dünyada en çok kullanılan arama motoru olan Google tarafından hizmet veren Google Trends web sitesidir (Çiçekdağı, 2021). Google Trends, döneme ve bölgelere göre en sık aranan sözcükleri sıralayarak kullanıcıların ilgi duyduğu ve merak ettiği kavramları ortaya koymaktadır (Google Trends, 2022). Turistik bir ürünü veya hizmeti satın almak isteyen kullanıcılar, Google üzerinden arama yaparak konuya ilişkin bilgi toplayabilmektedir. Otel işletmeleri ise, Google Trends istatistikleri sayesinde işletmelerinin ne sıklıkla sorgulandığı, hangi dönemde en sık aratıldığı ve işletmelerine hangi bölgelerden en fazla ilgi duyulduğunu görebilmektedir. Bu veriler, otel işletmelerine yönetimde nasıl bir yol izleyeceği konusunda ve geleceğe yönelik stratejiler oluşturmasında yol gösterici olabilecektir. Bu durum aynı zamanda işletmelerin rekabet üstünlüğü sağlamalarına olanak tanırken sürdürülebilir gelişimleri açısından da yararlı olabilecektir.

Alanyazında konuya ilişkin yapılan çalışmalar incelenmiştir. Aydın (2012), çalışmasında, Holidaycheck web sitesine göre en iyi dört otelin sosyal medya hesaplarını incelemiş ve çalışma sonucunda otellerin sosyal medya hesaplarını aktif ve güncel bir şekilde kullanmadıklarını ifade etmiştir. Sancharan ve Sheelan (2015), çevrimiçi otel yorumlarının tüketici tercihlerine olan etkisini ortaya koymayı amaçladığı çalışmasında, genellikle odalar üzerine yapılan yorumların tüketicilerin düşüncelerini etkilediği sonucuna ulaşmıştır. Diaz ve Rodriguez (2018), çalışmasında çevrimiçi değerlendirme sitelerinin güvenilirliğini ortaya koymayı amaçlamış ve Holidaycheck, Tripadvisor ve Booking.com'u karşılaştırmıştır. Çalışmanın sonucunda üç web siteyi de güvenli bulmuş ancak yalnızca Booking'in destinasyonlar arasında ayırım yapabilme kapasitesinin olduğunu ortaya koymuştur. Güngör vd. (2018), çalışmasında Holidaycheck web sitesindeki değerlendirmeye göre, Antalya ve Barselona'daki otelleri karşılaştırmış ve katılımcıların Barselona'daki otellerin personelinin sunduğu hizmetten memnunken, Antalya'daki otellerin sunduğu spor ve eğlence

hizmetlerinden daha memnun olduğu sonucuna varmıştır. Höpken vd. (2019), turist varışlarını tahmin etmeyi amaçladığı çalışmasında Google Trends verilerini kullanarak, turizm talebini tahmin etmede tahmin gücünü artırarak, önerilen yaklaşımın geleneksel otoresif yaklaşımlardan daha iyi performans gösterme yeteneği gösterdiği sonucuna ulaşmıştır. Doğan vd. (2020), yapmış oldukları çalışmalarında, Holidaycheck web sitesindeki Alanya’da bulunan 4 ve 5 yıldızlı otel işletmelerine verilen puanların işletmelerin tavsiyelerine olan etkisini ortaya koymayı amaçlamış ve çalışma sonucunda, tavsiye edilmesi üzerinde en yüksek etkiye sahip kriterin yiyecek-içecek hizmetleri ve en düşük etkiye sahip kriterin ise odalar olduğunu ifade etmiştir. Çiçekdağı (2021), turistlerin tatil satın almadan önce yaptıkları internet aramalarını analiz ederek seyahat edebilecekleri destinasyonları ortaya koymayı amaçladığı çalışmasında, Google Trends verilerini kullanarak Türkiye’ye turist gönderen ilk beş ülke arasında en sık aratılan destinasyonun İstanbul olduğu sonucuna ulaşmıştır. Alanyazından yola çıkarak, bu çalışmada Holidaycheck web sitesinin belirlediği en iyi ilk beş otel işletmesinin Google Trends aramalarındaki tanınırlığı ortaya konulmaya çalışılacaktır.

## YÖNTEM

Bu çalışmanın amacı, 2021 yılında Holidaycheck tarafından “otelin genel durumu”, “odaların durumu”, “hizmet kalitesi”, “işletmenin konumu”, “yiyecek-içecek”, “spor ve eğlence” kategorilerine göre yapılan çevrimiçi değerlendirmeler sonucu belirlenen Türkiye’nin en iyi ilk beş otelinin 01.12.2020-30.01.2021 tarihleri arasında Google Trends aramalarında sorgulanma sıklığı, anahtar kelimeleri ve hangi bölgelerden aratıldığına ilişkin verileri karşılaştırarak tanınırlığını ortaya koymaktır. Ödüllerin 2021 yılı değerlendirmesine göre verilmesi ve belirtilen tarih aralığının son bir yılı kapsaması sebebiyle bu tarih aralığı tercih edilmiştir. Çalışma, otel işletmelerinin rekabet avantajı ve sürdürülebilir gelişimine katkı sağlaması açısından önemli olup, alanyazına da faydalı olması beklenmektedir. Araştırmada, mevcut durumu ortaya koyması bakımından betimsel tarama ve çeşitli değişkenlere göre farklılıklar incelendiği için ilişkisel tarama modeli kullanılmıştır. Çalışmanın örneklemini amaca yönelik örnekleme yöntemiyle seçilen ve Holidaycheck web sitesinde belirlenen en iyi ilk beş otel olan; Tui Blue Palm Garden, Blue Waters Club, Robinson Çamyuva, Tui Magic Life Sarıgerme ve Tui Blue Seno Hotels oluşturmaktadır.

**Tablo 1.** Holidaycheck Web Sitesi En İyi İlk Beş Otele İlişkin Değerlendirme

| Değerlendirme Ölçütleri (Puan) | Tui Blue Palm Garden | Blue Waters Club | Robinson Çamyuva | Tui Magic Life Sarıgerme | Tui Blue Seno |
|--------------------------------|----------------------|------------------|------------------|--------------------------|---------------|
| Otel                           | 5.9                  | 5.8              | 5.8              | 5.8                      | 5.8           |
| Oda                            | 5.9                  | 5.5              | 5.3              | 5.4                      | 5.8           |
| Hizmet                         | 5.9                  | 5.8              | 5.8              | 5.8                      | 5.7           |
| Konum                          | 5.3                  | 5.6              | 5.7              | 5.8                      | 5.7           |
| Gastronomi                     | 5.9                  | 5.8              | 5.8              | 5.6                      | 5.7           |
| Spor ve Eğlence                | 5.8                  | 5.9              | 5.9              | 5.8                      | 5.5           |

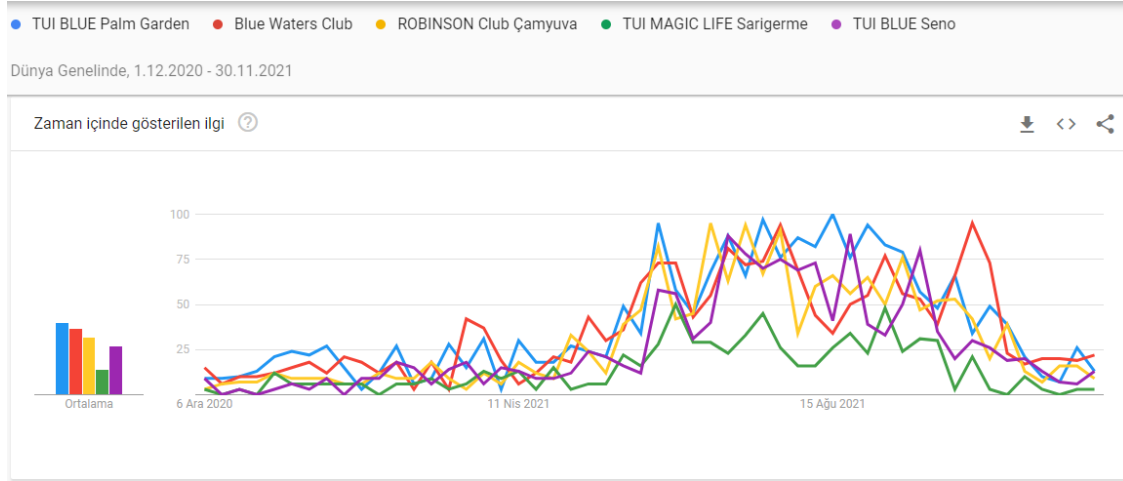
|                                       |       |       |       |       |       |
|---------------------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Toplam Puan                           | 5.9/6 | 5.9/6 | 5.8/6 | 5.8/6 | 5.8/6 |
| Web site<br>Kullanıcı yorum<br>sayısı | 3071  | 5262  | 2103  | 2.348 | 1.585 |
| Facebook                              | Var   | Var   | Var   | Var   | Var   |
| Instagram                             | Var   | Var   | Yok   | Var   | Var   |
| Twitter                               | Var   | Yok   | Yok   | Yok   | Var   |

Tablo 1'e göre, örnekleme konu olan 5 otelin değerlendirme ölçütlerine bakıldığında, değerlendirmenin otelin genel durumu, odaların durumu, hizmet kalitesi, işletmenin konumu, yiyecek-içecek, spor ve eğlence kategorilerinden yapıldığı ve 6 üzerinden 5.5-5.9 aralığında değiştiği görülmektedir. Ayrıca, bu beş otelin sosyal medya hesapları, gönderi sayıları, takipçi sayıları, beğeni ve yorum sayıları da incelenmiş olup işletmelerin sosyal medya hesaplarını aktif olarak kullanmadıkları ve günlük paylaşım yapmadıkları gözlemlenmiştir.

Bu noktada, Holidaycheck web sitesi 01.12.2020-30.01.2021 tarihleri arasındaki değerlendirmelere göre Türkiye'nin en iyi ilk beş otelinin "*Google'da tanınırlığının hangi boyutta olduğu*", "*hangi otelin daha çok sorgulandığı*" ve bu otellerin "*hangi ülkelere göre daha popüler olduğu*" soruları araştırmanın sorularını oluşturmaktadır. Yalnızca Holidaycheck web sitesindeki yorumlara göre belirlenen ilk beş otelin karşılaştırılmış olması çalışmanın sınırlılığını oluşturmaktadır. Ayrıca, kullanıcıların objektif yorumlar yaptığı varsayımı ve tarih aralığının bir yılı kapsamı da çalışmanın diğer sınırlılıklarını oluşturmaktadır. Araştırmada içerik analizi yöntemi kullanılarak Holidaycheck websitesinden otellerin ismi, puanları ve değerlendirme ölçütleri alınmış ve bu oteller Google Trends üzerinden karşılaştırılmıştır. Karşılaştırma, Google Trends'in belirlenen tarih aralığında ve seçilen bölgelerden sorgulanma düzeyi hakkında bilgi vermektedir. Google Trends, değerlendirmeleri sorgulanma sıklığına göre 0=hiç ile 100=en fazla aralığında ifade etmektedir.

## **BULGULAR**

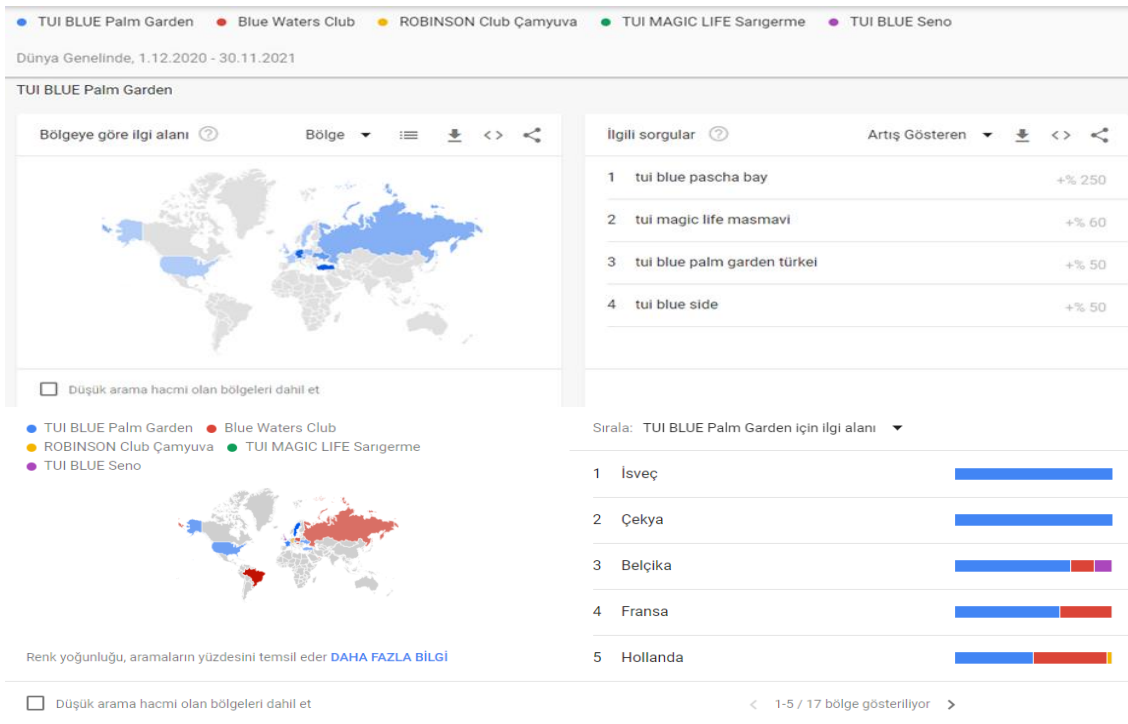
Araştırmanın bu bölümünde, Holidaycheck web sitesi tarafından Türkiye'nin en iyi ilk beş oteli seçilen oteller, Google Trends web sitesinden elde edilen veriler kullanılarak karşılaştırılmış ve bulgular yorumlanmıştır. Dünya genelindeki sorgulamalarda 01.12.2020-30.01.2021 zaman aralığı kullanılmış olup, zaman içerisinde gösterilen ilgi değeri 0-100 arasında değişiklik göstermektedir. Beş otelin Google aramalarında zamana göre karşılaştırılması Şekil 1' de gösterilmiştir.



**Şekil 1.** Türkiye'nin En İyi İlk 5 Otelinin İlgi Değerinin Zamana Göre Karşılaştırılması  
**Kaynak:** Google Trends

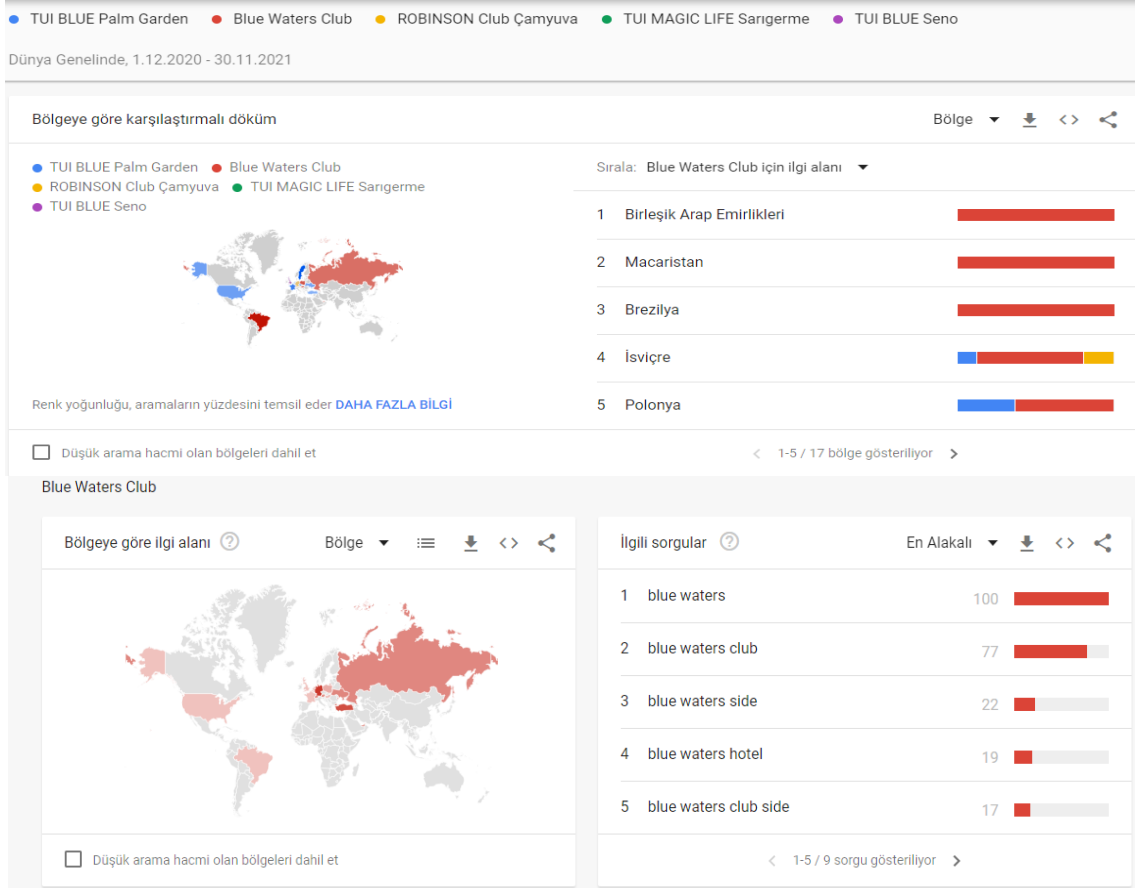
Şekil 1'e bakıldığında, Dünya genelinde en çok aratılan otelin Tui Blue Palm Garden, en az aratılan otelin ise Tui Magic Life Sarıgerme olduğu görülmektedir. 5 otelin de aranma sıklığı 6-12 Haziran 2021 tarihi itibariyle artış göstermektedir. Tui Blue Palm Garden otelin en sık sorgulandığı zaman dilimi, 15-21 Ağustos 2021 tarihleri arasında, Blue Waters Club otel, 10-16 Ekim 2021, Robinson Club Çamyuva 27 Haziran-3 Temmuz 2021, Tui Magic Life Sarıgerme 13 Haziran- 19 Haziran, Tui Blue Seno otel ise 22-28 Ağustos 2021 tarihleri arasında sık sorgulanmıştır.

Türkiye'nin en iyi ilk 5 otelinin hangi ülkelerde ve hangi anahtar kelimelerle Google arama motorunda sorgulandığı aşağıdaki şekillerde gösterilmektedir.



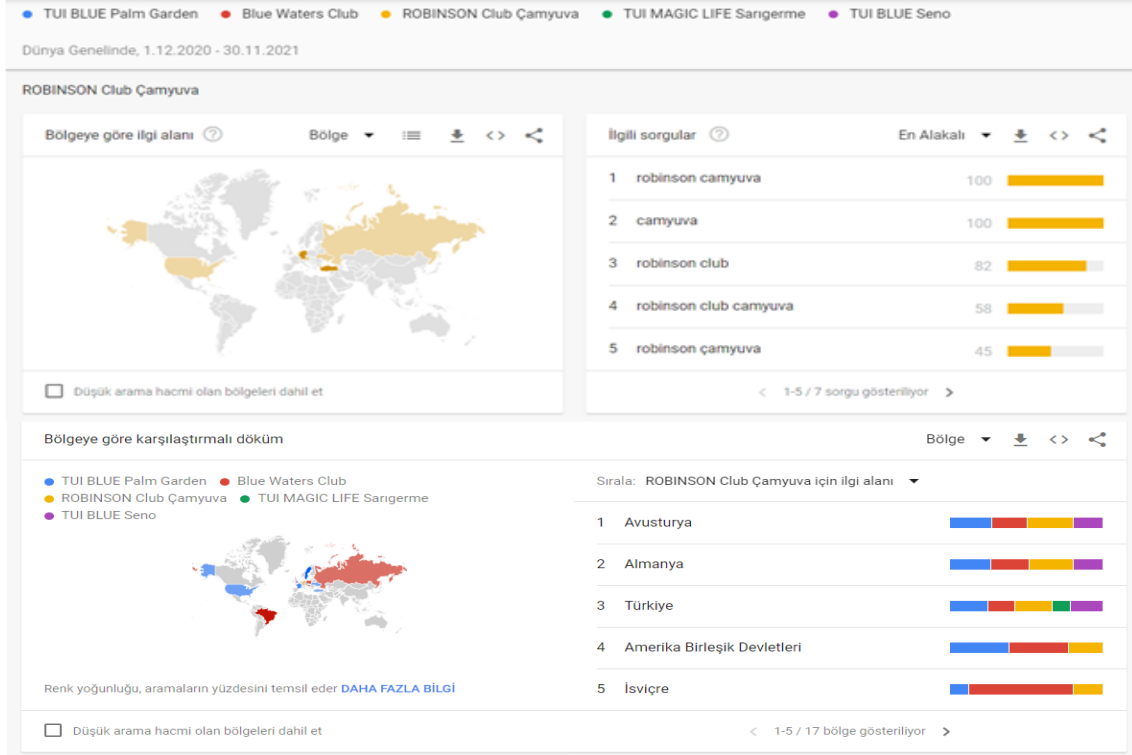
**Şekil 2.** Tui Blue Palm Garden Oteli Sorgulama Sonuçları  
**Kaynak:** Google Trends

Şekil 2'ye bakıldığında Tui Blue Palm Garden Otelin diğer dört otelle karşılaştırıldığında İsveç ve Çekya'da %100 oranında sorgulandığı görülmektedir. Ayrıca otel, *Tui Blue Pascha Bay* ve *Tui Magic Life Masmavi* anahtar kelimeleriyle ilgi değeri en sık Türkiye (100) ve Almanya'da (90) sorgulanmıştır.



**Şekil 3.** Blue Waters Club Otel Sorgulama Sonuçları  
**Kaynak:** Google Trends

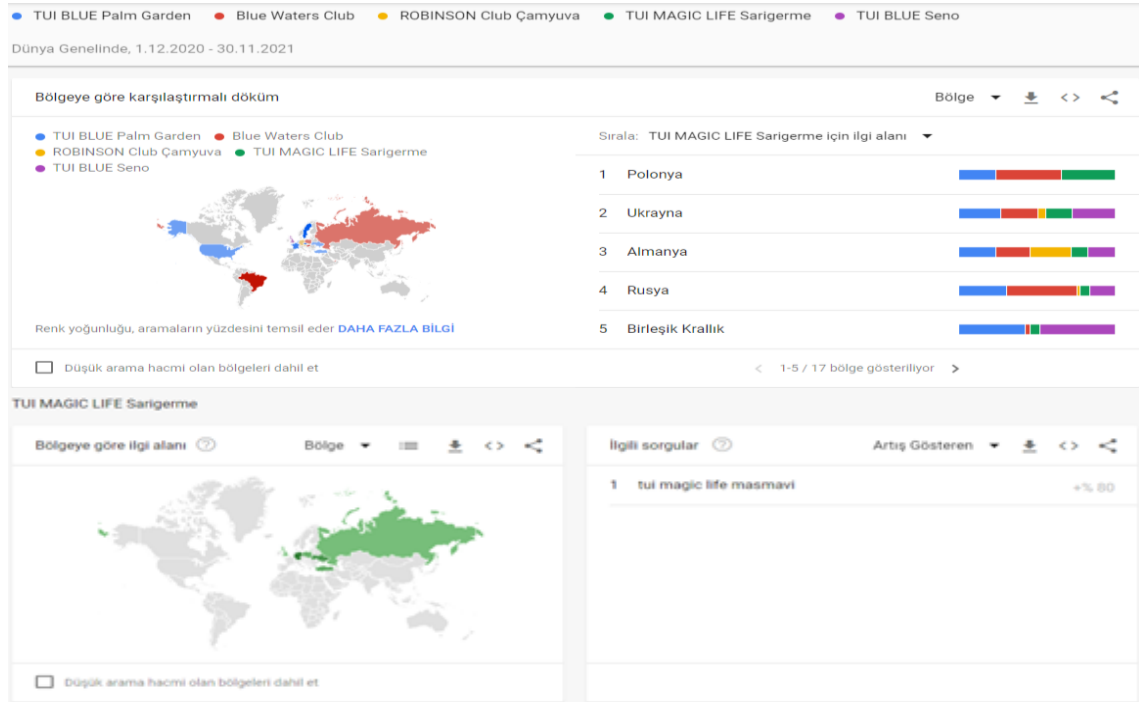
Şekil 3'ün sonuçlarına göre, Blue Waters Club Otel diğer dört otelle kıyasla Birleşik Arap Emirlikleri, Macaristan ve Brezilya'da popüler iken, en sık İsviçre (100), Almanya (76) ve Türkiye'de (64) *blue waters* ve *blue waters club* anahtar kelimeleri ile aratılmıştır.



**Şekil 4.** Robinson Club Çamyuva Oteli Sorgulama Sonuçları

**Kaynak:** Google Trends

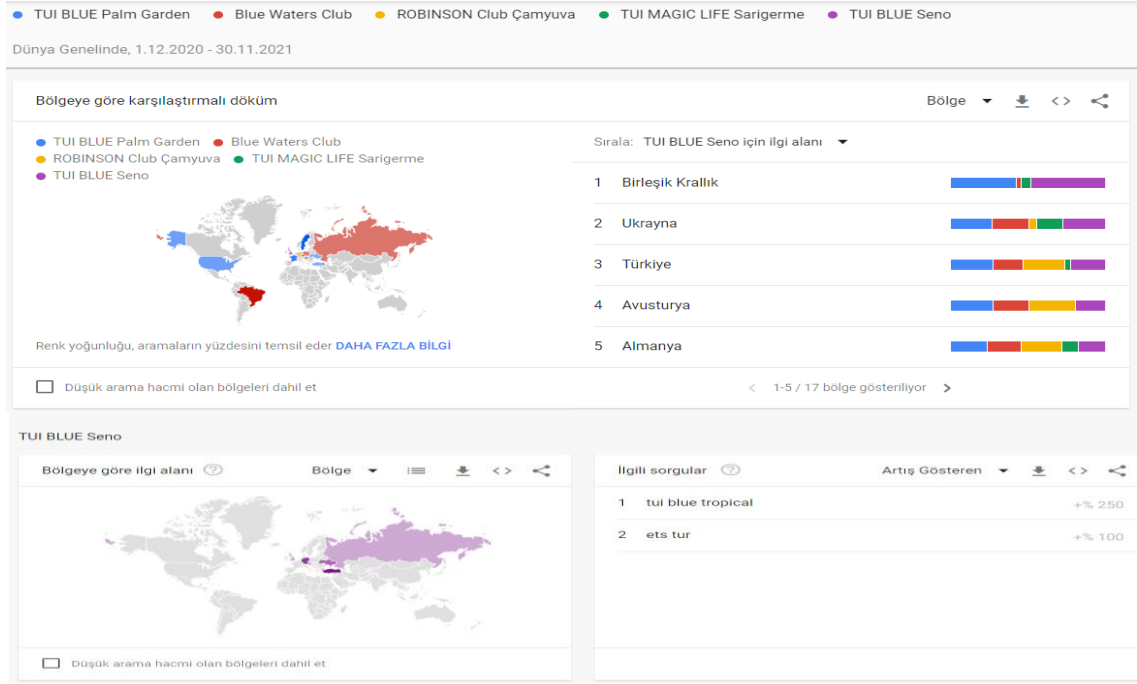
Şekil 4'e bakıldığında, Robinson Club Çamyuva otelin, *robinson camyuva* ve *camyuva* anahtar kelimeleriyle, Almanya (100), Türkiye (100) ve Avusturya'da (44) sıklıkla sorgulandığı görülmektedir.



**Şekil 5.** Tui Magic Life Sarigerme Oteli Sorgulama Sonuçları

**Kaynak:** Google Trends

Şekil 5'e göre Tui Magic Life Sarıgerme oteli, diğer dört otele göre Polonya, Ukrayna ve Almanya'da popüler olup, *tui magic life masmavi* anahtar kelimesiyle en sık Almanya (100), Ukrayna (65) ve Türkiye'de (40) sorgulanmıştır.



Şekil 6. Tui Blue Seno Oteli Sorgulama Sonuçları

Kaynak: Google Trends

Şekil 6'ya göre, Tui Blue Seno Oteli, *tui blue tropical* ve *ets tur* anahtar kelimeleriyle aratılmış olup, diğer dört otele göre Birleşik Krallık, Ukrayna ve Türkiye'de daha çok sorgulanmıştır. Ayrıca ilgi değeri açısından Türkiye (100), Almanya (77), Ukrayna (52) gibi ülkelerde popülerdir.

## SONUÇ, TARTIŞMA VE ÖNERİLER

Web tabanlı sorgulamaların hızlı bir şekilde dokümanını listeleyen Google.com arama motoru, kullanıcılarına belli bir dönemde ve belli bir bölgeden en sık hangi kelimelerin aratıldığı, popüler olan destinasyonların, ürün ve hizmetlerin bilgisini vermektedir. Bu çalışmada Holidaycheck web sitesindeki çevrimiçi değerlendirme ölçütlerine göre Türkiye'de en iyi ilk beş otel ödülü alan otellerin dünya genelinde bir yıllık dönem içerisinde karşılaştırmasını yaparak hangi ülkeler tarafından sorgulandığı, hangi otellerin hangi ülkelerde popüler olduğu ortaya konulmuştur. İnceleme sonucuna göre, Tui Blue Palm Garden otelin ilgi değerinin 100'e ulaşmış olması açısından en sık sorgulanan otel, Tui Magic Life Sarıgerme otelin ise ilgi değerinin 50'yi geçmemesi sebebiyle en az sorgulanan otel olduğu görülmektedir. Tui Blue Palm Garden oteli diğer dört otele göre İsveç ve Çekya'da sorgulanan tek otel olmakla birlikte en fazla Almanya'da sorgulanmıştır. Blue Waters Club Otel ise diğer beş otele kıyasla Birleşik Arap Emirlikleri, Macaristan ve Brezilya'da sorgulanan tek oteldir. İlgi düzeyine bakıldığında ise İsviçre ve Almanya'da popüler olduğu söylenebilir. Robinson Club Çamyuva Otelin ise Almanya ve Türkiye'de popüler olduğu görülmektedir. Tui Magic Life Sarıgerme otele bakıldığında, ilgi değeri diğer dört otele göre düşük olmasına rağmen, Almanya,



Ukrayna ve Polonya'da popülerdir. Tui Blue Seno Oteli, diğer dört otele göre Birleşik Krallık, Ukrayna ve Türkiye'de daha çok sorgulanmıştır. Ayrıca ilgi değeri açısından ise, Türkiye ve Almanya'da popülerdir. Bu durumda, Tui Blue Palm Garden otelin diğer dört otele göre daha popüler olduğu söylenebilir. Ülkeler açısından bakıldığında, beş otelin de Almanya'da popüler olduğu görülmektedir. Google aramalarının, bir yıllık zaman dilimi içerisinde 13 Haziran-06 Ekim 2021 tarihleri arasında sık olduğu görülmektedir. Bu durum ise, beş otelin de yaz sezonunda ilgi gördüğünü göstermektedir. Sonuç olarak, Türkiye'nin en iyi ilk beş otelinin bir yıl içerisinde hem Holidaycheck hem de Google üzerinden popüler olduğunu ve bu otellere en fazla ilgi gösteren ülkenin ise Almanya olduğunu söylemek mümkündür. Bu durum, otel işletmelerinin popüler olmasının yanı sıra reklam ve tanıtımı açısından da olumlu bir adımdır. Otellerin sağladığı hizmet kalitesiyle adından sıkça bahsettirmesi, çevrimiçi değerlendirme sitelerinden yüksek puanlar alması ve olumlu yorumlar yapılması da işletmeleri rakiplerine karşı bir adım öne taşımakta ve sürdürülebilir gelişimine de katkı sağlamaktadır. Bu otellerin Almanya'da popüler olması, holidaycheck web sitesinin on farklı dilde hizmet vermesinin yanı sıra ana dilinin Almanca olması ve Almanların sıklıkla tercih ettiği bir web site olmasının bir sonucu olarak da görülebilmektedir. Araştırmanın bir başka sonucu da en iyi otellerin sosyal medyayı etkili kullanmadıkları yönündedir. Çalışma bu haliyle Aydın (2012)'nin çalışmasıyla benzerlik göstermektedir. Ayrıca, personelden alınan hizmet ve spor-eğlence kategorisinin yüksek puan alması yönüyle araştırma Güngör vd. (2018)'in çalışmasıyla kısmen uyumaktadır. Doğan (2020)'nin çalışmasında en yüksek puan alan kriterin gastronomi, en düşük puan alan kriterin ise odalar olduğu göz önünde bulundurulduğunda bu çalışma alanyazınla paralellik göstermektedir. Sonuçlar ışığında, turizm sektörüne, iyi olarak nitelendirilen ve popüler olan otellerin Almanya, Avusturya, Ukrayna ve Polonya gibi ülkelerin dışında tüm dünya ülkelerince popüler olmasının sağlanması ve Türkiye'de iyi olarak nitelendirilebilecek pek çok otel işletmesinin de popüleritesinin artırılması açısından reklam ve tanıtımların daha ileri bir boyuta taşınması önerilmektedir. Örneğin, Hilton, Sheraton, Radisson gibi otellerin hizmet kalitesini ön plana çıkarması ve tüm dünyada duyurması etkili bir tanıtım unsurudur. Türkiye otellerinin tanıtımında ise, Türk Hava Yollarının uçuşlarında görsel reklam araçları ile otellerin reklamını yapması veya tur şirketlerinin dış ülkelerle işbirliği yaparak çeşitli kampanyalarla tercih edilirliliği artırması veya işletmelerin sosyal medya, web sitesi ve değerlendirme siteleri aracılığıyla online tanıtım araçlarını kullanarak geniş kitlelere ulaşması gibi yollar izlenebilir. Buna yönelik hedef kitlenin belirlenerek doğru zamanda doğru yerde doğru tanıtım araçlarını kullanması önem taşımaktadır. Ayrıca, otel işletmelerine, stratejik planlar hazırlarken Google Trends ve Holidaycheck gibi web sitelerin kullanıcı yorumları ve değerlendirmelerini göz önünde bulundurmaları önerilmektedir. Alanyazına ise, bundan sonraki çalışmalarda farklı çevrimiçi değerlendirme sitelerinden de yararlanılması, daha fazla otel işletmesinin karşılaştırılması, anahtar kelimelerin değiştirilerek sonuca etkisinin araştırılması ve Türkiye'deki popüler olamayan otellerin eksiklerinin saptanarak çözüm yolları sunulması önerilmektedir.

## KAYNAKÇA

- Aydın, Ö. K. (2012). Türkiye’de otelcilik sektöründe sosyal medyanın kullanımına yönelik bir inceleme. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, (18), 99-109.
- Çiçekdağı, M. (2021). Google Trends verilerine göre turizmde tanınırlık ve talep tahmini. *Çatalhöyük Uluslararası Turizm ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, (6), 140-157.
- Diaz, M. R. ve Rodríguez, T. F. E. (2018). Determining the reliability and validity of online reputation databases for lodging: Booking. com, TripAdvisor, and Holidaycheck. *Journal of Vacation Marketing*, 24(3), 261-274.
- Doğan, S., Başaran, M. A. ve Kantarcı, K. (2020). Konaklama işletmelerinin tavsiye edilmesini etkileyen hizmetlerin belirlenmesi: Alanya’da bir araştırma. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(4), 3769-3784.
- Google Trends (2022). Tüm dünyada hangi konularda arama yapıldığını keşfedin [<https://trends.google.com/trends/?geo=TR>] (09 Mart 22).
- Güngör, O., Güngör, M. Y. ve Doğan, S. (2018). Holidaycheck web sitesindeki turist değerlendirmelerine göre Antalya ve Barselona’daki 4 ve 5 yıldızlı oteller üzerine karşılaştırmalı bir araştırma. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 15(1), 74-88.
- Holidaycheck, (2022). Die besten hotels 2022. [<https://www.Holidaycheck.de/Holidaycheck-award>] (Erişim Tarihi: 09 Mart 2022).
- Höpken, W., Eberle, T., Fuchs, M., ve Lexhagen, M. (2019). Google Trends data for analysing tourists’ online search behaviour and improving demand forecasting: the case of Åre, Sweden. *Information Technology & Tourism*, 21(1), 45-62.
- Kozak, N., Kozak, M. A. ve Kozak, M. (2008). Genel Turizm: İlkeler ve Kavramlar, Detay Yayıncılık.
- Mangold, W. G., ve Faulds, D. J. (2009). Social media: The new hybrid element of the promotion mix. *Business horizons*, 52(4), 357-365.
- Sancharan, R., ve Sheelan, M. (2015). The digitization of word-of-mouth in travel and tourism. *International Journal of Advance and Innovative Research*, 2(1), 55-61.
- Sparks, B. A. ve Browning, V. (2011). The impact of online reviews on hotel booking intentions and perception of trust. *Tourism management*, 32(6), 1310-1323.
- Xie, H. J., Miao, L., Kuo, P. J., ve Lee, B. Y. (2011). Consumers’ responses to ambivalent online hotel reviews: The role of perceived source credibility and pre-decisional disposition. *International Journal of Hospitality Management*, 30(1), 178-183.

Geliş Tarihi:

03.04.2022

Kabul Tarihi:

03.06.2022

Yayımlanma Tarihi:

15.06.2022

Kaynakça Gösterimi: Beytemur, N., & Ersoy, H. (2022). The effects of dividend distribution policies on firm value: An application on Bist food beverage and Bist chemical petrol and plastic indices. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 21(43), 487-503. doi: 10.46928/iticusbe.1090789



## THE EFFECTS OF DIVIDEND DISTRIBUTION POLICIES ON FIRM VALUE: AN APPLICATION ON BIST FOOD BEVERAGE AND BIST CHEMICAL PETROL AND PLASTIC INDICES<sup>1</sup>

*Research*

Nur Beytemur 

Sorumlu Yazar (Correspondence)

[nurbeytemur@gmail.com](mailto:nurbeytemur@gmail.com)

Hicabi Ersoy  

İstanbul Ticaret University

[hersoy@ticaret.edu.tr](mailto:hersoy@ticaret.edu.tr)

Nur Beytemur, İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi'nde lisans eğitimini tamamlamıştır. İstanbul Ticaret Üniversitesi Uluslararası Bankacılık ve Finans alanında yüksek lisansına devam etmektedir. Finans alanında araştırmalar yapmaktadır.

Hicabi Ersoy, İstanbul Ticaret Üniversitesi'nde Doçenttir. Finans alanında ders vermekte ve bu alanda araştırmalar yapmaktadır.

---

<sup>1</sup> This study is derived from Nur Beytemur's master's thesis titled “Kâr Payı Dağıtım Politikalarının Firma Değeri Üzerine Etkisi: Bist Yiyecek, İçecek ve Bist Kimya, Petrol, Plastik Endeksleri Üzerine Bir Uygulama”, which was conducted at the Istanbul Ticaret University and Finance Institute with the mentorship of Assoc. Prof. Dr. Hicabi Ersoy.

# THE EFFECTS OF DIVIDEND DISTRIBUTION POLICIES ON FIRM VALUE: AN APPLICATION ON BIST FOOD BEVERAGE AND BIST CHEMICAL PETROL AND PLASTIC INDICES

Nur Beytemur  
[nurbeytemur@gmail.com](mailto:nurbeytemur@gmail.com)  
Hicabi Ersoy  
[hersoy@ticaret.edu.tr](mailto:hersoy@ticaret.edu.tr)

## Abstract

There is no consensus in the literature among theoretical approaches and studies which try to explain the effect of dividend policies on firm value. In this study, it has been investigated whether the dividend policies affect the firm value. Between 2010 and 2020, annual data from companies in the BIST Chemical, Petrol, Plastic, and BIST Food and Beverage indices were used in the study. In this research firm value is included the dependent variable, dividend distribution status per share is included independent variable, debt/equity ratio, return on assets and return on equity are included as instrumental variables.

Using Two Stage System Generalized Moment Method proposed by Arellano and Bover and Blundell and Bond it was determined that the dividend distribution policies in the BIST Food and Beverage index did not have a significant effect on the firm value. On the other hand, dividend distribution policies in BIST Chemical, Petrol, Plastic index have a significant and negative effect on firm value.

**Purpose:** The aim of this study is to investigate whether the dividend policies of companies in the BIST Food Beverage and BIST Chemical, Petrol and Plastic Indexes have an effect on the firm value.

**Method:** In this study dynamic panel data Two Stage System Generalized Moment Method proposed by Arellano and Bover, Blundell and Bond were used between 2010 and 2020, annual data from companies in the BIST Chemical, Petrol, Plastic, and BIST Food and Beverage indices were used in the study. In this research firm value is dependent variable. Dividend distribution status per share is included independent variable, debt/equity ratio, return on assets and return on equity are included as instrumental variables.

**Findings:** It was determined that the dividend distribution policies in the BIST Food and Beverage indexes did not have a significant effect on the firm value. On the other hand, dividend distribution policies in BIST Chemical, Petrol, and Plastic index have a significant and negative effect on firm value. It has been observed that the instrument variables used in the study have a positive and significant relationship on the firm value.

**Originality:** Although there are many studies in the literature on this subject, it has been seen that the dividend puzzle is continues. It is thought that this study will contribute to the literature since it has a larger and more up-to-date data set compared to other studies conducted in Turkey, and includes the comparative results of the two indices determined.

**Keywords:** Dividend Policies, Firm Value, Profit Distribution, Dynamic Panel Data Analysis, BIST XKMYA Index, BIST XGIDA Index

**JEL Classification:** G10,G11,G30,G35

# KÂR PAYI DAĞITIM POLİTİKALARININ FİRMA DEĞERİ ÜZERİNE ETKİSİ : BİST YİYECEK, İÇECEK VE BİST KİMYA, PETROL, PLASTİK ENDEKSLERİ ÜZERİNE BİR UYGULAMA

Nur Beytemur  
[nurbeytemur@gmail.com](mailto:nurbeytemur@gmail.com)  
Hicabi Ersoy  
[hersoy@ticaret.edu.tr](mailto:hersoy@ticaret.edu.tr)

## Özet

Kâr payı dağıtım politikalarının firma değeri üzerine etkisini açıklamaya çalışan birçok teorik yaklaşım ve çalışma arasında literatürde görüş birliği sağlanamamıştır. Bu çalışmayla firmaların kâr payı dağıtım politikalarının firma değerini etkileyip etkilemediği araştırılmıştır. Çalışmada BIST Kimya, Petrol, Plastik ve BIST Yiyecek ve İçecek endekslerinde yer alan firmaların 2010-2020 yılları arasındaki yıllık verileri kullanılmıştır. Firma değeri bağımlı değişken, hisse başına kâr payı dağıtım durumları bağımlı değişken, borç/özkaynak oranı, aktif kârlılığı ve özkaynak kârlılığı ise araç değişken olarak araştırmada kullanılmıştır.

Dinamik panel veri modellerinden Arellano ve Bover ile Blundell ve Bond tarafından geliştirilen İki Aşamalı Sistem Genelleştirilmiş Momentler Tahmincisi metodu kullanılarak yapılan analizler sonucunda BIST Yiyecek ve İçecek endeksinde kâr payı dağıtım politikalarının firma değeri üzerinde anlamlı bir etkisinin olmadığı saptanmıştır. Buna karşılık BIST Kimya, Petrol, Plastik endeksinde kâr payı dağıtım politikalarının firma değeri üzerinde negatif yönde ve anlamlı bir etkisinin olduğu görülmüştür. Çalışmada kullanılan araç değişkenlerin firma değeri üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişki içerisinde olduğu görülmüştür.

**Amaç:** Bu çalışmanın amacı, BIST Gıda İçecek ve BIST Kimya, Petrol ve Plastik Endekslerindeki şirketlerin kâr payı politikalarının firma değeri üzerinde etkili olup olmadığının araştırılmasıdır.

**Yöntem:** Çalışmada dinamik panel veri modellerinden Arellano ve Bover ile Blundell ve Bond tarafından geliştirilen İki Aşamalı Sistem Genelleştirilmiş Momentler Tahmincisi metodu kullanılmıştır. Çalışmada BIST Kimya, Petrol, Plastik ve BIST Yiyecek ve İçecek endekslerinde yer alan firmaların 2010-2020 yılları arasındaki yıllık verileri kullanılmıştır. Firma değeri bağımlı değişken, hisse başına kâr payı dağıtım durumları bağımlı değişken, borç/özkaynak oranı, aktif kârlılığı ve özkaynak kârlılığı ise araç değişken olarak araştırmaya dahil edilmiştir.

**Bulgular:** Yapılan analizler sonucunda BIST Yiyecek ve İçecek endeksinde kâr payı dağıtım politikalarının firma değeri üzerinde anlamlı bir etkisinin olmadığı saptanmıştır. Buna karşılık BIST Kimya, Petrol, Plastik endeksinde kâr payı dağıtım politikalarının firma değeri üzerinde negatif yönde ve anlamlı bir etkisinin olduğu görülmüştür. Çalışmada kullanılan araç değişkenlerin firma değeri üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişki içerisinde olduğu görülmüştür.

**Özgünlük:** Bu konuda literatürde çok sayıda çalışma olmasına rağmen kâr payı bilmecesinin devam ettiği görülmüştür. Bu çalışmanın Türkiye'de yapılmış diğer çalışmalara göre geniş ve güncel bir veri setine sahip olması, belirlenen iki endeksin karşılaştırılması sonuçlarına yer vermesi nedeniyle literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

**Anahtar Kelimeler :** Kâr Dağıtım Politikaları, Firma Değeri, Kâr Payı, Dinamik Panel Veri Analizi, BIST XKMYA Endeksi, BIST XGIDA Endeksi

**JEL Classification:** G10,G11,G30,G35

## **INTRODUCTION**

In the finance literature, the main purpose of financial transactions and analytical studies has been to determine the processes, approaches and methods that will maximize firm value. The main purpose of the firm is to maximize the value of the company by making profits on the activities they carry out. For firms, making a profit is not a sufficient result, this profit will be distributed or not to the investors, if so, how much, when and how it will be distributed are important decisions.

There are different theoretical approaches about the existence of the effect of dividend distribution and dividend policy decisions, which are an important decision for firms, on firm value. There is no common idea among theoretician for this issue. While some theoretical techniques imply that dividend distribution rules have no effect on a company's market value, others argue that this relationship does exist.

The aim of this study is to comparatively investigate the effect of dividend distribution policies of companies on firm value in Borsa İstanbul Food and Beverage, and Borsa İstanbul Chemical, Petrol, Plastic indices. For this aim, a data set was created by using the annual data of the companies between the years 2010-2020. As a research method, dynamic panel data models which are Arellano and Bover/Blundell and Bond Generalized Moments Estimator Arellano and Bover/Blundell and Bond Two-stage Generalized Moments Method Estimator and Arellano and Bover/Blundell and Bond Two-stage Generalized Moment Estimator using the Resistive Standard Error methods of the results are analyzed.

## **THEORETICAL FRAMEWORK**

Theoretical views on the effect of dividend distribution policies on firm value are listed below.

Merton Miller and Franco Modigliani's dividend irrelevance theory claims that, under certain assumptions, argues that the dividend distribution policies of firms under certain assumptions do not affect the market value of firms. It makes no difference to investors whether or not the dividend is paid out, investors are insensitive about the distribution of profits. The present value of the cash flows that the firm will get in the future equals the firm's value. The value of these cash flows is independent of dividend policies.

It is not considered to be the determining factor for investors whether the firm distributes the profits it makes or not. It is not considered to be a decisive and guiding element for investors whether the firm distributes the profits it makes or not (Chambers, 2009:150-152).

According to the bird-in-hand theory put forward by Myron Gordon and John Lintner, which was based on the assumption that near-future earnings in other words the dividends to be distributed by the firm by shareholders, are preferred to uncertain earnings in the distant future. Rational shareholders who are risk-averse will also prefer the return on the profit they will receive today to the capital gains that will be created in the future. According this argument that a bird in the hand is worth

two in the bush. For investors, dividend share income is the bird which is in hand, and the capital gain expected to be obtained in the long run is the bird which is in the branch (Bello and Olarinde, 2020:143-160).

The dividend distribution policy should be decided according to the state of the firm's investment opportunities, according to the James E. Walter model. The amount of dividend to be distributed may change depending on the state of the investment opportunities of the enterprise. The optimal dividend distribution that will maximize the firm value should be associated with the return on investments (Ercan and Ban,2014:259).

According the Tax Preference Theory put forward by Litzenberger and Ramaswamy is based on the assumption that investors' preferences for capital gains or dividend gains affect their preferences for dividend income and capital gains in different periods and because they are taxed at different rates, and this situation will have an impact on firm value.

Agent cost theory, which was developed by Michael C. Jensen and William H. Meckling, argues that the dividend payment is an tool for reduce the agencies cost. Firms that make high dividend payments are more valuable than firms that make low dividend payments because investors don't want to incur the cost of a representative to control and audit to representatives (Alzomaia and Al-Khadhiri,2013:182).

According to the signaling theory, changes in dividends are considered by investors to be signals of firm managers' expectations regarding the firm's future earnings. The market perceives the change in dividend payment policies as a signal because of dividends signal managers' thoughts about the future of the firm (Filbeck, 2009:163-177). Stable and more profit distribution than the market forecast sends positive signals to the markets and investors about the company, while unstable profit policies generate negative signals about the company. As a result of these situations, the expectations created by the signals received from the investors' side may cause changes in the direction of increase or decrease in the company's shares and the company's market value (Kaya and Şanlı,2019:107-116).

According the catering theory, the importance of investors' feelings is emphasized in decisions regarding dividend policy. Investors profit share preferences may differ and change over time. These preference should be notice and consider by the companies. Company managers should make dividend payments when investors prefer the other companies which were made dividend payments; even should not pay or reduce dividends, when investors prefer the companies that do not pay dividends, it should try to balance by this way. Firms must meet investors' demands for dividends in order to increase their stock market prices (Renneboog and Rooij, 2009: 215-237).

According Residual Dividend approach is that the main purpose of the companies is not to pay dividends to their investors but to meet the internal capital needs of the company and the funds to be used in investments. It proposes to distribute the remaining amount as a dividend after the financing

that the firm should have for its future investments is provided from internal resources, that is, from the dividends obtained and not distributed(Lasher,2008:605).

According to the clientele effect, some investors prefer firms that are distributed as dividends, while others prefer that the profit be left at the enterprise in the market. This preference is came from the different taxation of dividends and capital gains. Companies make the decisions that make up their dividend distribution policies according to the preferences of the investor audience they have. In this approach, when the firm changes its dividend policy, it is expected that the investor base of the firm, not the value of the firm, will change (Ang and Ciccone,2009:108-110). Preferred dividend policy is considered to be ineffective in terms of firm value.

## **LITERATURE REVIEW**

When the literature is examined for the effect of dividend distribution policies on firm value, this topic has attracted quite attention, many studies have been made on this subject in our country and in the world, however, a definitive consensus on the subject, there is no general idea about whether there is a relationship between the dividend policies of firms and firm values, instead, it has been noticed that there are two basic deficiencies in general, in the form of whether there is a relationship between dividend distribution policies and firm value or not. For this reason, this topic have to attract attention among researchers. Summarize as below which is related to this issue.

In the study conducted by Gordon (1959) on “Dividends, Earnings and Stock Prices” the years 1951 and 1954 were chosen as the dataset of the chemicals, food, steel and machine tools industries. As a result of this study, which occurred the first data set of the research, the relationship between the dividend distributions and market values of the companies 1951 years data of food, steel and machinery parts sectors is significant and positive, while chemical sectors is a negative and significant relationship between the dividend distributions and firm value of the companies. In the part of the research applied to the data of 1954, negative and significant results were obtained in the food sector, and positive and significant results were obtained in the other sectors. This study, which used the correlation method, was one of the first in the field, concluding that dividend distribution within the framework of the industries studied has an effect on firm value.

In the study conducted by Miller and Modigliani (1961), which made an important impact in the finance literature and which deals with the relationship between the profit share policies of the firms and the firm value for the first time, it is stated that the firm value is equal to the present value of the future cash flows of the firm and that these cash flows are also the profit of the firms. They argued that it is independent and unaffected by dividend distributions and dividend policies. In this study, which is also known dividend irrelevance theory in the literature, Miller and Modigliani found that there is no relationship between firm value and dividend policies under some assumptions.



Aharony and Swary (1980), in their study in which industrial firms listed on the New York stock exchange were selected as a sample and they investigated the effect of dividend disclosures of firms on stock prices, stated that dividend disclosures have a price effect on the firm's stocks.

Batchelor and Orakçioğlu, (2003) in their research which is related to Turkish companies' stocks, they saw an increase in the prices of the shares that paid dividends from the shares of 20 large companies traded in the ISE between 1990-1994, and they have concluded that stock prices have an impact on dividend policy.

Pekkaya (2006), studies which is investigating the effect of dividend distribution of companies on company value, he searched the effect of dividend distribution to company value status of companies which are traded in the ISE 30 Index between 1986 and 2006, he found the results of 5 companies to be statistically positive. It has been observed that dividend distributions of some companies affect the company value positively, while the dividend distributions of some companies affect the company value negatively. As a result of this study, the dividend contradiction in the literature has continued to persist.

Amidu (2007) examined the relationship between the dividend distribution status of the companies and the firm values in his study, which was prepared by taking into account the data of the companies traded in the Ghana stock exchange covering the years 1997 – 2004; In his study used dividend distribution ratio, return on assets and sales growth rates as variables in study and found a negative relationship between dividend policies and firm value.

Murekefu and Ouma (2012) they used the regression analysis method in their research covering the years 2002-2010 on companies listed on the Kenya Nairobi stock exchange and found that dividend distribution has a positive and strong impact on the company's value.

Tyastari and other (2014) They used the meta-analysis approach in their study which was made at 70 companies in Indonesia between 2007 and 2015 and stated that dividend policies have positive and significant effects on company value as a result of the study.

Shah and Noreen (2016) In their study, which included data from 2005-2012 and companies listed on the Karachi stock exchange of Pakistan and included data, they concluded that the effect of the firms' dividend policy, in other words the firm's dividend payments and dividend yield, and the fluctuation effect on the firm's stock prices is significant and negative.

Eraslan and Koç (2017) they used the annual financial data of 15 companies whose shares are traded on BIST and operating in the cement sector between 2005 and 2015, in their research. In the study they used, a panel data set was created containing the ratios used to measure company profitability. Dividend payments were included in the panel data regression model as an independent variable and profitability ratios were included as dependent variables. The relationship between each dependent variable and the independent variable was investigated and as a result of the study, it was decisively

that dividend payments had a positive effect on profit per share, a panel data set containing the ratios used to measure company profitability was created.

Zeren (2017) evaluated the relationship between cash dividend distribution rates and firm value in his study on the companies in the BIST Dividend 25 index from 2001 to 2017, and found no relationship between dividend distribution and firm value at the end of his analysis.

Süsay and Tanrıöven (2018) conducted a study on the effect of dividend distributions on company stock prices, using the 2010-2017 period data of 56 companies traded in the BIST 100 index. In the study, they make some analyzes were made in order to understand the effects of companies' dividend distributions on the company's stock price, and according to the results of this study they have reached that dividend distributions have an effect on stock prices, especially cash dividend distributions of companies are more effective on stock prices than other types of dividend distributions.

Kaya and Şanlı (2019) used the Dumitrescu & Hurlin panel causality test to investigate the association between the dividend distribution policies of companies included on the BIST 30 Index between 2007 and 2016 and firm value. As a consequence of their research, they discovered no relationship between company dividend distribution policies and firm value.

Kuzu and Çelik (2020) In the study they used the panel data analysis method for analyze the data, which is belong the 25 companies included in the BIST 30 index for the years 2005-2019, they take the annual average price of the stock is the dependent variable, and the earnings per share, return on equity, dividend yield, dividend distribution rate, interest, depreciation and profit before tax are used as the independent variable. As a result of the study, there is a significant relationship between return on stock and earnings per share, dividend distribution ratio and return on equity.

Koç and others (2020) They use the classical model of the panel data method for the measure effect of cash dividend payments on firm value which are companies traded in BIST 30. As a result of their studies, it was concluded that there is a positive relationship between dividend payments of the companies and the variables of equity profitability and P/E ratio for the first model PD/DD. For the second model, Tobin's Q, positive and significant effects of the dividend payment status of the firms, return on assets ratio, equity ratio and price/earnings ratio variables were determined. In the study, the effect of dividend payments on firm value could not be determined clearly.

## **DATA AND MODEL**

The data set of the study consists of companies included in the BIST Chemical, Petrol, Plastic and BIST Food and Beverage sector indexes between 2010-2020.

The research analysis process was carried out with the remaining 17 companies out of 31 companies traded in Borsa Istanbul XKMYA index due to the fact that their data could not be accessed, and the remaining 12 companies out of 24 companies traded in the XGIDA index could not be included in the research dataset due to the fact that their data could not be reached.

Dividend distribution announcements of the companies used in the study, from the profit distribution tables approved by the general assembly in the announcements of the companies on the KAP webpage ([www.kap.com.tr](http://www.kap.com.tr)); values for other variables were obtained from Halk Invest Securities web page (<https://www.halkyatirim.com.tr>) and Reuters Eikon (<https://eikon.thomsonreuters.com/index.html>). Also, companies that were not traded in BIST continuously between these years were excluded from the data set of the study.

**Table 1.** Variables Used in the Study

| Variables                              | Abbreviations | Description   |
|--|---------------|---|
| Market Value/Book Value                | PD/DD         | Market Value/Total Equity                                 |
| Dividend Distribution Per Share Status | HBKD          | Dividend distribution “1”, Not to distribute dividend “0” |
| Return on Assets                       | ROA           | Net Profit/Total Assets                                   |
| Return on Equity                       | ROE           | Net Profit/Equity   |
| Debt / Equity                          | D/E           | Total Debt / Total Equity                                 |

The research hypothesis of the study was formed as stated below, as in similar studies in the literature.

H0: Dividend distribution has no effect on firm market value

H1: Dividend distribution has an effect on firm market value

In Hypothesis 1 argued that the dividend distribution of the firms has an effect on the firm's market value. This hypothesis will be tested with dynamic panel data models using the Two-Stage System Generalized Moments Method developed by Arellano and Bover (1995) and Blundell and Bond (1998).

In this study, dynamic panel data models were used. Since the previous period values of PD/DD, which is considered to represent the firm value, are thought to be effective in the current period, the dynamic panel data models Arellano and Bover/Blundell and Bond Generalized Moments Estimator, Arellano and Bover/Blundell and Bond Two-stage Generalized Moments Estimator and Arellano and Bover /Blundell and Bond Two-stage Generalized Moment Estimator Resistive Standard Error models (the results were obtained by using Arellano and Bond Generalized Moments, Arellano and Bond Two-Step Generalized Moments Estimator and Arellano and Bond Two-Step Generalized Moments Estimator Resistive Standard Error Models) were used to analyze the data set. Wald test indicates that the model as a whole is significant; It tests whether the independent variables are significant in explaining the dependent variables. The Sargan test was used to test whether the instrumental variables used in the model were valid, and the Arellano and Bover/Blundell and Bond Generalized Moment Estimator methods were used to test the existence of autocorrelation in the models.

**Table 1:** List of companies which are used in the study

|    | COMPANY BIST CODE | COMPANY NAME           | BIST INDEX CODE |
|----|-------------------|------------------------|-----------------|
| 1  | AEFES.E           | ANADOLU EFES BİRACILIK | XGIDA           |
| 2  | CCOLA.E           | COCA COLA İÇECEK       | XGIDA           |
| 3  | FRIGO.E           | FRİGO PAK GIDA         | XGIDA           |
| 4  | KNFRT.E           | KONFRUT GIDA           | XGIDA           |
| 5  | KRSTL.E           | KRİSTAL KOLA           | XGIDA           |
| 6  | PETUN.E           | PINAR ET VE UN         | XGIDA           |
| 7  | PINSU.E           | PINAR SU VE ICECEK     | XGIDA           |
| 8  | PNSUT.E           | PINAR SÜT              | XGIDA           |
| 9  | SELGD.E           | SELÇUK GIDA            | XGIDA           |
| 10 | TATGD.E           | TAT GIDA               | XGIDA           |
| 11 | TUKAS.E           | TUKAŞ                  | XGIDA           |
| 12 | ULKER.E           | ÜLKER BİSKÜVİ          | XGIDA           |
| 13 | AKSA.E            | AKSA AKRİLİK           | XKMYA           |
| 14 | ALKIM.E           | ALKİM KİMYA            | XKMYA           |
| 15 | AYGAZ.E           | AYGAZ                  | XKMYA           |
| 16 | BAGFS.E           | BAGFAŞ                 | XKMYA           |
| 17 | BRISA.E           | BRİSA                  | XKMYA           |
| 18 | BRKSN.E           | BERKOSAN YALITIM       | XKMYA           |
| 19 | DEVA.E            | DEVA HOLDİNG           | XKMYA           |
| 20 | DYOBYE.E          | DYO BOYA               | XKMYA           |
| 21 | EGGUB.E           | EGE GÜBRE              | XKMYA           |
| 22 | EGPRO.E           | EGE PROFİL             | XKMYA           |
| 23 | GOODY.E           | GOOD-YEAR              | XKMYA           |
| 24 | GUBRF.E           | GÜBRE FABRİKALARI      | XKMYA           |
| 25 | HEKTS.E           | HEKTAŞ                 | XKMYA           |
| 26 | MRSHE.E           | MARSHALL               | XKMYA           |
| 27 | PETKM.E           | PETKİM                 | XKMYA           |
| 28 | SASA.E            | SASA POLYESTER         | XKMYA           |
| 29 | TUPRS.E           | TÜPRAŞ                 | XKMYA           |

**Reference:** Borsa İstanbul

## **EMPIRICAL RESULT**

It was determined that all of the series used in the study were stationary at level values. At this stage of the study, the results were obtained by using Arellano and Bover, Blundell and Bond Generalized Moments (Model 1), Arellano and Bover, Blundell and Bond Two-Step Generalized Moments Estimator (Model 2), Arellano and Bover, Blundell and Bond Two-Step Generalized Moments Estimator Resistive Standard Error Models (Model 3). According to Arellano and Bover, Blundell and Bond autocorrelation test results, AR(1) test statistic was negative and statistically significant ( $p < 0.05$ ); The AR(2) test statistic was found to be statistically insignificant ( $p > 0.05$ ). In dynamic panel data analysis, first-order autocorrelation is desired but second-order autocorrelation is undesirable. The two-stage GMM model has eliminated the problem of endogeneity and autocorrelation that emerged as a result of the GMM model. However, since the standard errors obtained from the two-stage GMM solution are down-studded, the model gives a warning to correct the resistive errors at the end. For this reason, the models were recalculated using Windmeijer (2005) resistive standard errors. The coefficients obtained with the two-stage GMM and the two-stage GMM coefficients calculated with the resistive errors are the same. However, since resistant standard errors are used instead of standard errors, the statistical significance of the coefficients also differ. According to the results obtained with the two-stage GMM, it was determined that the independent variables were significant in explaining the dependent variable, and there was no second-order autocorrelation as expected with the Arellano and Bover, Blundell and Bond test as mentioned before.

## **CONCLUSION**

As a result of the study, it has been determined that dividend distribution policies has no a significant effect on the firm value for BIST Food and Beverage (XGIDA) index on the other hand, dividend distribution policies in BIST Chemical, Petrol, and Plastic (XKMYA) index have a significant and negative effect on firm value.

Furthermore, the one-period lag of the debt/equity ratio, which is one of the instrumental variables, affects firm value in both index companies. Despite the fact that in the XKMYA index, there is a positive and significant relationship between firm value and ROA, ROE has a positive and significant relationship between firm value which firms are included XGIDA index.

It has been observed that dividend distributions per share (Net profit share corresponding to a share with a nominal value of 1 Turkish Lira) and net profit distributed ratio in BIST XKMYA index are higher than BIST XGIDA index. While dividend distribution policies had an effect in BIST XKMYA index, dividend distribution policies did not have a significant effect on the firm value in XGIDA index.

When two index are observed, dividend distribution policies effect on the firm value have different results. As a result of this study, it has been observed that it is necessary to consider sectoral differences and sectoral dynamics while determining dividend distribution policies.

The dividend distributions had a significant and negative effect on the firm value in the XKMYA index, where meaningful results were reached. It would be beneficial for this index to leave the profit shares of the companies included in this index on the company without being distributed and to be evaluated in the proper investments that will have a long-term positive effect on the company's worth. It will be beneficial for this index to keep the profit share of the companies included in this index on the company without being distributed and to evaluate it in the proper investments that will have a positive impact on the long time company value.

When the literature is analyzed, the results of this study are similar to the results of both studies in foreign literature and other related studies conducted in Turkey, and the findings overlap; The sectors included in this study show a consensus on the influence of dividend distribution decisions on firm value that theorists could not attain; the paradox and uncertainty of the profit share in the literature has been noted in this study as well as between theories and previous studies.

## REFERENCES

- Aharony, J., & Dotan, A. (1994). Regular dividend announcements and future unexpected earnings: an empirical analysis. *The Financial Review*, 29(1), 125-151.
- Alzomaia, T., & Al-Khadhiri, A. (2013). Determination of dividend policy: The evidence from Saudi Arabia. *International Journal of Business and Social Science*, 4(1), 181-192.
- Amidu, M. (2007). How does dividend policy affect performance of the firm on Ghana Stock Exchange, *Investment Management and Financial Innovations* 4 (2), 103-112.
- Ang, J., & Ciccone, S. (2009). Dividend irrelevance theory. H. K. Baker (ed), *Dividends and Dividend Policy*. New Jersey: John Wiley & Sons, 108-110.
- Arellano, M. (2003). *Panel data econometrics*. England: Oxford University Press.
- Arellano, M., & Bover O. (1995). Another look at the instrumental variable estimation of error-components models. *Journal of Econometrics*. 68 (1), 29-51.
- Batchelor, R., & Orakçioğlu, İ. (2003). Event-related GARCH: The impact of stock dividends in Turkey. *Applied Financial Economics*, 13(4), 295-307.
- Bello, A. A., & Olarinde, M. (2020). Relevance of dividends (The Bird in Hand Theory) analysis of Nigeria banking sector (2000-2014), *International Journal of Economics, Commerce and Management*, VIII(1), 143-160.
- Blundell, R., & Bond S. (1998). Initial conditions and moment restrictions in dynamic panel data models, *Journal of Econometrics*, 87 (1), 115-143.
- Chambers, N. (2009). *Firma değerlemesi* (2. Edit.). İstanbul: Beta Yayıncılık, 150-152
- Eraslan, M., & Koç, S. (2017). Kâr payı ödemelerinin hisse başına kâra etkisinin analizi: BIST çimento sektöründe bir uygulama, *Al-Farabi Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, 1/2, 158-180.
- Ercan, M. K., & Ban, Ü. (2014). *Değere Dayalı İşletme Finansı Finansal Yönetim*. Ankara: Gazi Kitabevi, 259.
- Filbeck, G. (2009). *Asymmetric information and signaling theory*. H. K. Baker (ed.). *Dividends and Dividend Policy* (pp. 163-177). New Jersey: John Wiley & Sons.
- Kaya, M., & Şanlı, Ö. (2019). Kâr payı dağıtım politikalarının firma değeri üzerine etkisi : BIST 30 Endeksi üzerine bir araştırma. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 6(1), 107-116.
- Koç, S., Yaldız, B., & Şenol, Z. (2020). Nakit temettü ödemelerinin firma değeri üzerine etkilerinin panel veri yöntemi ile analizi: BIST 30 üzerine bir uygulama (2007-2017). *Sivas Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 21(2), p.69-89.

- Kuzu, S., & Çelik, İ. (2020). İşletmelerde kar dağıtım politikalarının hisse senedi değeri üzerine etkisi: BIST 30 Endeksi hisseleri üzerine bir uygulama. *International Journal of Social Science Research*, 9(1),21-35.
- Gordon, M.J.. 1959). Dividends, earnings, and stock prices. *The Review of Economics and Statistics*, 41,2 (1), 99-105.
- Lasher, W. R. (2008). *Practical financial management* (Fifth Edit.). Ohio: Thomson South-Western,605.
- Miller, M., & Modigliani, F. (1961). Dividend policy, growth, and the valuation of shares. *Journal of Business*, 34(4), 411-433.
- Murekefu, T., & Ouma, O. (2012). The Relationship between dividend payout and firm performance: A study of listed companies in Kenya. *European Scientific Journal*, 8(9),199-215.
- Pekkaya, M. (2006). Kâr payı dağıtımının şirket değeri üzerine etkisi:IMKB 30 Endeksi Hisselerine bir analiz, *Zonguldak Karaelmas Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 2(4), 183-209.
- Rooij, M., & Renneboog, L. (2009). The catering theory of dividends. H. K. Baker (edt.), *Dividends and Dividend Policy*. New Jersey: JohnWiley & Sons, Inc. 215-237
- Shah, S., & Noreen, U. (2016). Stock price volatility and role of dividend policy: Empirical evidence from Pakistan. *International Journal of Economics and Financial Issues*, 6(2),461-472.
- Süsay, A., & Tanrıöven, C. (2018). BİST’te fiyat oynaklığı üzerine kar payı dağıtımının etkisi. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 10(1),103-118.
- Tyastari, T., Saraswati, E., & Rosidi. (2017). Dividend policy and corporate value (A Meta-Analysis). *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, 21(3),344–355.
- Zeren, F. (2017). Kar payı bilmececinin araştırılması :BİST Temettü 25 Endeksi üzerine bir uygulama. *Kırklareli Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 6(5), 172-183.



## APPENDIX

**Table 1.** XKIMYA Index Model 1 Result - Arellano and Bover/Blundell and Bond Generalized Moments Estimator

|             | Coefficient | Standart Error | Z value | p      |
|-------------|-------------|----------------|---------|--------|
| $FD_{t-1}$  | 1.048       | 0.157          | 6.68    | 0.0000 |
| $HBKD_t$    | -2.165      | 0.559          | -3.87   | 0.0000 |
| $DE_{t-1}$  | 1.467       | 0.303          | 4.84    | 0.0000 |
| $ROA_t$     | 0.108       | 0.040          | 2.71    | 0.0070 |
| Wald Test   | 290.090     | 0.000          |         |        |
| Sargan Test | 212.401     | 0.000          |         |        |

**Table 2.** XKIMYA Index Model 2 Result - Arellano and Bover/Blundell and Bond Two-Stage Generalized Moments Estimator

|             | Coefficient | Standart Error | Z value | p      |
|-------------|-------------|----------------|---------|--------|
| $FD_{t-1}$  | 1.028       | 0.091          | 11.26   | 0.0000 |
| $HBKD_t$    | -1.979      | 0.299          | -6.63   | 0.0000 |
| $DE_{t-1}$  | 1.451       | 0.070          | 20.80   | 0.0000 |
| $ROA_t$     | 0.106       | 0.014          | 7.38    | 0.0000 |
| Wald Test   | 758.010     | 0.000          |         |        |
| Sargan Test | 14.605      | 0.950          |         |        |
| AR1         | -1.570      | 0.117          |         |        |
| AR2         | -0.833      | 0.405          |         |        |

**Table 3.** XKIMYA Index Model 3 Result - Arellana and Bover/Blundell and Bond Two-Stage Generalized Moments Estimator –Windmeijer Standard Error

|            | Coefficient | WC- Robust Standart Error | Z value | p      |
|------------|-------------|---------------------------|---------|--------|
| $FD_{t-1}$ | 1.028       | 0.248                     | 4.14    | 0.0000 |
| $HBKD_t$   | -1.979      | 0.825                     | -2.40   | 0.0160 |
| $DE_{t-1}$ | 1.451       | 0.625                     | 2.32    | 0.0200 |
| $ROA_t$    | 0.106       | 0.056                     | 1.90    | 0.0570 |
| Wald Test  | 25.620      | 0.000                     |         |        |
| AR1        | -1.315      | 0.188                     |         |        |
| AR2        | -0.775      | 0.438                     |         |        |

**Table 4.** XKIMYA Index Summary Model Table

|             | Model1    | Model2   | Model3  |
|-------------|-----------|----------|---------|
| $FD_{t-1}$  | 1.05***   | 1.03***  | 1.03*** |
| $HBKD_t$    | -2.17***  | -1.98*** | -1.98** |
| $DE_{t-1}$  | 1.47***   | 1.45***  | 1.45**  |
| $ROA_t$     | 0.108***  | .106***  | 0.106*  |
| N           | 170       | 170      | 170     |
| Wald Test   | 290.09    | 758.01   | 25.62   |
| Sargan Test | 212.40*** | 14.61    |         |

**Note:** \*, \*\*, \*\*\* state that they are statistically significant at 10%, 5% and 1% significance level, respectively.

**Table 5.** XKIMYA Index Results Table

| Variables                       | Abbreviations | Direction of Relationship | Firm value Relationship |
|---------------------------------|---------------|---------------------------|-------------------------|
| Market Value / Book Value       | FD            | -                         | -                       |
| Dividend Distribution Per Share | HBKD          | Negative                  | Significant             |
| Debt / Equity                   | DE            | Positive                  | Significant             |
| Return on Assets                | ROA           | Positive                  | Significant             |

**Table 6.** XGIDA Index Model 4 Results - Arellano and Bover/Blundell and Bond Generalized Moments Estimator

|             | Coefficient | Standart Error | Z value | p     |
|-------------|-------------|----------------|---------|-------|
| $FD_{t-1}$  | 0.188       | 0.086          | 2.18    | 0.029 |
| $HBKD_t$    | 0.204       | 0.388          | 0.53    | 0.598 |
| $DE_{t-1}$  | 1.872       | 0.237          | 7.91    | 0.000 |
| $ROE_t$     | 0.028       | 0.008          | 3.59    | 0.000 |
| Wald Test   | 233.370     | 0.000          |         |       |
| Sargan Test | 55.182      | 0.000          |         |       |

**Table 7.** XGIDA Index Model 4 Results - Arellano and Bover/Blundell and Bond Generalized Moments Estimator

|             | Coefficient | Standart Error | Z value | p     |
|-------------|-------------|----------------|---------|-------|
| $FD_{t-1}$  | 0.188       | 0.086          | 2.18    | 0.029 |
| $HBKD_t$    | 0.204       | 0.388          | 0.53    | 0.598 |
| $DE_{t-1}$  | 1.872       | 0.237          | 7.91    | 0.000 |
| $ROE_t$     | 0.028       | 0.008          | 3.59    | 0.000 |
| Wald Test   | 233.370     | 0.000          |         |       |
| Sargan Test | 55.182      | 0.000          |         |       |

**Table 2.** XGIDA Index Model 5 Results - Arellano and Bover/Blundell and Bond Generalized Moments Estimator

|             | Coefficient | Standart Error | Z value | p     |
|-------------|-------------|----------------|---------|-------|
| $FD_{t-1}$  | 0.167       | 0.024          | 6.89    | 0.000 |
| $HBKD_t$    | 0.593       | 0.206          | 2.88    | 0.004 |
| $DE_{t-1}$  | 1.842       | 0.061          | 30.21   | 0.000 |
| $ROE_t$     | 0.027       | 0.002          | 11.72   | 0.000 |
| Wald Test   | 2147.260    | 0.000          |         |       |
| Sargan Test | 11.763      | 0.988          |         |       |
| AR1         | -1.195      | 0.232          |         |       |
| AR2         | 1.036       | 0.300          |         |       |

**Table 9.** XGIDA Index Model 6 Results - Arellano and Bover/Blundell and Bond Generalized Moments Estimator Windmeijer Standard Error

|            | Coefficient | WC- Robust Standard Error | Z value | p     |
|------------|-------------|---------------------------|---------|-------|
| $FD_{t-1}$ | 0.167       | 0.084                     | 2.00    | 0.046 |
| $HBKD_t$   | 0.593       | 0.500                     | 1.19    | 0.235 |
| $DE_{t-1}$ | 1.842       | 0.287                     | 6.42    | 0.000 |
| $ROE_t$    | 0.027       | 0.014                     | 1.88    | 0.060 |
| Wald Test  | 426.970     |                           |         |       |
| AR1        | -1.189      | 0.235                     |         |       |
| AR2        | 1.031       | 0.303                     |         |       |

**Table 10.** XGIDA Index Summary Model Table

|            | Model4   | Model5   | Model6  |
|------------|----------|----------|---------|
| $FD_{t-1}$ | .188**   | .167***  | .167**  |
| $HBKD_t$   | 0.204    | .593***  | 0.593   |
| $DE_{t-1}$ | 1.87***  | 1.84***  | 1.84*** |
| $ROE_t$    | .0276*** | .0271*** | 0.027*  |
| N          | 120      | 120      | 120     |
| Wald Test  | 233.37   | 2147.26  | 426.970 |

**Note:** \*, \*\*, \*\*\* state that they are statistically significant at 10%, 5% and 1% significance level, respectively.

**Table 3.** XGIDA Index Results Table

| Variables                       | Abridgment | Abbreviations | Direction of Relationship |
|---------------------------------|------------|---------------|---------------------------|
| Market Value / Book Value       | FD         | -             | -                         |
| Dividend Distribution Per Share | HBKD       | -             | Insignificant             |
| Debt / Equity                   | DE         | Positive      | Significant               |
| Return on Equity                | ROE        | Positive      | Significant               |

Geliş Tarihi:

20.04.2022

Kabul Tarihi:

09.06.2022


Yayımlanma Tarihi:

15.06.2022

Kaynakça Gösterimi: Yurdakul, S., & Bayraktar, O. (2022). Aile işletmelerinde kurumsallaşma düzeyi ve örgütsel performans ilişkisinin incelenmesi. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 21(43), 504-527. doi: 10.46928/iticusbe.1104713



## AİLE İŞLETMELERİNDE KURUMSALLAŞMA DÜZEYİ VE ÖRGÜTSEL PERFORMANS İLİŞKİSİNİN İNCELENMESİ

*Araştırma*

Selin Yurdakul 

Sorumlu Yazar (Correspondence)

[selin.yurdakul@istanbulticaret.edu.tr](mailto:selin.yurdakul@istanbulticaret.edu.tr)

Osman Bayraktar  

İstanbul Ticaret Üniversitesi

[obayraktarl@ticaret.edu.tr](mailto:obayraktarl@ticaret.edu.tr)

Selin Yurdakul, İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalında Yüksek Lisans öğrencisi.

Osman Bayraktar, İstanbul Ticaret Üniversitesi Yönetim ve Strateji doçentidir. Yönetim, İnsan Kaynakları Yönetimi ve Örgütsel Davranış alanında ders vermekte ve bu alanlarda araştırmalar yayınlamaktadır.

# AİLE İŞLETMELERİNDE KURUMSALLAŞMA DÜZEYİ VE ÖRGÜTSEL PERFORMANS İLİŞKİSİNİN İNCELENMESİ

Selin Yurdakul  
[selin.yurdakull@istanbulticaret.edu.tr](mailto:selin.yurdakull@istanbulticaret.edu.tr)  
Osman Bayraktar  
[obayraktar@ticaret.edu.tr](mailto:obayraktar@ticaret.edu.tr)

## Özet

**Amaç:** Bu araştırmada aile işletmelerinde kurumsallaşma düzeyi ile örgütsel performans algısı arasındaki ilişkinin incelenmesi amaçlanmıştır.

**Yöntem:** Araştırma nicel araştırma desenine göre tasarlanmıştır. Araştırmanın örneklem grubunu İstanbul'da 50 ayrı aile işletmesi sahibi ve çalışanlarından 207 kişiden oluşmaktadır. Araştırma verileri tesadüfi anket yöntemi ile toplanmıştır. Anket formunda, kavramsal yapılarla ilişkin Likert tipinde beş dereceli iki ölçek ve katılımcılara ilişkin demografik bilgi formuna yer verilmiştir. Verilerin çözümlenmesi için değişkenler arası korelasyon analizi, yapısal eşitlik modeli ve ANOVA testleri yapılmıştır. Veriler SPSS 25.0 ve AMOS 25.0 yazılımları kullanılarak analiz edilmiştir.

**Bulgular:** Korelasyon analizinde, örgütsel performans ile kurumsallaşmanın bütün alt boyutları arasında zayıf, orta ve güçlü ilişkiler saptanmıştır. Yapısal eşitlik modeli ile gerçekleştirilen yol analizinde kurumsallaşma alt boyutlarından sadece iç denetim faaliyetlerinin örgütsel performans üzerinde etkisi olduğu bulgusuna varılmış, diğer boyutların örgütsel performansı etkilediği varsayımları doğrulanamamıştır. ANOVA analizi sonuçlarına göre işletmede çalışan sayısı ve işletmeyi yöneten nesle göre farklılıklar saptanmış; şirketin yaşı, mülkiyet yapısı, bulunduğu sektör ve hukuki statüsü faktörlerinde, katılımcıların düzeyleri ile örgütsel performans algısı arasında bir farklılık bulunamamıştır.

**Özgünlük:** Aile işletmelerinde kurumsallaşma düzeyi ile örgütsel performans ilişkisine dair farklı araştırma sonuçları bulunmaktadır. Bu araştırma pandemi koşullarında ve Rusya-Ukrayna savaşının sürdüğü dönemde yapılmıştır. Kriz dönemleri, yöneticilerin işletme içi finansal hareketleri daha sıkı takip etmelerini ve daha hızlı karar almalarını gerektirir. Böyle bir ortamda iç denetim faaliyetlerinin örgütsel performans algısı üzerindeki etkisine dair kanıt sunulması değerlidir.

**Anahtar Kelimeler:** Aile İşletmeleri, Kurumsallaşma Düzeyi, Örgütsel Performans

**JEL Sınıflandırması:** M10

# INVESTIGATION OF THE RELATIONSHIP OF INSTITUTIONALIZATION AND ORGANIZATIONAL PERFORMANCE IN FAMILY BUSINESSES

## Abstract

**Purpose:** In this study, it was aimed to examine the relationship between the level of institutionalization in family businesses and the perception of organizational performance.

**Method:** The research was designed according to the quantitative research design. The sample group of the research consists of 207 people from 50 different family business owners and employees in Istanbul. Research data were collected by random sampling method. In the questionnaire, two five-point Likert-type scales regarding conceptual structures and a demographic information form about the participants were included. In order to analyze the data, correlation analysis between variables, structural model analysis and ANOVA tests were performed. Data were analyzed using SPSS 25.0 and AMOS 25.0 software.

**Findings:** In the correlation analysis, weak, moderate and strong relationships were found between organizational performance and all sub-dimensions of institutionalization. In the path analysis conducted with the structural equation model, it was found that only internal audit activities, among the sub-dimensions of institutionalization, had an effect on organizational performance, and the assumptions that other dimensions affected organizational performance could not be confirmed. According to the results of ANOVA analysis, some differences were determined according to the number of employees in the enterprise and the generation that manages the enterprise, no difference was found between the level of the participants and the perception of organizational performance in the factors of the age of the company, the ownership structure, the sector and legal status of the company.

**Originality:** There are different research results on the relationship between the level of institutionalization and organizational performance in family businesses. This research was carried out under pandemic conditions and during the Russia-Ukraine war. Crisis periods require managers to monitor financial movements more closely and take decisions more quickly. In such an environment, it is valuable to provide evidence of the impact of internal audit activities on perceptions of organizational performance.

**Keywords:** Family Businesses, Level of Institutionalization, Organizational Performance

**JEL Classification:** M10

## GİRİŞ

Kurumsallaşmanın şirketlerin performansını yükselttiği yönünde çok sayıda araştırma olduğu gibi, bunu doğrulamayan araştırmalarda vardır. (Duran ve Boz, 2021; Ülkem, 2020; Ak, 2020; Apaydın, 2007). Bu niteliğiyle kurumsallaşma şirketler açısından hem olumlu hem olumsuz sonuçlar doğurma potansiyeline sahip olgudur (Robbins & Judge, 2019). Kuramsallaşmanın asıl amacı, iş tanımlarını belirginleştirerek, görev ve yetki sınırlarını belirleyerek objektif ilişkilere dayalı bir iş ortamı meydana getirmektir.

Aile işletmelerinde bütün işler ve süreçlerle ilgili karar verme yetkisine sahip işletme sahipleri aynı zamanda yönetici konumunda olduklarından kurumsallaşmanın gerçekleşmesi biraz daha zor ve zaman alıcı olmaktadır. Kurumsallaşmanın örgütsel performansı artıracağına dair varsayımın altında yatan en önemli unsur profesyonelleşmenin işletmeye getireceği katma değerdir. Alanında uzmanlaşmış çok sayıda profesyonel kişiler örgütsel performansı artırmak için katkı sunmaktadır. İşletme sahibinin yönetici konumunda olduğu iş ortamında bunun gerçekleşmesi, bütünüyle işletme sahibinin tutumuna bağlıdır.

Bu araştırmada, alanyazın birikimden hareketle, kurumsallaşmanın aile şirketlerinde örgütsel performansı artırdığı varsayımı test edilmiştir. Araştırma sonuçlarının, aile işletmelerinde kurumsallaşma düzeyi ile örgütsel performans ilişkisinin açığa çıkarılmasına katkıda bulunması öngörülmektedir. Araştırmanın hem Kovid-19 pandemisi nedeniyle Dünya ekonomisinin daraldığı bir ortamda, hem de yakın çevremizde meydana gelen Ukrayna-Rusya Savaşının etkisini yoğun biçimde hissettirdiği günlerde yapılmış olması elde edilen verilerin bu koşulları gözeterik yorumlanmasını gerektirmektedir. Kovid-19 işletmelerde iç denetim elemanlarının sorumluluklarını ve çalışma biçimlerini de değiştirmiştir. Teknolojideki gelişmeler iç denetim faaliyetinin uzaktan ve kesintisiz olarak gerçekleştirilmesini mümkün kılmıştır (Selimoğlu ve Saldı, 2021). Özellikle küçük aile işletmeleri yol açtığı belirsizlik nedeniyle faaliyetlerinin sürekliliğini tehdit eden, finansal istikrarı bozan ve çalışanların elde tutulmasını zorlaştıran böyle bir krize karşı hazırlıksız yakalanmışlardır (Marjański & Sulkowski, 2021). Kriz dönemleri yöneticilerin hızlı karar almalarını gerektirir. Çünkü normal zamanlarda geçerli olan karar alma süreçleri kriz koşullarında etkin olmayabilir (Baskan, 2020).

## KAVRIMASAL ÇERÇEVE

Bu bölümde aile işletmeleri, kurumsallaşma ve örgütsel performans kavramları tanımlanmıştır.

### *Aile İşletmeleri*

En basit tanımıyla aile şirketleri, aile üyelerinin sahip olduğu ve yönettikleri işletmeyi ifade eder (Selimoğlu ve Çalışkan, 2018). Bu nitelikteki işletmelerde aile, ilke olarak hem kurucu hem yönetici konumundadır (Deloitte, 2016). Aile işletmeleri, aile ve işletme sistemlerinin iç içe geçtiği bir yapıdır. İş ve duyguların birbirine karışması aile işletmelerinde kurumsallaşmanın önündeki en büyük engeli

oluşturmaktadır (Çelebi, 2019). Vekâlet maliyetinin düşük olması, etkin liderlik, bilgi birikiminin kuşaklar arasında aktarılması ile şirketlerinin güçlü yanındır (Selimoğlu ve Çalışkan, 2018). Yetkinin sadece aile üyelerinde toplanması, değişime direnç, gelecekte yönetimin kime devredileceği konusundaki belirsizlikler aile işletmelerinin zayıf yanlarını oluşturur (Selimoğlu ve Çalışkan, 2018). Bütün dünyada ekonomik faaliyetin büyük yükünü taşımalarına karşın aile işletmelerinin ömrü, ailelerin ömründen oldukça kısadır. Küresel çapta bir araştırmada aile işletmelerinin ikinci nesle geçme oranı %30, üçüncü nesle geçme oranı %10 olarak belirtilmektedir. Üçüncü nesilde devam eden aile işletmelerinin oranı ise %3 seviyesindedir (Smith & Williamson, 2016).

### ***Kurumsallaşma***

Kurumsal bakış açısı, örgütlerin yapı ve süreçlerini dışarıdakileri memnun edecek şekilde düzenleyeceğine ve bu faaliyetlerin örgütlerde kural benzeri bir duruma dönüşeceğine inanmaktadır (Daft, 2015, s. 165). Scott (1992) kurumsallaşmayı, bir işletmenin çevresiyle etkileşimi sonucunda ortaya çıkan tutarlı ve uyumlu faaliyetler sistemi ve bu sistemin sonucu olarak ortaya çıkan kuralları, politikaları, prosedürleri ve uygulamaları yapma süreci olarak tanımlamaktadır. İşletmelerin uzun dönemde varlıklarını sürdürebilmeleri ancak kurumsallaşma ile mümkündür (Selimoğlu ve Çalışkan, 2018). Kurumsallaşma, herhangi bir örgütün, sahipleri veya üyelerinden bağımsız olarak kendi başına bir tüzel kişiliğe sahip olması durumudur (Robbins & Judge, 2019, s. 525). Kurumsallaşma, bir işletmenin kurulmasıyla başlar.

Alanyazında bir işletmenin kuruluşundan itibaren geçirdiği yapısal değişim ve kurumsallaşma düzeyini ölçmek için farklı boyutlar kullanılmaktadır. Bunların başlıcaları şöyle sıralanabilir: İşletme anayasası, profesyonellik, formalleşme, kültürel güç, stratejik planlama, yetki devri, yönetime katılım, karar verme tarzı, etkin bir iletişim sisteminin bulunması ve iç denetim (Demirci ve Tavacıoğlu, 2021; Aydın ve Tan, 2019; Yazıcıoğlu ve Koç, 2009; Çelebi, 2019). İşletme sahipleri ve profesyonel yöneticilerle yapılan bir görüşmede kurumsallaşmaya yüklenen anlamlar şöyledir: Profesyonel yönetim, iş standartları ve prosedürlerinin belirlenmesi, kişilerden bağımsız yapıların oluşturulması, yetki devri ve yetkilendirme sistemidir (Ulukan, 2005).

Aile işletmesinde kurumsallaşma bağlamında yapılabilecek çalışmalar şöyle listelenebilir (Akduman ve Hatipoğlu, 2022):

- Güçlü ve zayıf yanlar analiz edilerek bir stratejik plan hazırlanması.
- Aile üyelerinin işletmedeki operasyonel görev almalarına ilişkin kuralların belirlenmesi.
- Aile üyelerinin yetki ve sorumluluklarının belirlenmesi.
- İşletme yönetiminde görev alacak profesyonel çalışanların katkı düzeyinin tanımlanması.
- Aile üyeleri ve profesyonellerin birlikte karar alacakları bir sistemin kurulması.
- Kurumsal bir kimlik yaratılması.
- İşletme için etkin bir iletişim sisteminin kurulması.



- Bir aile anayasasının hazırlanması.

İş ilişkileriyle akrabalıktan kaynaklanan bağların birlikte bulunması nedeniyle, aile işletmelerinde kurumsallaşmanın sağlanması aile işletmesi olmayan şirketlere göre daha zor ve karmaşıktır (Selimoğlu ve Çalışkan, 2018).

Araştırmada kullanılan aile şirketlerinde kurumsallaşma düzey ölçeğinde yer alan ve nihai olarak araştırma modeline dâhil edilen kurumsallaşma boyutları aşağıda açıklanmaktadır.

*Aile Anayasası.* Aile işletmelerinde, kurumsallaşmanın ilk adımı aile anayasasının oluşturulmasıyla atılır. Aile anayasası, aile üyelerinin işletme ile ilişkilerinin nasıl olacağına dair kuralları içeren yazılı bir belgedir. Bu belgede aile üyelerinin istihdam koşulları, menfaatleri, ortaklık koşulları, hisselerini devrederek işletmeden çıkma, temettüleri, iletişim, etik kurallar ve hayır işlerine ayrılacak kaynaklar gibi hususlar yer alır (Çelebi, 2019). Aile anayasasının amacı, aile işletmelerinde çatışmaların önlenmesi, azaltılması ve ortadan kaldırılmasıdır (Selimoğlu ve Çalışkan, 2018). Bu niteliğiyle aile anayasası, imzalarla kayıt altına alınan hukuki bir belge olmaktan ziyade, aile fertlerinin bir araya gelip oluşturdukları bir iç kurallar yapısıdır (Yılmaz, 2021).

Bir aile belgesi olan aile anayasaları doğal olarak kendine has özelliklere sahiptir ve bu niteliğiyle her aile anayasası biriciktir. Diğer yandan ailenin misyonu ve bir aile konseyi oluşturulması her aile anayasası belgesinde yer alan ortak özelliklerdir (Selimoğlu ve Çalışkan, 2018).

*Profesyonellik.* İnsan kaynağının belli alanlarda uzmanlaşması anlamına gelen profesyonellik, işletmenin iç süreçlerini geliştirerek, örgütün hedeflerine ulaşması için üretkenliğini arttırmasını ve ayırt edici değer elde etmesini sağlayacak kritik faaliyetleri belirler (Garcia-LoperaI vd., 2022). Bir işletmede profesyonelleşmenin en önemli göstergesi istihdam edilen profesyonel sayının yüksekliğidir (Çelebi, 2019). Profesyonelleşmede öncelikle işveren ve yönetici konumlarını birbirinden ayrılması ve profesyonellerin patronun etkisi altında kalmadan kendi bilgi ve uzmanlıkları ile karar verebilmeleri gerekir (Şahman vd., 2008).

*Formalleşme,* daha düzgün Türkçe karşılığı ile biçimselleşme, bir işletmede yapılan işlerin standartlaştırılma ve çalışanları iş davranışlarının kurallar ve prosedürler tarafından yönetilme düzeyini ifade eder (Apaydın, 2009; Şanal ve Kaya, 2018). Formalleşme, işletmelerin eylemlerine belirginlik kazandırır, çalışanların eylem ve davranışlarını işletme hedeflerine yöneltir (Çelebi, 2019).

Yüksek düzeyde formalleşme, örgütteki merkezîyetçiliği artırır. Merkezîyetçilik ise rasyonalite ve biçimselliğin bir göstergesi olarak değerlendirilmektedir (Aslan, 2021). Biçimselleşme derecesi yüksek olan kuruluşlarda çalışanlar yaptıkları iş üzerinde çok az özerkliğe sahiptirler (Robbins vd., 2016, s. 140). Durumsallık kuramına göre örgütler için tek bir en iyi yapılanma modeli yoktur, örgütsel yapının etkinliği yapılacak işin niteliğine ve çevre koşullarına değişir (Puyod & Charoensukmongkol, 2021). Bu nedenle yüksek düzeyde formalleşmenin, çalışanların yaratıcılıklarını kısıtlaması olumsuzluk olarak kaydedilmektedir (Robbins vd., 2016).

*Stratejik planlama*, bir örgütün mevcut durumundan ulaşmak istediği yere giderken nasıl bir yol izleyeceğine dair seçenekler bütünüdür (Eryiğit, 2013). Stratejik planlama sürecinde örgüt, vizyonunu ve stratejilerini belirler; sonrasında insan sermayesini ve diğer kaynaklarını bu amaçları destekleyecek şekilde kullanır (AlQershı, 2021). Stratejik planlama, çevredeki değişimlere duyarlıdır, çevrede meydana gelen değişimleri dikkate alarak örgütü yeni duruma göre yeniden konumlandırır. Stratejik planlama, işletme yönetiminin dört ana işlevinden biri olan planlama işlevine “stratejik” bir boyut getirmiş ve işletmenin uzun dönemde geleceğini etkileyebilecek yaşamsal nitelikteki amaçlara, planlara ve stratejilere odaklanır (Mirze, 2014).

*Yetki devri ve yetkilendirme*. Yetki, bir yönetsel pozisyona tanınan, başka kişilere emir ya da talimat verme ve bunların uygulanmasını bekleme hakkıdır. Yetki, örgütsel kademelerde yukarıdan aşağıya doğru dağılır ve her kademedeki yöneticiye kendi faaliyet alanı ile ilgili karar verme hakkı tanır. Yetki devri veya yetkilendirme, bir yöneticinin karar verme talimat ve hakkını başka birisine devretmesidir. Yetkilendirmede işle birlikte sorumluluğun da devredilmesi gerekir (Robbins vd., 2016, s. 135).

*Karar verme tarzı*. Karar verme, çok sayıda seçenek arasından birisinin tercih edilmesidir. Karar vericiler karar verirken üç yaklaşım tarzından birini kullanırlar: Karar vermede rasyonel model, sınırlı rasyonellik ve karar sürecinde sezgilerin kullanımı (Robbins vd., 2016). Rasyonel karar modelinde karar vericiler tamamen objektif ve mantıklıdır. Karar vericilerin bütün bilgilere eksiksiz sahip oldukları varsayılır. Sınırlı rasyonelikte, yöneticiler karar vermek için gerekli bilgilerin sadece bir kısmına sahip olarak karar verirler. Gerçek hayatta tam rasyonellik durumunun gerçekleşmesi çok zordur. Sezgisel karar vermede karar vericiler sezgi ve deneyimlerine daha fazla güvenirlir (Robbins & Judge, 2019). Aile işletmelerinde, kararların ortaklaşa alınması, kurumsallaşmanın önemli göstergelerinden birisidir (Yazıcıoğlu ve Koç, 2009).

*Etkin bir iletişim sistemi*. İletişim, bireyler arası duygu, düşünce, bilgi ve fikirlerin aktarılması sürecidir. İletişim bir grup ya da örgüt içinde dört önemli işleve sahiptir: denetim, motivasyon, duygusal ifade ve bilgi aktarımı (Robbins & Judge, 2019). İşletmede yukarıdan aşağıya iletişim, aşağıdan yukarıya iletişim, yatay iletişim ve çapraz iletişim olmak üzere dört kanal bulunmaktadır. Yöneticiler çalışanlara ulaştırmak istedikleri mesajları talimat, bildiri, el kitabı, toplantılar gibi araçlarla yukarıdan aşağıya doğru iletirler (Ceylan ve Anbar, 2014). Faaliyet sonuçları ise yönetime aşağıdan yukarıya doğru iletilir. Eksiksiz bir iletişim için, çalışanlar arasında, hiyerarşik pozisyonların dışında yatay iletişimin de gerçekleşmesi gerekir (Aylan ve Koç, 2017). İşletmeler örgüt içinde bilgi akışını sağlamak, çalışanların duygu ve düşüncelerini açıklamalarına fırsat vermek için farklı nitelikte iletişim kanalları oluştururlar. Uzaktan çalışmanın artması, elektronik iletişim kanallarının önemini giderek artırmaktadır. Geleneksel tanımların ötesinde örgütsel iletişim, çalışanları yönetim süreçlerine katmanın ve çalışanların tutum ve katkılarını hem örgütsel hem de bireysel düzeyde pozitif yönde etkilemenin kilit bir unsuru olarak değerlendirilebilir (Zito vd., 2021).

*İç denetim*, örgütün hedefleri doğrultusunda disiplinli, sistemli bir anlayışla örgütün faaliyetlerini geliştirmek ve değer kazandırmak için yürütülen kurmaylık faaliyetidir. İç denetim faaliyetleri, işletmenin denetim sistemlerinin etkin bir şekilde çalışmasına yardımcı olur, böylelikle operasyonel risklerin ve gelir kaybının en aza indirilmesini sağlar (Doyrangil, 2002). İç Denetçiler Enstitüsü, iç denetim faaliyetini “bağımsız ve tarafsız bir şekilde güvence ve danışmanlık hizmeti” olarak tanımlamaktadır (IIA, 2022). İç denetim, risklerin değerlendirilmesi ve yönetilmesi, iş süreçlerinin iyileştirilmesi ve geliştirilmesi konularında üst yönetime danışmanlık hizmeti sunarak işletmelerin sürdürülebilirliğine katkıda bulunur (Selimoğlu ve Saldı, 2021).

İç denetim faaliyetlerinin güvence işlevleri ve danışmanlık hizmetleri olmak üzere iki boyutu bulunmaktadır. Güvence faaliyetleri kapsamında kurumların işlem, proje ve faaliyetleri denetlenir. Danışmanlık faaliyetleri kapsamında ise iç denetçiler kurumlara, hedeflerini gerçekleştirme sürecinde öneri ve tavsiyelerde bulunurlar (Şentürk, 2021). İç denetim faaliyetleri, işletmenin faaliyetleri işletmenin kendi personeli tarafından yerine getirilir. Etkin bir denetimin gerçekleştirilebilmesi için iç denetim elemanlarının doğrudan yönetim kuruluna bağlı olması, denetim raporlarını bu makama sunmaları gerekir. Genel müdüre bağlı bir denetçinin, genel müdür ile ilgili aksaklıkları rapor etmesi mümkün olmaz (Dinçer ve Yüksel, 2019).

### ***Örgütsel Performans***

Örgütsel performans, örgütün amaçlarını ne ölçüde gerçekleştirip gerçekleştirmediğini tespit etmek için ölçülür (Bakoğlu, 2001). Örgütsel performans finansal ve finansal olmayan ölçütlerle iki boyutta değerlendirilir. Finansal göstergelerle ifade edilen örgüt performans, belli bir zaman diliminde elde edilen çıktılar veya bir sürecin sonuçları olarak tanımlanır. Müşteri tatmini, çalışan tutkunluğu, yönetim kalitesi gibi nitel sonuçlar ise finansal olmayan göstergelerdir (Esch vd., 2018).

### ***Kurumsallaşma ve Örgütsel Performans İlişkisi ve Hipotezlerin Geliştirilmesi***

Turizm sektöründe yapılan bir araştırmada kurumsallaşmanın alt boyutlarından profesyonelliğin finansal performans üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı bir etkisinin olduğunu saptanmıştır (Öğüt, 2019). Ak (2020), Aydın ilindeki aile işletmeleri arasında gerçekleştirdiği araştırmasında, formalleşmenin işletme performansına en çok katkı sağlayan kurumsal boyut olduğunu saptamıştır. İran’da yapılan bir araştırmada kurumsallaşmanın işletme performansını olumlu yönde etkilediği saptanmıştır (Azizi, 2021). Konya’da yapılan bir araştırmada kurumsallığın esneklik boyutunun işletmenini hem finansal hem de finansal olmayan performansı üzerinde etkili olduğu; profesyonellik,yalınlık, şeffaflık ve tutarlılık boyutlarının ise işletmenin sadece finansal olmayan performansı üzerinde etkili olduğu saptanmıştır (Cetinkaya vd., 2018). İspanya’da kobiler arasında yapılan bir araştırmada, profesyonelliğin firma performansı üzerinde etkisi olduğu saptanmıştır (Garcia-Loperol vd., 2022). Ülkem (2020), Eskişehir’de gerçekleştirdiği araştırmada kurumsallaşmanın bütün alt boyutlarının örgütsel performanstaki değişimi açıkladığı bulgusuna erişmiştir. Apaydın (2007) İkitelli Sanayi Bölgesinde gerçekleştirdiği araştırmada, kurumsallaşmanın hiçbir boyutu ile çıktı performansı

arasında anlamlı bir ilişki bulamamıştır. Ankara’da yapılan bir araştırmada ikinci kuşak tarafından yönetilen işletmelerde kurumsallaşma düzeyinin daha yüksek olduğu bulgusuna erişilmiştir (Yazıcıoğlu ve Koç, 2009). İspanya’da turizm sektöründe yapılan bir araştırmada aile işletmelerinde farklı kuşakların birlikte yönetimde olmasının firma performansı üzerinde anlamlı bir etkisinin olmadığı, işletme anayasasının varlığının ise firma performansını pozitif yönde anlamlı biçimde etkilediği saptanmıştır (Gonzalez-Cruz vd., 2021).

Yukarıdaki verilerden hareketle; araştırma modeline şirketin yaşı, şirketin hukuki statüsü, şirkette çalışan kişi sayısı ve şirketi yöneten nesil değişkenleri demografik kontrol değişkeni olarak eklenmiş ve aşağıdaki hipotez oluşturulmuştur.

*Hipotez 1. Aile işletmelerindeki kurumsallaşma düzeyi örgütsel performansı pozitif yönde etkiler.*

*H1a. Profesyonelleşme düzeyi örgütsel performans algısını olumlu yönde etkiler.*

*H1b. Formel örgüt yapısı düzeyi örgütsel performans algısını olumlu yönde etkiler.*

*H1c. Stratejik planlama düzeyi örgütsel performans algısını olumlu yönde etkiler.*

*H1d. Aile anayasasının varlığı örgütsel performans algısını olumlu yönde etkiler.*

*H1d. Etkin bir iletişim sistemi örgütsel performans algısını olumlu yönde etkiler.*

*H1e. İç denetim faaliyetleri örgütsel performans algısını olumlu yönde etkiler.*

*H1f. Karar alma şekli örgütsel performans algısını olumlu yönde etkiler.*

*H2. Demografik kontrol değişkenleri düzeylerinin en az birinin örgütsel performans algısı puan ortalamaları diğerlerinden farklıdır.*

## **YÖNTEMBİLİM**

### ***Araştırma modeli***

Bu çalışma nicel bir araştırmadır. Araştırma modeline kurumsallaşma düzeyi bağımsız değişken, örgütsel performans bağımlı değişken olarak yer almaktadır. Sektör, şirketin yaşı, şirketin hukuki statüsü, çalışan sayısı, mülkiyet yapısı ve şirketi yöneten nesil demografik kontrol değişkenleri olarak kullanılmıştır.

### ***Katılımcılar***

Veriler İstanbul Ticaret Odası’na kayıtlı aile işletmelerinden toplanmıştır. Bu amaçla rastgele 100 aile işletmesi seçilmiş, yöneticileri ile iletişim kurularak, internette oluşturulan adrese girerek anketleri online olarak doldurmaları istenmiştir. Her işletmeden ikisi aile üyesi, ikisi profesyonel yönetici olmak üzere anketi en fazla dört kişinin doldurması istenmiştir. 50 işletmeden olumlu yanıt alınmış, toplam 207 anket elde edilmiştir. İnternet üzerinden doldurulmuş olması nedeniyle anketlerde cevaplanmamış soru kalmamış, toplanan anketlerin tamamı analize dâhil edilmiştir. Veriler 15 Ocak-30 Mart 2022 tarihleri arasında toplanmıştır.

### *Veri Toplama Araçları*

Anket formu katılımcılara ilişkin demografik bilgiler, Kurumsallaşma Düzeyi Ölçeği ve Örgütsel Performans Ölçeği olmak üzere üç bölümden oluşmaktadır. Demografik bilgi formunda dokuz soru yer almaktadır.

Kurumsallaşma düzeyi algısını ölçmek için Aylan ve Koç (2017) tarafından geliştirilen ölçek kullanılmıştır. Ölçekte dokuz alt boyut altında toplam 48 ifade yer almaktadır. Ölçeğin alt boyutları ve soru dağılımı şöyledir: İşletme anayasası (3 ifade), Profesyonelleşme (7 ifade), Formel örgüt yapısı (7 ifade), Yetkilendirme ve yetki devri (5 ifade), Stratejik planlama süreci (7 ifade), Yönetim anlayışı ve yönetime katılma (4 ifade), Karar alma şekli (4 ifade), Etkin bir iletişim (7 ifade), İç denetim faaliyetleri (5 ifade).

Örgütsel performans ölçeği Kozcu'nun (2020) doktora tezinden alınmıştır. Ölçekte dört ifade yer almaktadır. Her iki ölçek beş dereceli Likert tipinde olup ifadeler (1) Hiç katılmıyorum, (5) Tamamen katılıyorum şeklinde etiketlenmiştir.

Ölçüm modeli oluşturulmadan önce çok faktörlü yapıya sahip olması nedeniyle kurumsallaşma ölçeği, açımlayıcı faktör analizine tabi tutulmuş, faktör yükü kesme noktasının altında olduğu için (0,30) maddeler analizden çıkarılmıştır. Kurumsallaşma ölçeğinin "Yönetim Anlayışı ve Yönetime Katılma" faktöründe hiç madde kalmamıştır. Ölçekte kalan maddeler, orijinal, ölçek ölçekte olduğu gibi sekiz alt boyutta toplanmıştır. Nihai ölçek 34 madde içermekte; faktörler için hesaplanan Cronbach alfa değerleri 0,71 ile 0,94 arasında değişmektedir. KMO değeri 0,91 olarak tespit edilmiştir.

Örgütsel performans ölçeğindeki maddelerin faktör yükleri 0,82 ile 0,89 arasında çıkmış, Cronbach alfa değeri 0,94 olarak tespit edilmiş, KMO 0,81 değeri olarak gerçekleşmiştir.

### *Ölçüm Modelinin Test Edilmesi*

Ölçüm modelinin geçerliliğini test etmek için ilk olarak faktör yüklerine bakılmış ve AVE (yakınsak) geçerlilik analizleri yapılmıştır (Hair vd., 2021). Test edilen modelde yer alan maddelerin faktör yükleri 0,60 ile 0,95 arasında değerler almıştır. Faktör yüklerinin her biri 0,001 düzeyinde anlamlı bulunmuştur. Yakınsak geçerlik ve güvenilirlikle ilgili sonuçlar Tablo 1'de yer almaktadır.

**Tablo 1.** CR, AVE, MSV, MaxR(H) Katsayıları

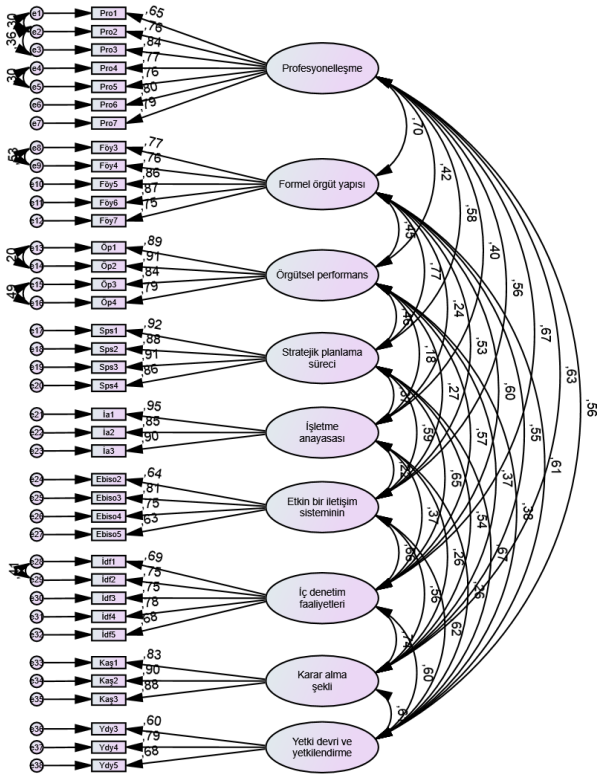
| CR | AVE  | MSV   | MaxR(H) | 1    | 2            | 3            | 4            | 5            | 6            | 7           | 8 | 9 |
|----|------|-------|---------|------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|-------------|---|---|
| 1  | 0,91 | 0,588 | 0,491   | 0,91 | <b>0,767</b> |              |              |              |              |             |   |   |
| 2  | 0,90 | 0,650 | 0,595   | 0,91 | 0,701***     | <b>0,806</b> |              |              |              |             |   |   |
| 3  | 0,92 | 0,736 | 0,326   | 0,93 | 0,419***     | 0,451***     | <b>0,858</b> |              |              |             |   |   |
| 4  | 0,94 | 0,798 | 0,595   | 0,94 | 0,583***     | 0,771***     | 0,463***     | <b>0,893</b> |              |             |   |   |
| 5  | 0,93 | 0,813 | 0,162   | 0,94 | 0,403***     | 0,241**      | 0,181*       | 0,373***     | <b>0,902</b> |             |   |   |
| 6  | 0,80 | 0,504 | 0,436   | 0,82 | 0,558***     | 0,528***     | 0,270**      | 0,590***     | 0,223**      | <b>0,71</b> |   |   |

|   |      |       |       |      |          |          |          |          |          |          |              |
|---|------|-------|-------|------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|--------------|
| 7 | 0,85 | 0,535 | 0,546 | 0,86 | 0,673*** | 0,599*** | 0,571*** | 0,655*** | 0,372*** | 0,660*** | <b>0,731</b> |
| 8 | 0,90 | 0,759 | 0,546 | 0,91 | 0,633*** | 0,545*** | 0,375*** | 0,536*** | 0,256**  | 0,565*** | <b>0,87</b>  |
| 9 | 0,74 | 0,485 | 0,448 | 0,76 | 0,564    | 0,613    | 0,382    | 0,669    | 0,259    | 0,624    | 0,6          |

\*\*p<0,01; \*\*\*p<0,001

Notlar: 1: Örgütsel performans; 2: İşletme anayasası; 3: Profesyonelleşme; 4: Formel örgüt yapısı; 5: Yetki devri ve yetkilendirme; 6: Stratejik planlama süreci; 7: Karar alma şekli; 8: Etkin bir iletişim sistemi; 9: İç denetim faaliyetleri

Yakınsak geçerliği için CR (Composite Reliability) > AVE (Average Variance Extracted; AVE > 0,5; güvenilirliği sağlamak için CR > 0,70 olması beklenmektedir (Yaşlıoğlu, 2017). Tablo 1 incelendiğinde, CR > AVE ve CR > 0,70 koşulunun karşılandığı görülmektedir. AVE > 0,50 koşulu ise bütünüyle karşılanamamıştır. Ancak AVE çok katı bir değerdir; bazı kaynaklarda güvenilirlik için sadece CR değerinin dikkate alınmasının yeterli olduğu belirtilmektedir (Grell, Meyer, Raddatz, & Pulham, 2021).



Şekil 1. Doğrulayıcı Faktör Analizi Diyagramı

Dokuz faktörden oluşan ölçüm modelinin uyum değerleri ( $\chi^2=1100,05$ , Sd= 622,  $\chi^2/Sd = 1,77$ , TLI= 0,91, CFI= 0,92, IFI= 0,92; SRMR=0,06; RMSEA = 0,06) verilerin test edilen model ile kabul edilebilir düzeyde uyumlu olduğunu göstermiştir (Brown & Cudeck, 1993; Jöreskog & Sörbom, 1993; McDonald & Marsh, 1990).

### **Regresyon Analizi İçin Önkoşulların Karşılanma Durumu**

Normal dağılım varsayımının karşılanabilmesi için verilerin çarpıklık ve basıklık katsayısının  $\pm 2$  aralığında bulunması yeterlidir (D. George & Mallery, 2010). Çarpıklık ve basıklık katsayılarının belirtilen aralıkta yer almaktadır.

Kurumsallaşma düzeyi bileşenlerinin örgütsel performans üzerindeki yordayıcı etkisini belirlemek için yapısal eşitlik modeli analizi uygulanmıştır. Analiz öncesinde bazı varsayımlar kontrol edilmiştir. VIF değerleri 1,26 ile 2,68 arasındadır. Değişkenler arasında çoklu bağlantı problemi bulunmamaktadır (VIF<10). Durbin-Watson katsayısı 2,05 olarak hesaplanmıştır. Hataların bağımsızlığı varsayımı ( $1,5 < DW < 2,5$ ) karşılanmıştır. Eşdeğişkenlik varsayımı için standartlaştırılmış artıklara ait grafikler incelenmiştir. Histogram grafiğinde artıkların dağılımı normale oldukça yakın; P-P grafiğinde ise artıkların büyük bir oranının normal dağılım çizgisine yakın ve paralel bir şekilde dağılmaktadır.

Araştırma modelinde yer alan değişkenlerin puanlarını karşılaştırmak için ise tek yönlü varyans analizi uygulanmıştır.  $p < 0,05$  değerleri istatistiksel olarak anlamlı kabul edilmiştir. Analizler için AMOS 25.0 ve SPSS 25.0 istatistik paket programı kullanılmıştır.

## **BULGULAR**

### **Tanımlayıcı İstatistikler**

Katılımcıların %42,3'ünün hizmet, %31,7'sinin üretim ve %26'sının ticaret sektöründe çalışmaktadır. Katılımcıların çalıştığı işletmelerin büyük bir oranı (%49) 21 ve daha fazla işletme yaşına sahiptir. İşletmelerin %41,8'i A.Ş., %38,9'u Ltd Şti ve %19,2'si tek şahıs işletmesi statüsündedir. İşletmelerin %29,8'inde 0-10, %22,6'sında 11-40, %25'inde 41-100 ve %22,6'sında 101 ve daha fazla kişi çalışmaktadır. İşletmelerin büyük bir oranında (%49,5) işletmeyi 1. nesil yönetmektedir Katılımcıların büyük bir oranı (%48,6) aile şirketi olmanın kısmen avantajlı olduğunu ifade etmiştir. Araştırmaya katılanların %56,3'ü aile üyesi, %43,8'i ise profesyonel yönetici/çalışan olduğunu ifade etmiştir.

### **Korelasyon Analizi Sonuçları**

**Tablo 2.** Kurumsallaşma Düzeyi ve Örgütsel Performans Puanları Arındaki İlişkilere Ait Pearson Korelasyon Katsayıları

| Değişkenler                     | 1.              | 2.             | 3.             | 4.             | 5.             | 6. | 7. | 8. | 9. |
|---------------------------------|-----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----|----|----|----|
| 1. Örgütsel performans          | 1( <b>939</b> ) |                |                |                |                |    |    |    |    |
| 2. İşletme anayasası            | ,153*           | 1( <b>93</b> ) |                |                |                |    |    |    |    |
| 3. Profesyonelleşme             | ,362**          | ,357**         | 1( <b>91</b> ) |                |                |    |    |    |    |
| 4. Formel örgüt yapısı          | ,393**          | ,214**         | ,614**         | 1( <b>91</b> ) |                |    |    |    |    |
| 5. Yetki devri ve yetkilendirme | ,260**          | ,229**         | ,434**         | ,520**         | 1( <b>72</b> ) |    |    |    |    |

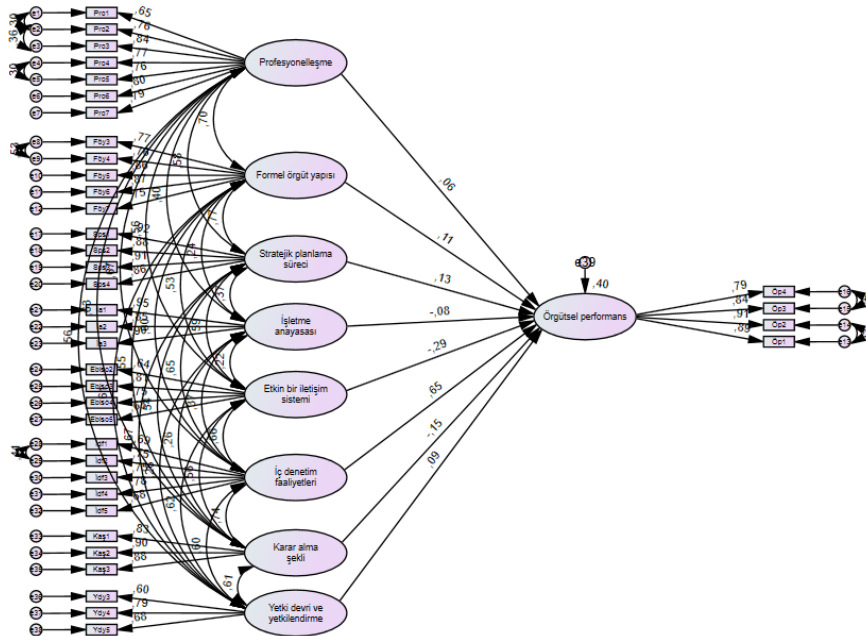
|    |                            |        |        |        |        |        |        |        |        |
|----|----------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| 6. | Stratejik planlama süreci  | ,405** | ,359** | ,541** | ,713** | ,547** | 1,(94) |        |        |
| 7. | Karar alma şekli           | ,341** | ,232** | ,571** | ,500** | ,512** | ,506** | 1,(90) |        |
| 8. | Etkin bir iletişim sistemi | ,184** | ,174*  | ,464** | ,443** | ,498** | ,503** | ,474** | 1,(80) |
| 9. | İç denetim faaliyetleri    | ,497** | ,332** | ,595** | ,544** | ,459** | ,594** | ,641** | ,545** |
|    | Ortalama                   | 13,02  | 28,86  | 17,24  | 11,22  | 14,94  | 11,24  | 15,75  | 19,4   |
|    | Ss                         | 2,27   | 5,55   | 5,59   | 2,37   | 4,22   | 2,91   | 2,87   | 3,83   |

\*p<0,05; \*\*p<0,01; N=208; Parantez içinde sayılar ölçeklerin Cronbach alpha değerini göstermektedir.

Tablo 2 incelendiğinde, örgütsel performans puanları ile İşletme anayasası ( $r=0,153$ ;  $p<0,05$ ), Profesyonelleşme ( $r=0,362$ ;  $p<0,01$ ), formel örgüt yapısı ( $r=0,393$ ;  $p<0,01$ ), yetki devri ve yetkilendirme ( $r=0,260$ ;  $p<0,01$ ), stratejik planlama süreci ( $r=0,405$ ;  $p<0,01$ ), karar alma şekli ( $r=0,341$ ;  $p<0,01$ ), etkin bir iletişim sistemi ( $r=0,184$ ;  $p<0,01$ ) ve iç denetim faaliyetleri ( $r=0,497$ ;  $p<0,01$ ) puanları arasında düşük ve orta düzeyde pozitif yönlü ilişkilerin bulunduğu görülmektedir. Kurumsallaşma düzeyi puanları arttıkça örgütsel performans puanları da artış göstermiştir.

### Yapısal Modelin Test Edilmesi

Yapısal modelde, kurumsallaşma düzeyi bileşenlerinin örgütsel performans üzerindeki etkisi test edilmiştir. Modelde kurumsallaşma düzeyi bileşenleri bağımsız değişken, örgütsel performans bağımlı değişken olarak yer almıştır (Şekil 2).



Şekil 2. Test Edilen Yapısal Model

Hesaplanan uyum değerleri  $\chi^2=1100,05$ ,  $Sd= 622$ ,  $\chi^2/Sd = 1,77$ ,  $TLI= 0,91$ ,  $CFI= 0,92$ ,  $IFI= 0,92$ ;  $SRMR=0,06$ ;  $RMSEA = 0,06$ ) verilerin test edilen yapısal model ile iyi düzeyde uyum uyumlu



olduğunu göstermiştir (Brown & Cudeck, 1993; Jöreskog & Sörbom, 1993; McDonald & Marsh, 1990)

Tablo 3 incelendiğinde, profesyonelleşme ( $\beta=0,060$ ;  $p>0,05$ ), formel örgüt yapısı ( $\beta=0,113$ ;  $p>0,05$ ), stratejik planlama süreci ( $\beta=0,134$ ;  $p>0,05$ ), işletme anayasası ( $\beta=-0,084$ ;  $p>0,05$ ), karar alma şekli ( $\beta=-0,153$ ;  $p>0,05$ ), yetki devri ve yetkilendirme ( $\beta=0,090$ ;  $p>0,05$ ) değişkenlerinin örgütsel performans üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olmadığı anlaşılmaktadır.

### ***Bulguların Değerlendirilmesi***

**Tablo 3.** Yapısal Modelde Yer Alan Yol Katsayıları ve Anlamlılık Düzeyleri

|                     |      |                              | B      | SH.   | t.     | p      |
|---------------------|------|------------------------------|--------|-------|--------|--------|
| Örgütsel performans | <--- | Profesyonelleşme             | 0,060  | 0,171 | 0,467  | 0,64   |
| Örgütsel performans | <--- | Formel örgüt yapısı          | 0,113  | 0,105 | 0,789  | 0,43   |
| Örgütsel performans | <--- | Stratejik planlama süreci    | 0,134  | 0,106 | 0,949  | 0,343  |
| Örgütsel performans | <--- | İşletme anayasası            | -0,084 | 0,077 | -1,066 | 0,286  |
| Örgütsel performans | <--- | Etkin bir iletişim sistemi   | -0,286 | 0,160 | -2,371 | 0,018* |
| Örgütsel performans | <--- | İç denetim faaliyetleri      | 0,654  | 0,194 | 3,968  | ***    |
| Örgütsel performans | <--- | Karar alma şekli             | -0,153 | 0,109 | -1,239 | 0,215  |
| Örgütsel performans | <--- | Yetki devri ve yetkilendirme | 0,090  | 0,152 | 0,687  | 0,492  |

\* $p<0,05$ ; \*\*\* $p<0,001$

Etkin bir iletişim sisteminin örgütsel performans üzerinde negatif yönlü ve anlamlı bir etkisi bulunmaktadır ( $\beta=-0,286$ ;  $p<0,05$ ). İç denetim faaliyetlerinin ise örgütsel performans üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı bir etkisi bulunmaktadır ( $\beta=0,654$ ;  $p<0,001$ ). Kurumsallaşma düzeyi bileşenleri örgütsel performanstaki değişimin %40'ını açıklamıştır.

Araştırmamızın temel hipotezi “Aile işletmelerinde kurumsallaşma düzeyinin örgütsel performans algısını olumlu yönde etkiler olarak belirlenmiş idi. Bu sonuçlara göre temel hipotezin küçük bir kısmı desteklenmektedir. Bu sonuç Ak'ın (2020) bulguları ile uyumludur.

### ***Demografik Kontrol Değişkenleri ile Örgütsel Performans İlişkisine İlişkin Sonuçlar***

**Tablo 4.** Hizmet Sektörüne Göre Kurumsallaşma Düzeyi ve Örgütsel Performans ANOVA Sonuçları

| Değişkenler         | Sektör  | N  | Ort   | Ss   | F(2;205) | p    |
|---------------------|---------|----|-------|------|----------|------|
| İşletme anayasası   | Hizmet  | 88 | 13,08 | 2,59 | 0,38     | 0,69 |
|                     | Üretim  | 66 | 13,14 | 1,94 |          |      |
|                     | Ticaret | 54 | 12,80 | 2,12 |          |      |
| Profesyonelleşme    | Hizmet  | 88 | 28,94 | 5,42 | 0,02     | 0,98 |
|                     | Üretim  | 66 | 28,85 | 5,91 |          |      |
|                     | Ticaret | 54 | 28,74 | 5,38 |          |      |
| Formel örgüt yapısı | Hizmet  | 88 | 17,22 | 6,04 | 0,05     | 0,95 |
|                     | Üretim  | 66 | 17,39 | 5,53 |          |      |
|                     | Ticaret | 54 | 17,07 | 4,99 |          |      |

|                              |         |    |       |      |      |      |
|------------------------------|---------|----|-------|------|------|------|
| Yetki devri ve yetkilendirme | Hizmet  | 88 | 11,33 | 2,47 | 0,33 | 0,72 |
|                              | Üretim  | 66 | 11,24 | 2,24 |      |      |
|                              | Ticaret | 54 | 11,00 | 2,39 |      |      |
| Stratejik planlama süreci    | Hizmet  | 88 | 14,69 | 4,84 | 0,37 | 0,69 |
|                              | Üretim  | 66 | 15,29 | 3,46 |      |      |
|                              | Ticaret | 54 | 14,91 | 4,02 |      |      |
| Karar alma şekli             | Hizmet  | 88 | 11,22 | 3,21 | 0,18 | 0,83 |
|                              | Üretim  | 66 | 11,39 | 2,93 |      |      |
|                              | Ticaret | 54 | 11,07 | 2,38 |      |      |
| Etkin bir iletişim sistemi   | Hizmet  | 88 | 15,85 | 2,90 | 0,47 | 0,63 |
|                              | Üretim  | 66 | 15,47 | 2,91 |      |      |
|                              | Ticaret | 54 | 15,93 | 2,79 |      |      |
| İç denetim faaliyetleri      | Hizmet  | 88 | 19,35 | 4,30 | 0,04 | 0,96 |
|                              | Üretim  | 66 | 19,36 | 3,48 |      |      |
|                              | Ticaret | 54 | 19,54 | 3,47 |      |      |
| Örgütsel performans          | Hizmet  | 88 | 15,02 | 3,44 | 0,74 | 0,48 |
|                              | Üretim  | 66 | 15,64 | 3,16 |      |      |
|                              | Ticaret | 54 | 15,13 | 2,86 |      |      |

Tablo 4 incelendiğinde, hizmet sektörüne göre, işletme anayasası, profesyonelleşme, formel örgüt yapısı, yetki devri ve yetkilendirme, stratejik planlama süreci, karar alma şekli, etkin bir iletişim sistemi, iç denetim faaliyetleri ve örgütsel performans puan ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ( $p>0,05$ ). Hizmet, üretim ve ticaret gibi farklı sektörlerde çalışan katılımcıların kurumsallaşma düzeyi ve örgütsel performans algılarının benzer olduğu anlaşılmıştır.

**Tablo 5.** İşletmenin Yaşına Göre Kurumsallaşma Düzeyi ve Örgütsel Performans ANOVA Sonuçları

| Değişkenler                  | İşletmenin yaşı | N   | Ort   | Ss   | F(2;205) | p    |
|------------------------------|-----------------|-----|-------|------|----------|------|
| İşletme anayasası            | 1-10 yıl        | 65  | 13,35 | 2,28 | 1,04     | 0,35 |
|                              | 11-20 yıl       | 41  | 12,78 | 2,15 |          |      |
|                              | 21 yıl ve üzeri | 102 | 12,91 | 2,32 |          |      |
| Profesyonelleşme             | 1-10 yıl        | 65  | 29,63 | 5,62 | 0,93     | 0,40 |
|                              | 11-20 yıl       | 41  | 28,66 | 6,32 |          |      |
|                              | 21 yıl ve üzeri | 102 | 28,45 | 5,16 |          |      |
| Formel örgüt yapısı          | 1-10 yıl        | 65  | 18,57 | 5,22 | 2,81     | 0,06 |
|                              | 11-20 yıl       | 41  | 16,34 | 5,98 |          |      |
|                              | 21 yıl ve üzeri | 102 | 16,75 | 5,57 |          |      |
| Yetki devri ve yetkilendirme | 1-10 yıl        | 65  | 11,38 | 2,32 | 0,25     | 0,78 |
|                              | 11-20 yıl       | 41  | 11,20 | 2,53 |          |      |
|                              | 21 yıl ve üzeri | 102 | 11,12 | 2,35 |          |      |
| Stratejik planlama süreci    | 1-10 yıl        | 65  | 15,46 | 4,16 | 2,43     | 0,09 |
|                              | 11-20 yıl       | 41  | 13,68 | 5,44 |          |      |
|                              | 21 yıl ve üzeri | 102 | 15,11 | 3,60 |          |      |
| Karar alma şekli             | 1-10 yıl        | 65  | 11,57 | 2,92 | 1,04     | 0,36 |
|                              | 11-20 yıl       | 41  | 10,73 | 3,45 |          |      |
|                              | 21 yıl ve üzeri | 102 | 11,23 | 2,67 |          |      |
| Etkin bir iletişim sistemi   | 1-10 yıl        | 65  | 16,18 | 2,65 | 1,20     | 0,30 |
|                              | 11-20 yıl       | 41  | 15,73 | 3,55 |          |      |
|                              | 21 yıl ve üzeri | 102 | 15,48 | 2,69 |          |      |
| İç denetim faaliyetleri      | 1-10 yıl        | 65  | 20,06 | 3,57 | 1,77     | 0,17 |
|                              | 11-20 yıl       | 41  | 19,54 | 4,67 |          |      |
|                              | 21 yıl ve üzeri | 102 | 18,93 | 3,57 |          |      |
| Örgütsel performans          | 1-10 yıl        | 65  | 15,38 | 2,92 | 0,16     | 0,85 |
|                              | 11-20 yıl       | 41  | 15,02 | 3,84 |          |      |
|                              | 21 yıl ve üzeri | 102 | 15,25 | 3,13 |          |      |

Tablo 5 incelendiğinde, işletmenin yaşına göre, işletme anayasası, profesyonelleşme, formel örgüt yapısı, yetki devri ve yetkilendirme, stratejik planlama süreci, karar alma şekli, etkin bir iletişim sistemi, iç denetim faaliyetleri ve örgütsel performans puan ortalamalarının anlamlı bir farklılık

göstermediği anlaşılmaktadır ( $p>0,05$ ). 1-10 yıl, 11-20 yıl, 21 yıl ve daha fazla yaşa sahip işletmelerde çalışan katılımcıların kurumsallaşma düzeyi ve örgütsel performans algılarının benzer olduğu anlaşılmıştır.

**Tablo 6.** İşletmenin Hukuki Statüsüne Göre Kurumsallaşma Düzeyi ve Örgütsel Performans ANOVA Sonuçları

| Değişkenler                  | İşletmenin hukuki statüsü | N  | Ort   | Ss   | F(2;205) | p    |
|------------------------------|---------------------------|----|-------|------|----------|------|
| İşletme anayasası            | A.Ş.                      | 87 | 13,15 | 2,41 | 0,71     | 0,49 |
|                              | Ltd Şti                   | 81 | 12,79 | 2,28 |          |      |
|                              | Tek şahıs işletmesi       | 40 | 13,23 | 1,93 |          |      |
| Profesyonelleşme             | A.Ş.                      | 87 | 28,64 | 6,57 | 0,57     | 0,57 |
|                              | Ltd Şti                   | 81 | 28,68 | 4,91 |          |      |
|                              | Tek şahıs işletmesi       | 40 | 29,70 | 4,21 |          |      |
| Formel örgüt yapısı          | A.Ş.                      | 87 | 17,64 | 5,78 | 0,62     | 0,54 |
|                              | Ltd Şti                   | 81 | 16,70 | 5,70 |          |      |
|                              | Tek şahıs işletmesi       | 40 | 17,43 | 4,98 |          |      |
| Yetki devri ve yetkilendirme | A.Ş.                      | 87 | 11,23 | 2,52 | 1,17     | 0,31 |
|                              | Ltd Şti                   | 81 | 10,98 | 2,31 |          |      |
|                              | Tek şahıs işletmesi       | 40 | 11,68 | 2,10 |          |      |
| Stratejik planlama süreci    | A.Ş.                      | 87 | 14,97 | 4,65 | 0,48     | 0,62 |
|                              | Ltd Şti                   | 81 | 14,65 | 3,93 |          |      |
|                              | Tek şahıs işletmesi       | 40 | 15,45 | 3,84 |          |      |
| Karar alma şekli             | A.Ş.                      | 87 | 11,00 | 3,39 | 0,49     | 0,62 |
|                              | Ltd Şti                   | 81 | 11,41 | 2,37 |          |      |
|                              | Tek şahıs işletmesi       | 40 | 11,40 | 2,83 |          |      |
| Etkin bir iletişim sistemi   | A.Ş.                      | 87 | 15,69 | 3,24 | 0,37     | 0,69 |
|                              | Ltd Şti                   | 81 | 15,64 | 2,33 |          |      |
|                              | Tek şahıs işletmesi       | 40 | 16,10 | 3,04 |          |      |
| İç denetim faaliyetleri      | A.Ş.                      | 87 | 19,55 | 4,34 | 0,11     | 0,90 |
|                              | Ltd Şti                   | 81 | 19,30 | 3,18 |          |      |
|                              | Tek şahıs işletmesi       | 40 | 19,30 | 3,92 |          |      |
| Örgütsel performans          | A.Ş.                      | 87 | 15,10 | 3,81 | 0,15     | 0,86 |
|                              | Ltd Şti                   | 81 | 15,36 | 2,89 |          |      |
|                              | Tek şahıs işletmesi       | 40 | 15,33 | 2,32 |          |      |

Tablo 6 incelendiğinde, işletmenin hukuki statüsüne göre, işletme anayasası, profesyonelleşme, formel örgüt yapısı, yetki devri ve yetkilendirme, stratejik planlama süreci, karar alma şekli, etkin bir iletişim sistemi, iç denetim faaliyetleri ve örgütsel performans puan ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ( $p>0,05$ ). A. Ş., Ltd Şti ve tek şahıs işletmesi statüsünde bulunan işletmelerde çalışan katılımcıların kurumsallaşma düzeyi ve örgütsel performans algılarının benzer olduğu anlaşılmıştır.

**Tablo 7.** İşletmede Çalışan Kişi Sayısına Göre Kurumsallaşma Düzeyi ve Örgütsel Performans ANOVA Sonuçları

| Değişkenler                  | İşletmede çalışan kişi sayısı | N  | Ort   | Ss   | F(3;204) | p    | Scheffe Post-Hoc |
|------------------------------|-------------------------------|----|-------|------|----------|------|------------------|
| İşletme anayasası            | 0-10                          | 62 | 13,15 | 1,97 | 0,66     | 0,58 | -                |
|                              | 11-40                         | 47 | 12,62 | 2,57 |          |      |                  |
|                              | 41-100                        | 52 | 13,19 | 2,33 |          |      |                  |
|                              | 101 ve üstü                   | 47 | 13,09 | 2,31 |          |      |                  |
| Profesyonelleşme             | 0-10                          | 62 | 29,97 | 3,81 | 2,73     | 0,05 | -                |
|                              | 11-40                         | 47 | 27,57 | 5,48 |          |      |                  |
|                              | 41-100                        | 52 | 27,87 | 6,98 |          |      |                  |
|                              | 101 ve üstü                   | 47 | 29,79 | 5,46 |          |      |                  |
| Formel örgüt yapısı          | 0-10 <sup>a</sup>             | 62 | 16,23 | 5,51 | 3,58     | 0,01 | d>a<br>d>b       |
|                              | 11-40 <sup>b</sup>            | 47 | 16,02 | 6,56 |          |      |                  |
|                              | 41-100 <sup>c</sup>           | 52 | 17,79 | 5,39 |          |      |                  |
|                              | 101 ve üstü <sup>d</sup>      | 47 | 19,17 | 4,29 |          |      |                  |
| Yetki devri ve yetkilendirme | 0-10                          | 62 | 11,29 | 2,23 | 0,61     | 0,61 | -                |
|                              | 11-40                         | 47 | 11,15 | 2,48 |          |      |                  |

|                            |                          |    |       |      |      |      |         |
|----------------------------|--------------------------|----|-------|------|------|------|---------|
|                            | 41-100                   | 52 | 10,90 | 2,54 |      |      |         |
|                            | 101 ve üstü              | 47 | 11,53 | 2,26 |      |      |         |
| Stratejik planlama süreci  | 0-10 <sup>a</sup>        | 62 | 13,90 | 4,50 | 3,18 | 0,02 | d>, d>b |
|                            | 11-40 <sup>b</sup>       | 47 | 14,47 | 4,40 |      |      |         |
|                            | 41-100 <sup>c</sup>      | 52 | 15,46 | 4,39 |      |      |         |
|                            | 101 ve üstü <sup>d</sup> | 47 | 16,19 | 2,99 |      |      |         |
|                            | 0-10                     | 62 | 11,60 | 2,59 |      |      |         |
| Karar alma şekli           | 11-40                    | 47 | 11,32 | 2,72 | 1,21 | 0,31 | -       |
|                            | 41-100                   | 52 | 10,60 | 3,51 |      |      |         |
|                            | 101 ve üstü              | 47 | 11,38 | 2,75 |      |      |         |
|                            | 0-10                     | 62 | 15,90 | 3,03 |      |      |         |
|                            | 11-40                    | 47 | 15,81 | 3,08 |      |      |         |
| Etkin bir iletişim sistemi | 41-100                   | 52 | 15,94 | 2,61 | 0,57 | 0,64 | -       |
|                            | 101 ve üstü              | 47 | 15,28 | 2,74 |      |      |         |
|                            | 0-10                     | 62 | 19,53 | 3,69 |      |      |         |
|                            | 11-40                    | 47 | 19,00 | 4,04 |      |      |         |
|                            | 41-100                   | 52 | 19,23 | 4,49 |      |      |         |
| İç denetim faaliyetleri    | 101 ve üstü              | 47 | 19,83 | 2,96 | 0,42 | 0,74 | -       |
|                            | 0-10 <sup>a</sup>        | 62 | 14,68 | 3,04 |      |      |         |
|                            | 11-40 <sup>b</sup>       | 47 | 14,70 | 3,29 |      |      |         |
|                            | 41-100 <sup>c</sup>      | 52 | 15,46 | 3,68 |      |      |         |
|                            | 101 ve üstü <sup>d</sup> | 47 | 16,30 | 2,49 |      |      |         |

Tablo 7 incelendiğinde, işletmede çalışan kişi sayısına göre, işletme anayasası, profesyonelleşme, yetki devri ve yetkilendirme, karar alma şekli, etkin bir iletişim sistemi ve iç denetim faaliyetleri puan ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ( $p>0,05$ ). Diğer yandan, işletmede çalışan kişi sayısına göre formel örgüt yapısı, stratejik planlama süreci ve örgütsel performans puan ortalamaları anlamlı bir farklılık göstermiştir ( $p<0,05$ ). 101 ve üzeri çalışan sayısına sahip işletmelerde çalışan katılımcıların formel örgüt yapısı, stratejik planlama süreci ve örgütsel performans puan ortalamaları, 0-10 ve 11-40 çalışan sayısına sahip işletmelerde çalışan katılımcıların puan ortalamalarından anlamlı olarak daha yüksektir.

**Tablo 8.** İletmenin Mülkiyet Durumuna Göre Kurumsallaşma Düzeyi ve Örgütsel Performans ANOVA Sonuçları

| Değişkenler                  | İşletmenin mülkiyet (sahiplik) durumu   | N  | Ort   | Ss   | F(3;204) |
|------------------------------|---|----|-------|------|----------|
| İşletme anayasası            | Halka açık ortaklık                     | 36 | 13,75 | 1,68 | 2,04     |
|                              | Kardeşler Ortaklığı                     | 47 | 12,66 | 2,81 |          |
|                              | Tamamı aile üyelerinden oluşan ortaklık | 76 | 13,12 | 2,14 |          |
|                              | Tek aile üyesi                          | 49 | 12,69 | 2,21 |          |
|                              | Halka açık ortaklık                     | 36 | 29,00 | 6,79 |          |
| Profesyonelleşme             | Kardeşler Ortaklığı                     | 47 | 29,02 | 5,16 | 1,67     |
|                              | Tamamı aile üyelerinden oluşan ortaklık | 76 | 27,88 | 6,06 |          |
|                              | Tek aile üyesi                          | 49 | 30,12 | 3,59 |          |
|                              | Halka açık ortaklık                     | 36 | 18,58 | 5,65 |          |
|                              | Kardeşler Ortaklığı                     | 47 | 17,30 | 5,47 |          |
| Formel örgüt yapısı          | Tamamı aile üyelerinden oluşan ortaklık | 76 | 16,34 | 6,08 | 1,41     |
|                              | Tek aile üyesi                          | 49 | 17,57 | 4,74 |          |
|                              | Halka açık ortaklık                     | 36 | 11,06 | 2,43 |          |
|                              | Kardeşler Ortaklığı                     | 47 | 11,57 | 2,22 |          |
|                              | Tamamı aile üyelerinden oluşan ortaklık | 76 | 10,95 | 2,58 |          |
| Yetki devri ve yetkilendirme | Tek aile üyesi                          | 49 | 11,41 | 2,12 | 0,85     |
|                              | Halka açık ortaklık                     | 36 | 15,58 | 4,04 |          |
|                              | Kardeşler Ortaklığı                     | 47 | 14,79 | 4,10 |          |
|                              | Tamamı aile üyelerinden oluşan ortaklık | 76 | 14,70 | 4,66 |          |
|                              | Tek aile üyesi                          | 49 | 14,98 | 3,81 |          |
| Stratejik planlama süreci    | Halka açık ortaklık                     | 36 | 11,39 | 3,44 | 0,38     |
|                              | Kardeşler Ortaklığı                     | 47 | 11,40 | 2,67 |          |
|                              | Tamamı aile üyelerinden oluşan ortaklık | 76 | 10,95 | 3,15 |          |
|                              | Tek aile üyesi                          | 49 | 11,41 | 2,34 |          |
|                              | Halka açık ortaklık                     | 36 | 15,81 | 3,37 |          |
| Karar alma şekli             |   |    |       |      | 0,39     |
|                              |   |    |       |      |          |
|                              |   |    |       |      |          |
|                              |   |    |       |      |          |
|                              |   |    |       |      |          |

|                            |   |    |       |      |      |      |
|----------------------------|---|----|-------|------|------|------|
| Etkin bir iletişim sistemi | Kardeşler Ortaklığı                     | 47 | 15,74 | 2,88 | 0,15 |      |
|                            | Tamamı aile üyelerinden oluşan ortaklık | 76 | 15,50 | 2,99 |      |      |
|                            | Tek aile üyesi                          | 49 | 16,10 | 2,25 |      |      |
| İç denetim faaliyetleri    | Halka açık ortaklık                     | 36 | 19,75 | 4,69 |      |      |
|                            | Kardeşler Ortaklığı                     | 47 | 19,36 | 3,73 |      |      |
|                            | Tamamı aile üyelerinden oluşan ortaklık | 76 | 19,24 | 4,03 |      |      |
| Örgütsel performans        | Tek aile üyesi                          | 49 | 19,45 | 2,89 |      |      |
|                            | Halka açık ortaklık                     | 36 | 14,25 | 4,07 |      |      |
|                            | Kardeşler Ortaklığı                     | 47 | 15,06 | 3,33 |      |      |
|                            | Tamamı aile üyelerinden oluşan ortaklık | 76 | 15,75 | 3,09 |      | 1,88 |
|                            | Tek aile üyesi                          | 49 | 15,37 | 2,33 |      |      |

Tablo 8 incelendiğinde, işletmenin mülkiyet durumuna göre, işletme anayasası, profesyonelleşme, formel örgüt yapısı, yetki devri ve yetkilendirme, stratejik planlama süreci, karar alma şekli, etkin bir iletişim sistemi, iç denetim faaliyetleri ve örgütsel performans puan ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ( $p>0,05$ ). Mülkiye durumu halka açık ortaklık, kardeşler ortaklığı, tamamı aile üyelerinden oluşan ortaklık ve tek aile üyesi olan işletmelerde çalışan katılımcıların kurumsallaşma düzeyi ve örgütsel performans algılarının benzer olduğu anlaşılmıştır.

**Tablo 9.** İşletmeyi Mevcut Durumda Yöneten Nesle Göre Kurumsallaşma Düzeyi ve Örgütsel Performans ANOVA Sonuçları

| Değişkenler                  | İşletmeyi mevcut durumda yöneten nesil | N   | Ort   | Ss   | F(3;204) | p    | Scheffe Post-Hoc |
|------------------------------|--|-----|-------|------|----------|------|------------------|
| İşletme anayasası            | 1. nesil                               | 103 | 13,22 | 2,20 | 0,86     | 0,46 | -                |
|                              | 1. ve 2. nesil birlikte                | 64  | 12,91 | 2,09 |          |      |                  |
|                              | 2. nesil                               | 26  | 12,46 | 3,01 |          |      |                  |
|                              | 2. ve 3. nesil birlikte                | 15  | 13,13 | 2,07 |          |      |                  |
| Profesyonelleşme             | 1. nesil <sup>a</sup>                  | 103 | 30,17 | 4,42 | 6,33     | 0,00 | a>b              |
|                              | 1. ve 2. nesil birlikte <sup>b</sup>   | 64  | 26,50 | 6,69 |          |      |                  |
|                              | 2. nesil <sup>c</sup>                  | 26  | 29,12 | 5,09 |          |      |                  |
|                              | 2. ve 3. nesil birlikte <sup>d</sup>   | 15  | 29,47 | 5,10 |          |      |                  |
| Formel örgüt yapısı          | 1. nesil                               | 103 | 17,75 | 5,52 | 1,26     | 0,29 | -                |
|                              | 1. ve 2. Nesil birlikte                | 64  | 16,13 | 5,94 |          |      |                  |
|                              | 2. nesil                               | 26  | 17,92 | 5,00 |          |      |                  |
|                              | 2. ve 3. nesil birlikte                | 15  | 17,27 | 5,36 |          |      |                  |
| Yetki devri ve yetkilendirme | 1. nesil                               | 103 | 11,31 | 2,22 | 1,07     | 0,36 | -                |
|                              | 1. ve 2. nesil birlikte                | 64  | 10,91 | 2,60 |          |      |                  |
|                              | 2. nesil                               | 26  | 11,81 | 2,30 |          |      |                  |
|                              | 2. ve 3. nesil birlikte                | 15  | 10,87 | 2,42 |          |      |                  |
| Stratejik planlama süreci    | 1. nesil                               | 103 | 15,11 | 4,20 | 0,89     | 0,45 | -                |
|                              | 1. ve 2. nesil birlikte                | 64  | 14,34 | 4,55 |          |      |                  |
|                              | 2. nesil                               | 26  | 15,85 | 3,51 |          |      |                  |
|                              | 2. ve 3. nesil birlikte                | 15  | 14,73 | 4,01 |          |      |                  |
| Karar alma şekli             | 1. nesil <sup>a</sup>                  | 103 | 11,75 | 2,69 | 3,37     | 0,02 | a>b              |
|                              | 1. ve 2. nesil birlikte <sup>b</sup>   | 64  | 10,31 | 3,30 |          |      |                  |
|                              | 2. nesil <sup>c</sup>                  | 26  | 11,46 | 2,28 |          |      |                  |
|                              | 2. ve 3. nesil birlikte <sup>d</sup>   | 15  | 11,27 | 2,94 |          |      |                  |
| Etkin bir iletişim sistemi   | 1. nesil                               | 103 | 16,01 | 2,75 | 1,14     | 0,34 | -                |
|                              | 1. ve 2. nesil birlikte                | 64  | 15,39 | 3,16 |          |      |                  |
|                              | 2. nesil                               | 26  | 16,08 | 2,54 |          |      |                  |
|                              | 2. ve 3. nesil birlikte                | 15  | 14,93 | 2,81 |          |      |                  |
| İç denetim faaliyetleri      | 1. nesil                               | 103 | 19,92 | 3,69 | 1,87     | 0,14 | -                |
|                              | 1. ve 2. nesil birlikte                | 64  | 18,84 | 4,27 |          |      |                  |
|                              | 2. nesil                               | 26  | 19,58 | 2,96 |          |      |                  |
|                              | 2. ve 3. nesil birlikte                | 15  | 17,93 | 3,73 |          |      |                  |
| Örgütsel performans          | 1. nesil                               | 103 | 15,37 | 3,18 | 2,29     | 0,08 | -                |
|                              | 1. ve 2. nesil birlikte                | 64  | 14,78 | 3,58 |          |      |                  |
|                              | 2. nesil                               | 26  | 14,85 | 2,43 |          |      |                  |
|                              | 2. ve 3. nesil birlikte                | 15  | 17,07 | 2,25 |          |      |                  |

Tablo 9 incelendiğinde, işletmeyi mevcut durumda yöneten nesle göre, işletme anayasası, formel örgüt yapısı, yetki devri ve yetkilendirme, stratejik planlama süreci, etkin bir iletişim sistemi, iç denetim faaliyetleri ve örgütsel performans puan ortalamalarının anlamlı bir farklılık göstermediği anlaşılmaktadır ( $p>0,05$ ). Bununla birlikte, işletmeyi mevcut durumda yöneten nesle göre profesyonelleşme ve karar alma şekli puan ortalamalarının anlamlı bir farklılık gösterdiği anlaşılmaktadır ( $p<0,05$ ). 1. neslin yönettiği işletmelerde çalışan katılımcıların profesyonelleşme ve karar alma şekli puan ortalamaları, 1. ve 2. neslin birlikte yönettiği işletmelerde çalışan katılımcıların puan ortalamalarından anlamlı olarak daha yüksektir.

## SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu araştırmada aile işletmelerinde kurumsallaşma düzeyinin örgütsel performansla ilişkisi ve kurumsallaşma düzeyinin örgütsel performans algısı üzerindeki etkisi incelenmiştir. Örgütsel performans puanlarıyla kurumsallaşma düzeyi alt boyutları arasında yapılan korelasyon analizinde 0,18 ile 0,50 arasında değişen ilişkiler tespit edilmiştir. Kurumsallaşma düzeyi alt boyutlarından örgütsel performansla en düşük işletme anayasası boyutunda (0,15), en yüksek ilişki iç denetim faaliyetleri boyutunda (0,50) saptanmıştır. Sonuç olarak kurumsallaşma düzeyinin bütün boyutlarıyla örgütsel performans algısı arasında pozitif yönlü bir ilişki bulunmaktadır.

Araştırmanın temel hipotezi, aile işletmelerinde kurumsallaşma düzeyinin örgütsel performans algısı üzerinde pozitif ve anlamlı bir etkisi olduğu varsayımdır. AMOS yazılımı ile gerçekleştirilen analizlerde ölçüm modeli ve yapısal eşitlik modeli iyilik uyum değerleri kabul edilebilir düzeyde çıkmıştır. Hipotezin test edildiği yol analizinde; sekiz kurumsallaşma alt boyutundan sadece iç denetim faaliyetlerinin örgütsel performans üzerinde pozitif ve anlamlı etkisi bulunmuştur. Bu sonuç başka araştırmacıların bulgularıyla da uyumludur (Ak, (2020); Gül, 2012; Ülkem, 2020). İşletme anayasası, profesyonelleşme, formel örgüt yapısı, yetki devri ve yetkilendirme, stratejik planlama süreci, karar alma şekli değişkenlerinin örgütsel performans üzerinde etkisi saptanamamıştır. Daha da şaşırtıcı bulgu, etkin bir iletişim sisteminin örgütsel performans üzerinde negatif bir etkisi olduğu sonucudur. Araştırmada elde edilen sonuçların, araştırmanın yapıldığı dönemin, Kovid-19 pandemisi ve çevremizdeki Rusya-Ukrayna savaşı nedeniyle ilgili olduğu düşünülebilir. Kovid-19 ve savaş, Dünya ekonomisini daraltması nedeniyle işletmeler açısından krize yol açan etkenlerdir. Kriz dönemleri ise yöneticilerin daha hızlı karar almalarını gerektirir (Baskan, 2020).

Örneklem grubunun tamamı aile işletmelerinden oluşmakta; katılımcıların %42,3'ü hizmet, %31,7'si üretim, %26'sı ticaret sektöründe faaliyet gösteren işletmelerde çalışmaktadır. Araştırma reel sonuçları değil, katılımcıların algılarını ölçmektedir. Algıların ülkenin ve ekonominin genel durumundan etkilenmesi doğaldır. Kriz olarak tanımlanabilecek bu dönemde işletme sahipleri ve yöneticilerinin iç denetim faaliyetlerini sıklaştırmaları beklenen bir tutumdur. Bu tutumun katılımcıların iç denetim faaliyetleri ile örgütsel performans arasındaki ilişkiyi olumlu yönde etkilemesi şaşırtıcı değildir.

Etkin bir iletişim sistemi ile örgütsel performans arasındaki ilişkinin negatif algılanması da aynı çevre koşullarıyla açıklanabilir. Kriz döneminde işletme sahipleri ve yöneticileri hızlı karar alabilmek için iletişim sürecini de kısaltmış olmalıdır. Katılımcıların %56,5'ünün aile üyesi olması bu kanaati destekleyen bir veridir.

Araştırmada üçüncü olarak katılımcıların demografik değişkenlerine ait düzeylerine göre kurumsallaşma düzeyi ve örgütsel performans algısı arasındaki farklılıklar analiz edilmiştir. Katılımcıların çalıştıkları işletmenin yaşına, işletmenin hukuki statüsüne ve mülkiyet durumuna göre kurumsallaşma düzeyi ve örgütsel performans puan ortalamaları arasında bir farklılık saptanamamıştır. Örgütlerde çalışan kişi sayısı ile katılımcıların formel örgüt yapısı, stratejik planlama süreci ve örgütsel performans puan ortalamaları arasında anlamlı farklılıklar saptanmıştır.

101 ve üzerinde kişinin çalıştığı işletmelerde çalışan katılımcıların formel örgüt yapısı, stratejik planlama süreci ve örgütsel performans puan ortalamaları, daha az sayıda kişinin çalıştığı kişinin katılımcıların puan ortalamalarından anlamlı olarak yüksektir. Bu sonuç, çalışan sayısı arttıkça işletmelerde işlerin kurallara bağlandığı ve stratejik planlamanın kullanıldığı şeklinde yorumlanabilir. Formalleşme ve stratejik planlamanın kurumsallaşma düzeyinin iki önemli aracı olduğu düşünüldüğünde, katılımcıların kurumsallaşma düzeyi ile örgütsel performans algısı arasında bir bağ kurdukları sonucu çıkarılabilir.

İşletmeyi yöneten nesle göre katılımcıların profesyonelleşme ve karar alma şekli arasında anlamlı farklılıklar saptanmıştır. 1. nesil aile üyelerinin yönettiği işletmelerde, 1. nesil ve 2. neslin aile üyelerinin yönetimde birlikte buldukları işletmelere göre katılımcıların profesyonelleşme ve karar alma puan ortalamaları daha yüksektir. Bu sonuç, aile işletmelerinde farklı kuşakların yönetim anlayışı farklılıklarının ve işletmede koordinasyonun yeterince sağlanmadığının göstergesi olarak algılanabilir. Aile işletmelerinin ortalama ömrünün kısalığı düşünüldüğünde işletme sahip ve yöneticilerinin bu veriyi daha yakından analiz edip işletmeleri için gerekli önlemleri almaları uygun olacaktır.

*Araştırmanın Kısıtları.* Bu araştırma İstanbul ilinde faaliyet gösteren aile işletmeleri arasında 15 Ocak -30 Mart 2022 tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir. Araştırma sonuçları yorumlanırken coğrafi sınırlama ve ekonomik daralma koşulları sınırlılıklar oluşturmaktadır.

*Araştırmacılar İçin Öneriler.* Araştırmada kullanılan ölçeklerin geçerlilik ve güvenilirlikleri yüksektir. Araştırma değişkenleri arasında zayıf, orta ve güçlü düzeyde ilişkiler bulunmaktadır. Ölçüm modeli ve yapısal eşitlik modeli uyum değerleri uygundur. Birinci öneri, pandemi koşulları ve ekonomik daralmanın etkileri ortadan kalktıktan sonra araştırma aynı ölçekler ve model kullanılarak tekrarlanmasıdır. İkinci öneri, araştırma modeline yeni değişkenlerin eklenmesidir. Bu araştırmada kullanılan kuramsallaşma düzeyi değişken, örgütsel performanstaki değişimin %40'ını açıklamaktadır. İlave edilecek yeni bağımsız değişkenlerle varyanstaki değişimi açıklama oranı yükseltilebilir.

Kurumsallaşma ile örgütsel performans ilişkisi bütün araştırmalarda doğrulanmamaktadır. Araştırma modeline liderlik tarzı, örgütsel adanmışlık gibi aracı değişkenler; çevre koşulları gibi düzenleyici değişkenler eklenmek suretiyle araştırma yenilenebilir.

*Uygulayıcılar İçin Öneriler.* Bu araştırmada aile işletmelerinde kurumsallaşma düzeyi alt boyutları ile örgütsel performans arasında anlamlı düzeyde ilişkiler olduğu ortaya konulmuştur. Karar alma şekli, stratejik planlama süreci ve iç denetim boyutlarının örgütsel performans ile ilişkili olduğu görülmektedir. Etki analizinde, iç denetim boyutunun örgütsel performansı etkilediği belirtilmiştir. Bu bulgular, sadece ekonomik daralma koşullarında değil, ekonomin normale döndüğü koşullarda kurumsallaşmaya özen gösterilmesi gerekliliğine işaret etmektedir.



## KAYNAKÇA

- Ak, B. (2020). *Aile işletmelerinde kurumsallaşmanın işletme başarısına olan etkileri: Aydın ilinde faaliyet gösteren aile işletmeleri örneği*. Doktora tezi. Aydın: Aydın Menderes Üniversitesi.
- Akduman, G., & Hatipoğlu, Z. (2022). The importance of the family constitution in the institutionaziation of family business. Ö. Yazıcı içinde, *Organizational Behavior and Management in Family Businesses* (s. 79-103). Cambridge Scholars Publishing.
- AlQershi, N. (2021). Strategic thinking, strategic planning, strategic innovation and the performance of SMEs: The mediating role of human capital. *Management Science Letters*, 11, 1003-1012. doi:doi: 10.5267/j.msl.2020.9.042
- Apaydın, F. (2007). *Örgütlerde kurumsallaşma ve adaptif yeteneklerin pazarlama eylemlerine ve örgütsel performansa etkileri*. Kocaeli: Gebze Yüksek Teknoloji Enstitüsü.
- Apaydın, F. (2009). Kurumsal teori ve işletmelerin kurumsallaşması. *C.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 10(1), 1-22.
- Aslan, M. (2021). Organisational structure revisited. *BMIJ*, 9(1), 282-294. doi:doi: https://doi.org/10.15295/bmij.v9i1.1769
- Aydın, Ç. Ö. ve Tan, F. Z. (2019). Kurumsallaşma: Kavramsal bir inceleme. *ASOBİD*, 3(2), 225-235.
- Aylan, S. ve Koç, H. (2017). İşletmelerin kurumsallaşma kriterlerinin belirlenmesine yönelik bir ölçek geliştirme çalışması. *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 19(2), 564-585.
- Azizi, M. (2021). The effect of ownership and management structure on family businesses performance. *Cogent Business & Management*(8), 1-15. doi:https://doi.org/10.1080/23311975.2021.1872888
- Bakoğlu, R. (2001). Örgütsel performans kavramı ve gelişimi. *Öneri*, 4(15), 39-45.
- Baskan, T. D. (2020). Analyzing the going concern uncertainty during the period of covid-19 pandemic in terms of independent auditor's reports. *ISPEC Journal of Social Sciences & Humanities*, 4(2), 28-42. doi:doi.org/10.46291/ISPECIJSSHvol4iss2pp28-42
- Brown, M. W., & Cudeck, R. (1993). Alternative ways of assessing model fit. Testing structural equation models. *Testing structural equation models*(154), 136-162.
- Cetinkaya, A. S., Karayel, S. ve Tefek, A. (2018). The Effect of institutionalization on Firm performance. *Management and Business Research Quarterly*(6), 16-38. doi:DOI: 10.32038/mbrq.2018.06.03
- Ceylan, A. ve Anbar, A. (2014). *Modern işletmecilik*. Bursa: Ekin.
- Çelebi, M. E. (2019). Aile işletmelerinin sürdürülebilirliklerinde kurumsallaşmanın rolü. E. Baykal içinde, *Sürdürülebilir aile işletmeleri* (s. 1-50). Ankara: Gazi Kitabevi.
- D. George, D., & Mallery, M. (2010). *SPSS for windows step by step: a simple guide and reference, 17.0 update (10a ed.)*. Boston: Pearson.
- Daft, R. L. (2015). *Örgüt kuramları ve tasarımı anlamak*. (Ö. N. Özmen, Çev.) İstanbul: Nobel.
- Deloitte. (2016). *Aile şirketlerinde sürdürülebilir başarının anahtarı*. İstanbul: Akbank.

- Demirci, B. ve Tavacıoğlu, L. (2021). Developing a Scale to measure the institutionalization level of maritime family businesses. *Journal of ETA Maritime Science*, 243-255. doi:DOI: 10.4274/jems.2021.16680
- Dinçer, H. ve Yüksel, S. (2019). Aile şirketlerinde denetim. E. Baykal içinde, *Sürdürülebilir aile işletmeleri* (s. 305-332). Ankara: Gazi Kitabevi.
- Doyrangil, C. N. (2002). İşletme çevresindeki olumsuz gelişmeler karşısında iç denetimin yeri ve önemi. *Mali Çözüm Dergisi*, 33-42.
- Duran, C. ve Boz, D. (2021). Kurumsallaşmanın iş ve işletme performansına etkisi, *International Marmara Social Sciences Congress (Spring) 2021* (s. 358-362). Kocaeli : Imascongress.
- Emmy van Esch, Wei, L. Q., & Chiang, F. F. (2018). High-performance human resources practices and firm performance: the mediating roel of employees' competencies and the moderating role of climate for creativity. *The International Journal of Human Resource Management*, 29(10), 1683-1708. doi:https://doi.org/10.1080/09585192.2016.1206031
- Eryiğit, B. H. (2013). Stratejik planlama, stratejik planlamaya ilişkin alternatif yaklaşımlar ve stratejik yönetim okulları. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 4(8), 152-172.
- Garcia-Loperai, F., Santos-Jaen, J. M., Palacios-Manzano, M., & Ruiz-Palomo, D. (2022). Exploring the effect of professionalization risk-taking and technological innovation on business performance. *PLOS ONE*, 17(2), 1-19. doi:https://doi.org/10.1371/journal.pone.0263694
- Gonzalez-Cruz, T., Clemente-Almendros, J. A., & Puig-Denia, a. A. (2021). Family governance systems: the complementary role of constitutions and councils. *Economic Research-Ekonomska Istraživanja*. doi:https://doi.org/10.1080/1331677X.2020.1867603
- Grell, J., Meyer, H., Raddatz, F., & Pulham, S. (2021). Measuring the acceptance from commercial pilots towards the usage of flight data for predictive maintenance. *Deutscher Luft- und Raumfahrtkongress 2021*, (s. 1-7). doi:doi: 10.25967/550192
- Gül, H. (2012). *İşletmelerdeki kurumsallaşma düzeyinin işletme performansına etkisi: Konaklama işletmelerinde bir uygulama. Yüksek Lisans Tezi*. Neşhir: Nevşehir Üniversitesi.
- Hair, J., Astrachan, C., Moisescu, O., Radomir, L., Sarstedt, M., Vaithilingam, S., & Ringle, C. (2021). Executing and interpreting applications of PLS-SEM: Updates for family business researchers. *In Journal of Family Business Strategy*, 12(3). doi:https://doi.org/10.1016/j.jfbs.2020.100392
- IIA. (2022). Nisan 07). <https://www.theiia.org/>: <https://na.theiia.org/standards-guidance/mandatoryguidance/> adresinden alındı
- Jöreskog, K. G., & Sörbom, D. (1993). *LISREL 8: Structural equation modeling with the simpli*
- Kozcu (2020). *Organizational learning capability, organizational resilience, organizaional performance, and market turbulence: a moderated mediation model*, doktora tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü: İzmir.
- Marjański, A., & Sułkowski, Ł. (2021). Consolidation strategies of small family firms in Poland during the Covid-19 crisis. *Entrepreneurial Business and Economics Review*, 9(2), 167-182.

- McDonald, R. P., & Marsh, H. W. (1990). Choosing a multivariate model: Noncentrality and goodness of fit. *McDonald, R. P., & Marsh, H. W. (1 Psychological bulletin, 107(2), 247., 107(2), 247.*
- Mirze, S. K. (2014). *İşletmelerde stratejik planlama*, Nobel: Ankara.
- Öğüt, E. (2019). Yeni Türk Ticaret Kanunu ışığında kurumsallaşmanın firma performansı üzerindeki etkisi. *Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi SBE Dergisi, 9(2), 565-578.*
- Puyod, J. V., & Charoensukmongkol, P. (2021). *Corporate Communications: An International Journal, 26(4), 793-812.*
- Robbins, S. P. ve Judge, T. A. (2019). *Örgütsel Davranış*. (İ. Erdem, Çev.) İstanbul: Nobel.
- Robbins, S. P., Decenzo, D. A. ve Coulter, M. (2016). *Yönetimin Esasları*. (A. Öğüt, Çev.) İstanbul: Nobel.
- Scott, W. (1992). *Organizations rational, natural and open systems*. New Jersey: Prentice-Hall.
- Selimoğlu, S. K. ve Çalışkan, A. Ö. (2018). Başarılı ve uzun ömürlü aile şirketlerinin yol haritası: ile anayasası. *Muhasebe ve Denetim Bakış (53), 39-54.*
- Selimoğlu, S.K. ve Saldı, M. H. (2021). Covid-19 etkisinde sürdürülebilirliğin sağlanması ve iç denetimin değişen rotası. *Denetim, 11 (22), 5-14.*
- Smith&Williamson. (2016). *Family Business Survey 2017*. London: Smith & Williamson.
- Şahman, İ., Tengilimoğlu, D. ve Işık, O. (2008). özel hastanelerde yönetimin profesyonelleşmesinin kurumsallaşma sürecindeki etkisini belirlemeye yönelik alan çalışması. *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 12(10), 1-23.*
- Şanal, M. ve Kaya, A. F. (2018). Etkin girişimci işletmelerde kurumsallaşma ve belirsizlikten kaçınma ilişkisi üzerine bir araştırma. *Çukurova Üniversitesi İİBF Dergisi, 22(1), 115-126.*
- Şentürk, Ö. (2021). Türkiye’de iç denetim faaliyetlerinde dijital dönüşüm ve dijital dönüşümün önemi. *TİDE Academia Research(3), 157-186.*
- Ulukan, C. (2005). Girişimcilerin ve profesyonel yöneticilerin kurumsallaşma perspektifi. *Sosyal Bilimler Dergisi(2), 29-52.*
- Ülkem, A. (2020). *Kurumsallaşma ve performans ilişkisi: Eskişehir ili örneği. Yüksek Lisans Tezi*. Kütahya: Dumlupınar Üniversitesi.
- Yazıcıoğlu, İ. ve Koç, H. (2009). Aile işletmelerinin kurumsallaşma düzeylerinin belirlenmesine yönelik karşılaştırmalı bir araştırma. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi(21), 497-507.*
- Yılmaz, A. (2021). Küçük ve orta ölçekli aile işletmeleri: Gelecek nesillere bayrak teslimi. A. Candemir ve Ç. Bulut, Ç. içinde, *KOBİ (s. 3-19)*. Ankara: Detay Yayınları.
- Zito, M., Ingusci, E., Cortese, C., Giancaspro, M., Manuti, A., Molino, M., Russo, V. (2021). Does the end justify the means? The role of organizational communication among work-from-home employees during the COVID-19 Pandemic. *International Journal of Environmental Research and Public Health, 18(3933), 1-20. doi:https://doi.org/10.3390/ijerph18083933*

Geliş Tarihi:  
30.12.2021  
Kabul Tarihi:  
27.05.2022  
Yayımlanma Tarihi:  
15.06.2022

Kaynakça Gösterimi: Akbulut, S., Üzüm, B., & Pesen, A. (2022). İngilizce dersi öğretim programında belirtilen temel değerler çerçevesinde 5. sınıf İngilizce dersi kitaplarının incelenmesi. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 21(43), 528-565. doi: 10.46928/iticusbe.1050724


## İNGİLİZCE DERSİ ÖĞRETİM PROGRAMINDA BELİRTİLEN TEMEL DEĞERLER ÇERÇEVESİNDE 5. SINIF İNGİLİZCE DERSİ KİTAPLARININ İNCELENMESİ

*Araştırma*

Salih Akbulut 

MEB



[salihakbulut@windowslive.com](mailto:salihakbulut@windowslive.com)

Burhan Üzüm 

Siirt Üniversitesi

Sorumlu Yazar (Correspondence)

[uzum\\_b@siirt.edu.tr](mailto:uzum_b@siirt.edu.tr)

Ata Pesen  

Siirt Üniversitesi

[atapesen@siirt.edu.tr](mailto:atapesen@siirt.edu.tr)

İngilizce Öğretmenliği yapan Salih Akbulut, Siirt Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Eğitim Programları ve Öğretim alanında yüksek lisans öğrencisidir.

Öğretim Görevlisi Burhan Üzüm, Siirt Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksek Okulunda Uygulamalı İngilizce ve Çevirmenlik Programında öğretim görevlisidir. İnönü Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Eğitim Programları ve Öğretim Bilim dalında Doktora öğrenimi devam etmekte, alanında akademik çalışmaları bulunmaktadır.

Doç. Dr. Ata Pesen, Siirt Üniversitesi Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri bölümünde öğretim üyesidir. Uzmanlık alanları arasında olan eğitim programları ve öğretim, öğretmen yetiştirme, eğitim felsefesi, hayat boyu öğrenme ve yetişkin eğitimi alanında ders vermekte, bu alanlarda araştırmalar yayınlamakta, lisans ve lisansüstü dersler vermektedir.

# İNGİLİZCE DERSİ ÖĞRETİM PROGRAMINDA BELİRTİLEN TEMEL DEĞERLER ÇERÇEVESİNDE 5. SINIF İNGİLİZCE DERSİ KİTAPLARININ İNCELENMESİ

Salih Akbulut  
[salihakbulut@windowslive.com](mailto:salihakbulut@windowslive.com)  
Burhan Üzüm  
[uzum\\_b@siirt.edu.tr](mailto:uzum_b@siirt.edu.tr)  
Ata Pesen  
[atapesen@siirt.edu.tr](mailto:atapesen@siirt.edu.tr)

## Özet

**Amaç:** Bu çalışmanın temel amacı, İngilizce dersi öğretim programında belirtilen temel değerler (arkadaşlık, adalet, dürüstlük, öz-denetim, sabır, saygı, sevgi, sorumluluk, vatanseverlik ve diğerkâmlık) çerçevesinde 5. sınıf İngilizce dersi kitaplarını incelemektir.

**Yöntem:** Bu araştırmada analiz edilmesi gereken birden fazla alt tabaka veya alt birim (İngilizce Ders kitapları ve İngilizce Öğretim Programı) olduğundan durum çalışması desenlerinden “iç içe geçmiş tek durum deseni” kullanılmıştır. Bu çerçevede, verilerin toplanması sürecinde öncelikle hangi dokümanların incelenmesi gerektiğine karar verilmiştir. Bu çalışmada doküman olarak 5. sınıf İngilizce Dersi Öğretim Programı, 2020-2021 eğitim-öğretim yılında devlet okullarının 5. sınıf kademesinde okutulmasına karar verilen İngilizce 5 ve Happy English 5 olmak üzere iki farklı kitap belirlenmiştir. Verilerin analizinde, nitel veri analiz sürecinde doküman incelemesine uygun olarak içerik analizi tekniği kullanılmıştır. Bu doğrultuda, verilerin analizinde betimsel istatistik yöntemlerinden frekans ve yüzde tablolarına ek olarak sıklık grafiklerinden de yararlanılmıştır.

**Bulgular:** Yapılan analizler sonucunda hem Özel Yayın hem de Millî Eğitim Yayını ders kitaplarında değerlerin neredeyse eşit sayıda vurgulandığı ancak bu değerlerin en çok vurgulandığı ünitelerin kitaplara göre farklılaştığı sonucuna ulaşılmıştır. Öte yandan, Happy English 5 kitabında İngilizce dersi öğretim programında belirtilen adalet, dürüstlük, sabır ve diğerkâmlık değerlerine yer verilmediği tespit edilmiştir. İngilizce 5 kitabında ise adalet, sabır ve diğerkâmlık değerlerine yer verilmediği, dürüstlük değerine ise sadece 1 kez yer verildiği belirlenmiştir.

**Özgünlük:** Bu çalışma, İngilizce öğretim programındaki değerlerin ders kitaplarına ne kadar yansıtıldığını varsa ihmal edilen değerlerin neler olduğunu belirlemek ve bu konuda alanyazına katkı sağlamak bakımından özgün bir makaledir. Dolayısıyla, İngilizce dersi için hazırlanacak olan kitaplarda programda öngörülen değerlere daha fazla yer verilmesi konusunda program geliştiricilere yol göstereceği düşünülmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** İngilizce Dersi, Temel Değerler, Ders Kitapları, Öğretim Programı, Dil Öğretimi, Kitap Değerlendirmesi

**JEL Sınıflandırması:** I280

# **ANALYZING FIFTH GRADE ENGLISH TEXTBOOKS IN ACCORDANCE WITH THE VALUES IN THE ENGLISH LANGUAGE TEACHING CURRICULUM**

## **Abstract**

**Purpose:** This paper scrutinizes the 5th grade English textbooks within the framework of the basic values (friendship, justice, honesty, self-control, patience, respect, love, responsibility, patriotism and altruism).

**Method:** In this study "embedded single case design", one of the case study designs was used as there was more than one sub-layer or sub-unit (English Textbooks and English Curriculum) to be analyzed. In such studies, it is necessary to decide which documents should be examined first. Thus, two different books-English 5 and Happy English 5- which were decided to be taught in the 5th grade at public schools within the scope of 5th grade English Teaching Curriculum during 2020/2021 academic year were determined as documents. Content analysis technique was used in accordance with the document analysis in the qualitative data analysis process. For this purpose, in addition to frequency and percentage tables, which are descriptive statistical methods, frequency graphs were also used in the analysis of the data.

**Findings:** As a result of the analyzes, it has been concluded that the values in both Private Publisher and National Education Ministry Publication textbooks are almost equally emphasized but the units in which these values are emphasized the most differ according to the textbooks. However, it has been observed that the values of justice, honesty, patience and altruism specified in the English curriculum are not included in the Happy English 5 book. it has been discovered that the values of justice, patience and altruism were not included in the English 5 book as well; however, the value of honesty was included only once.

**Originality:** This study is an original article in terms of determining how much the values in the English curriculum are reflected in the textbooks, and what the neglected values are and contributing to the literature on this subject. Therefore, it is thought that it will guide the curriculum developers in giving more place to the values envisioned in the curriculum in textbooks to be prepared for the English course.

**Keywords:** English Language, Key Values, Textbooks, Educational Curriculum, Language Teaching, Textbook Evaluation

**JEL Classification:** I280

## GİRİŞ

Dil, duygunun, düşüncenin, bakış açılarının, yaşam biçimlerinin en genel anlamıyla bireylerin sahip olduğu hayat tezahürlerinin belli bir cisme bürünerek görünürlük kazanmasını sağlayan önemli bir araçtır. Toplumda var olan kültürel değerlerin aktarımını mümkün kılan dil, toplumun özelliklerini en iyi şekilde yansıtan bir araçtır (Göçer, 2013). Değerlerin oluşumunda ve aktarılmasında önemli bir unsur olan dilin toplumu oluşturan her bir fert üzerinde duygusal, zihinsel tutum, tarih ve kültür algısı ile metafiziksel kabul açısından önemli bir etkisi vardır (Yeşil, 2016). Nitekim bütün diller yeni bir yaşam ve düşünce şekline sahip olduğundan, yeni bir dil öğrenmek aynı zamanda öğrenilen dilin kültürünü, yaşam ve düşünce şeklini de öğrenmek anlamına gelmektedir. Bu yüzden yabancı dil edinim sürecinde bireyler, Millî ve evrensel değerlerle birlikte, farklı kültürleri ve değerleri tanıma fırsatı bulmaktadır. Bireyler farklı kültürleri ve kendi kültürlerini tanımakla kalmayıp, kendi duygu ve düşüncelerini başkalarına aktarma ve başkalarını anlama noktasında gelişim sağlamak ve değer oluşturma konusunda daha açık hale gelebilmektedir.

Yalar ve Yalpan-Yelken'e (2011) göre toplumun bir parçası olan insanı ilgilendiren birçok disiplinin merceğine takılan değer kavramı, Türk Dil Kurumu ([TDK], 2021) sözlüğünde, "üstün nitelik, meziyet" ya da başka bir anlamıyla "kişinin isteyen, gereksinim duyan bir varlık olarak nesne ile bağlantısında beliren şey" olarak tanımlanmıştır. Değerler, neyin iyi ve neyin kötü olduğu; kişinin çevresiyle nasıl ilişki kurduğu fikrine dayanan yargılardır (Veugelers ve Vedder, 2003). Schwartz'a (1987) göre değerler, arzu edilen son durumların aşılmasında, davranış ve olayların seçimi ya da değerlendirilmesine rehberlik eden ve bunları önem sırasına göre düzenleyen fikir ve inançlardır. Bir davranış değiştirme süreci olarak kabul edilen eğitim açısından ele alındığında, değerlerin hem eğitim teorisi hem de okulların pratik etkinliklerinin merkezinde yer almasının iki nedenden gerekli olduğu belirtilmektedir (Halstead, 1996). Bunlardan ilki, okullar ve öğretmenlerin; aile, medya ve akran grubunun yanı sıra, çocukların, gençlerin ve dolayısıyla toplumun genel olarak gelişen değerleri üzerinde büyük bir etkiye sahip olduğu; ikincisi, okulların toplumun değerlerini yansıtmaya somutlaştırma aşamasında değerler eğitiminin etkili olduğudur. Bu yönüyle değerler eğitimi, bireylerin akademik odaklarını ve başarılarını güçlendirmelerini de içine alacak şekilde; olumlu, etik, topluma hitap eden eğilimlerin ve yeterliliklerin gelişimini teşvik etmek için okullarda pedagojik ve destekleyici yapılar oluşturma girişimidir (Berkowitz, 2011).

Halstead (1996) değerler eğitiminde; uygun değerlerin seçiminin, okullar, öğretmenler ya da eğitim temsilcileri tarafından yapılmasına ve seçilen bu değerlerin bireylere aktarımının; öğretim programı, öğretim programında belirlenen temalar, örtük program, okul dışı etkinlikler ve spor etkinlikleri gibi birçok faaliyet ile çeşitlendirilebileceğine vurgu yapmaktadır. Bu yüzden, değerlerin öğretim programlarında yer alması önemli görülmektedir (Alpar, 2013).

2018 yılında Türk Millî Eğitiminin genel amaçları doğrultusunda temel beceriler ve değerler eğitimi kapsayacak şekilde gözden geçirilip, yenilenmiş olan İngilizce Öğretim Programları, diğer çağdaş

yabancı dil programları gibi iletişimsel becerilere odaklanmaktadır. İletişimsel becerilere odaklanan öğretim programında ise değerler eğitimi gibi temel yeterliliklerin programa dahil edilmesi bir zorunluluk haline gelmektedir. Nitekim bireylerin hem toplumda hem de okulda birçok durum için neyin doğru ya da neyin yanlış olduğuyla ilgili yargılara varmaları gerekmektedir. Bu yargılara varabilmek ve değerler hakkında başkaları ile tartışabilmek için bilişsel becerilerin yanında iletişimsel becerilere de ihtiyaç vardır (Veugeliers ve Vedder, 2003). Bu çerçevede, İngilizce Öğretim Programı temel yeterlilikleri ve değerleri kapsayacak şekilde üniteler ve temalar halinde gözden geçirilerek, özellikle ders kitabı yazarları ve öğretmenlere daha etkili bağlamsal seçenekler sunarak, tamamlayıcı ve ek materyaller hazırlamalarına olanak sağlamaktadır. Yenilenen İngilizce Öğretim Programında daha önceki öğretim programından farklı olarak değerler eğitimine odaklanılmış ve öğrenme çıktılarıyla birlikte öğrencilere aktarılması hedeflenen temel değerler şu şekilde belirlenmiştir: arkadaşlık (friendship), adalet (justice), dürüstlük (honesty), öz-denetim (self-control), sabır (patience), saygı (respect), sevgi (love), sorumluluk (responsibility), vatanseverlik (patriotism) ve diğerkâmlık (altruism) (Millî Eğitim Bakanlığı [MEB], 2018).

Öğretim programlarında yer alan temel amaç ve hedeflere ulaşmak ve öğretim programlarında yer alan kazanımları, kavramları, değer ve becerileri öğrencilere ulaştırmak amacı ile okullarda okutulan temel eğitim materyalleri ders kitaplarıdır (Doğan ve Torun, 2018: 112). Ders kitapları, yerleşik sosyal ve kültürel değerlerin doğrudan ya da dolaylı bir şekilde aktarılmasını sağlamaktadır. Ders kitaplarındaki bu özellik, açıkça ifade edilmese de herhangi bir ders programının bir bileşeni oluşturduğu programın bir parçasıdır. Öğretim programı ve öğretim materyalleri, sosyal yapıyı ve değerleri örtülü veya açık bir şekilde aktarmaktadır (Ulum ve Bada, 2016). Bu bağlamda, ders kitabı yazarlarından ve materyal geliştiricilerinden, etkili bağlam seçimleri yaparak öğretim programında belirtilen değerlere ve temel yeterliliklere değinmeleri, öğretim programında dolaylı olarak gösterilen değerleri ve temel yeterlilikleri ders materyallerine dahil etmeleri beklenir (MEB, 2018). Nitekim, eğitimde politika geliştiricilerinin de yeni durumlara uyum gösterme ve gerekli tedbirleri alma hususunda dikkatli olmaları beklenmektedir (Usta, Demirtaş ve Demir, 2013).

### **Araştırmanın Amacı**

Bu çalışmada, MEB'in 2020-2021 eğitim-öğretim yılında devlet okullarında okutulmasına karar verdiği ortaokul 5. sınıf İngilizce dersi kitaplarının öğretim programında yer alan değerler çerçevesinde incelenmesi amaçlanmıştır.

Bu temel amaç doğrultusunda aşağıdaki sorulara da yanıt aranmıştır:

1. İngilizce Dersi Öğretim Programında belirtilen temel değerler çerçevesinde, İngilizce 5 ders kitabındaki ünitelerde yer verilen değerler nelerdir?
2. İngilizce Dersi Öğretim Programında belirtilen temel değerler çerçevesinde, İngilizce 5 ders kitabı ünitelerinde yer verilen değerlerin dağılımı nasıldır?



3. İngilizce Dersi Öğretim Programında belirtilen temel değerler çerçevesinde, Happy English 5 ders kitabındaki ünitelerde yer verilen değerler nelerdir?
4. İngilizce Dersi Öğretim Programında belirtilen temel değerler çerçevesinde, Happy English 5 ders kitabı ünitelerinde yer verilen değerlerin dağılımı nasıldır?

## YÖNTEM

### *Araştırmanın Deseni*

Bu araştırmada analiz edilmesi gereken birden fazla alt tabaka veya alt birim (İngilizce Ders kitapları ve İngilizce Öğretim Programı) olduğundan durum çalışması desenlerinden “iç içe geçmiş tek durum deseni” (Yıldırım ve Şimşek, 2018) kullanılmıştır.

### *Verilerin Toplanması/İşlem*

Verilerin toplanması sürecinde öncelikle hangi dokümanların incelenmesi gerektiğine karar verilmesi gerektiği belirtilmektedir (Sözer ve Aydın, 2020: 260). Bu çalışmada doküman olarak 5. sınıf İngilizce Dersi Öğretim Programı, Talim Terbiye Kurulu Başkanlığı (TTKB) tarafından 2020-2021 eğitim-öğretim yılında devlet okullarının 5. sınıf kademesinde okutulmasına karar verilen İngilizce 5 (Yalçın, Genç, Orhon ve Şahin, 2019) ve Happy English 5 (Ceylan, Gümüş ve Kabukçu, 2019) olmak üzere iki farklı kitap belirlenmiştir. İngilizce 5 (Yalçın vd., 2019) ders kitabı; Adana, Ankara, Antalya, Bursa, Elâzığ, Eskişehir, Gaziantep, Hatay, İzmir, Kahramanmaraş ve Konya olmak üzere toplamda 11 ilde okutulurken, Happy English 5 (Ceylan vd., 2019) ders kitabı ise geriye kalan 70 ilde okutulmaktadır. Happy English 5 kitabı Özel Yayın kitabı iken, İngilizce 5 kitabı ise Millî Eğitim Bakanlığı kitabıdır. MEB (2018) tarafından yenilenen İngilizce Dersi Öğretim Programının, değerler eğitimine odaklanması bakımından önceki öğretim programlarından farklı olması ve 2020-2021 eğitim-öğretim yılında aynı sınıf düzeyinde farklı yayınlara ait kitapların okutulması, ülke genelinde 5. Sınıf düzeyinde okutulan kitaplarda yer verilen değerlerin de farklı olabileceği düşünülmüştür. Bu doğrultuda, MEB’in (2018) İngilizce Dersi Öğretim Programında yer alan temel değerler (arkadaşlık, adalet, dürüstlük, öz-denetim, sabır, saygı, sevgi, sorumluluk, vatanseverlik ve diğerkâmlık [özgecilik]) çerçevesinde 5. sınıf düzeyindeki iki kitap ünite bazlı incelenmiştir.

### *Geçerlik ve Güvenirlik*

Geçerlilik, araştırmaların gerçekte ölçmek istenilen konu ile ilgili olup olmadığını içermektedir (Batdı ve Oral, 2020). Çalışmanın geçerliliğini sağlayabilmek için veri toplama kaynağı olarak kullanılacak iki adet kitapta bulunan tüm üniteler analize tabi tutulacak doküman olarak belirlenmiştir. Çalışmanın güvenilirliğinin sağlanmasına yönelik ise veri kaynağı olarak kullanılan iki adet 5. sınıf İngilizce dersi kitabından rastgele seçilen 20 sayfa, alanında uzman bir İngilizce öğretmeni ve araştırmacının kendisi tarafından İngilizce Öğretim Programında belirtilen temel değerler çerçevesinde incelenmiştir. Buradan elde edilen görüşlere Miles ve Huberman’ın (1994) görüş birliği formülü uygulanmış ve

sonuç %89,4 çıkmıştır. İç tutarlılığı veren kodlama denetimine göre kodlayıcılar arası görüş birliğinin en az %80 olması (Baltacı, 2017) çalışmanın güvenilir olduğunu göstermektedir.

### ***Verilerin Analizi***

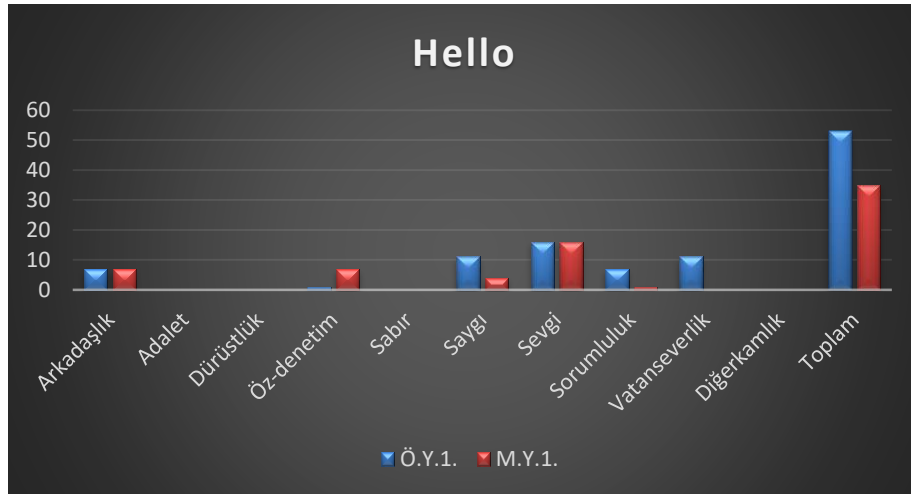
Nitel veri analizi, toplanan verileri bilgiye dönüştürme işlemi olup, keşifsel bir süreçtir. Nitel veri analizinde toplanan verilerin sistematik hale getirilmesi, kodlanması ve okuyucuya sunulması gerekmektedir (Sözer ve Aydın, 2020). Bu bağlamda verilerin analizinde, nitel veri analiz sürecinde doküman incelemesine uygun olarak içerik analizi tekniği kullanılmıştır. Yıldırım ve Şimşek'e (2018) göre içerik analizi tekniğinde temel amaç, toplanan verileri açıklayabilecek kavramlara ve ilişkilere ulaşarak; verileri tanımlamaya, verilerin içinde saklı olabilecek gerçekleri ortaya çıkarmaktır. İçerik analizi; (1) verilerin kodlanması, (2) temaların bulunması, (3) kodların ve temaların düzenlenmesi ve (4) bulguların tanımlanması ve yorumlanması şeklinde dört aşamadan oluşmaktadır. Bu doğrultuda, 5. sınıf İngilizce Dersi Öğretim Programında yer alan temel değerler çerçevesinde her iki kitaptaki değerler, ünite bazında incelenerek değerler tablosu ve değerler sıklık grafiği oluşturulmuştur. Sönmez ve Alacapınar (2019) içerik analizi sürecinde verilerin sayısal olarak sunulabileceğini belirtmektedir. Bu doğrultuda, verilerin analizinde betimsel istatistik yöntemlerinden frekans ve yüzde tablolarına ek olarak sıklık grafiklerinden de yararlanılmıştır.

## **BULGULAR**

Bu bölümde; temel değerler çerçevesinde incelenen iki kitabın karşılaştırılmalı sıklık grafiklerine ve tablolarına, her iki kitaptan elde edilen değerlere yönelik kanıt örneklerine yer verilmiştir. Sıklık grafiklerinde yer alan Ö.Y.1. kodunun açılımı, Özel Yayınlar 1. Ünite ve M.Y.1. kodunun açılımı da MEB Yayınları 1. Ünite şeklindedir.

### ***Hello (Merhaba) Ünitesi***

Hello (Merhaba) ünitesinde tespit edilen değerlere ilişkin sıklık grafiği Grafik 1'de, temel değerlere ilişkin dağılımlar Tablo 1'de verilmiştir.



**Grafik 1.** Hello Ünitesinde Tespit Edilen Değerlerin Sıklık Grafiği

Grafik 1’de görüldüğü üzere, Hello ünitesinde temel değerlere Özel Yayın (Ö.Y.) ders kitabında MEB Yayınları (M.Y.) ders kitabına göre daha çok vurgu yapıldığı görülmektedir.

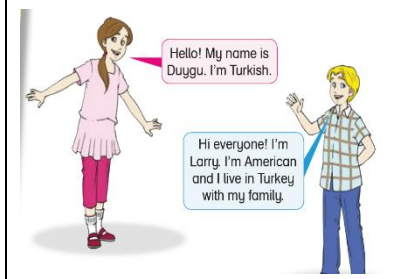
**Tablo 1.** Hello Ünitesinde Tespit Edilen Değerlerin Dağılımı

|               | <b>Hello</b>      |            |                   |            |
|---------------|-------------------|------------|-------------------|------------|
|               | <b>Özel Yayın</b> |            | <b>MEB Yayını</b> |            |
|               | f                 | %          | f                 | %          |
| Arkadaşlık    | 7                 | 13,21      | 7                 | 20         |
| Adalet        | -                 | -          | -                 | -          |
| Dürüstlük     | -                 | -          | -                 | -          |
| Öz-denetim    | 1                 | 1,89       | 7                 | 20         |
| Sabır         | -                 | -          | -                 | -          |
| Saygı         | 11                | 20,75      | 4                 | 11,43      |
| Sevgi         | 16                | 30,19      | 16                | 45,71      |
| Sorumluluk    | 7                 | 13,21      | 1                 | 2,86       |
| Vatanseverlik | 11                | 20,75      | -                 | -          |
| Diğerkâmlık   | -                 | -          | -                 | -          |
| <b>TOPLAM</b> | <b>53</b>         | <b>100</b> | <b>35</b>         | <b>100</b> |

Tablo 1 incelendiğinde, Hello ünitesinde arkadaşlık değerinin hem Ö.Y. ders kitabında hem de M.Y. ders kitabında 7 kez vurgulandığı ancak, M.Y. ders kitabındaki arkadaşlık değerinin yüzdesinin (%20), Ö.Y. ders kitabındaki arkadaşlık değeri yüzdesine (%13,21) göre daha yüksek çıktığı görülmektedir. Her iki kitapta da arkadaşlık değerine eşit sayıda vurgu yapılmasına rağmen yüzdeliklerinin farklılaşması, Ö.Y. ders kitabında toplam değer sayısının 53, M.Y. ders kitabında ise toplam değer sayısının 35 olmasından kaynaklanmaktadır. Öz-denetim değerine Ö.Y. ders kitabında 1 kez, M.Y. ders kitabında ise 7 kez vurgu yapılmış olup, M.Y. ders kitabındaki öz-denetim değerinin yüzdesinin (%20) Ö.Y. ders kitabındaki öz-denetim değeri yüzdesine (%1,89) göre daha yüksek çıktığı görülmektedir. Saygı değerine Ö.Y. ders kitabında 11 kez, M.Y. ders kitabında ise 4 kez vurgu yapılmış olup, Ö.Y. ders kitabında saygı değerinin yüzdesinin (%20,75), M.B. ders kitabındaki saygı değeri yüzdesine (%11,43) göre daha yüksek çıktığı görülmektedir. Sevgi değerinin hem Ö.Y. ders kitabında hem de M.Y. ders kitabında 16 kez vurgulandığı ancak, M.Y. ders kitabındaki sevgi değerinin yüzdesinin (%45,71), Ö.Y. ders kitabındaki sevgi değeri yüzdesine (%30,19) göre daha yüksek çıktığı görülmektedir. Sorumluluk değerine Ö.Y. ders kitabında 7 kez M.Y. ders kitabında ise 1 kez vurgu yapılmış olup, Ö.Y. ders kitabındaki sorumluluk değerinin yüzdesinin (%13,21), M.Y. ders kitabındaki sorumluluk değeri yüzdesine (%2,86) göre daha yüksek çıktığı görülmektedir. Vatanseverlik değerine Ö.Y. ders kitabında sadece 11 kez vurgu yapılmış olup, Ö.Y. ders kitabındaki vatanseverlik değerinin yüzdesi %20,75 olarak görülmektedir. Adalet, dürüstlük, sabır ve diğerkâmlık değerlerinin hem Ö.Y. hem de M.Y. ders kitaplarında tespit edilemediği görülmektedir. Hello ünitesinde temel değerlere Ö.Y. ders kitabında toplamda 53 kez, M.Y. ders kitabında ise 35 kez vurgu yapıldığı görülmektedir. Buna göre; Hello ünitesinde temel değerlere en çok vurgu yapan

kitabın Ö.Y. ders kitabı olduğu görülmektedir. Ayrıca, Hello ünitesinde hem Ö.Y. hem de M.Y. ders kitabında sevgi değerinin ön plana çıkarılmak istendiği görülmektedir.

Hello ünitesinde Ö.Y. ders kitabındaki temel değerlere yönelik tespit edilen kanıtların örnekleri şu şekildedir:



**Resim 1.** s.8 arkadaşlık



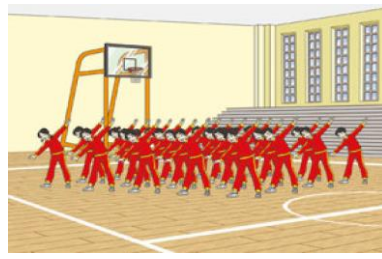
**Resim 2.** s.9 vatanseverlik



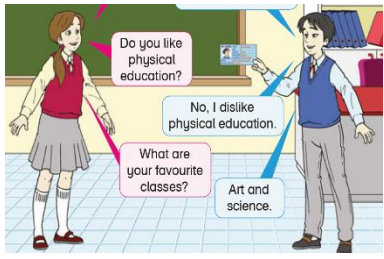
**Resim 3.** s.11 saygı



**Resim 4.** s.15 sorumluluk

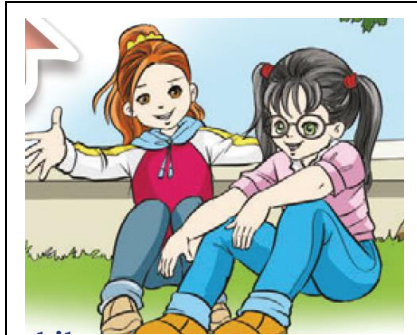


**Resim 5.** s.15 sevgi

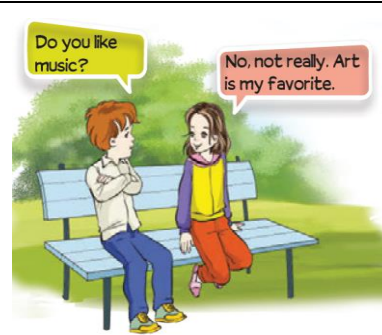


**Resim 6.** s.16 öz-denetim

Hello ünitesinde M.Y. ders kitabındaki temel değerlere yönelik tespit edilen kanıtların örnekleri şu şekildedir:



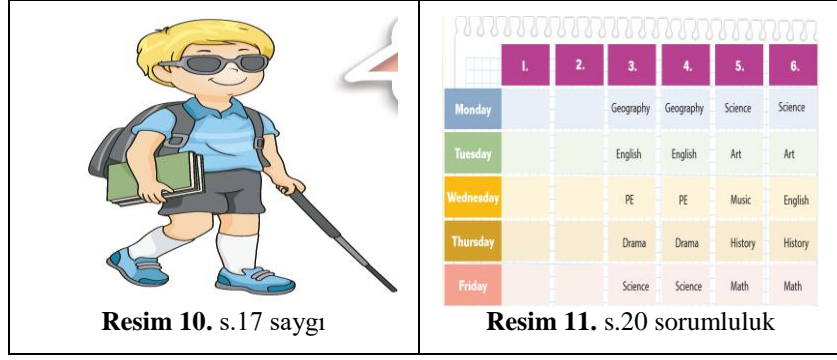
**Resim 7.** s.13 arkadaşlık



**Resim 8.** s.16 öz-denetim

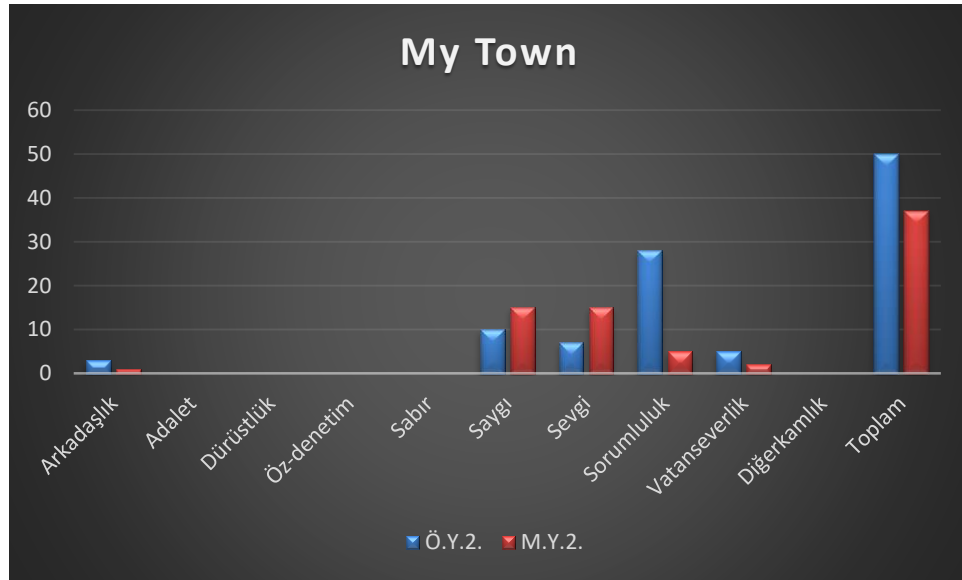


**Resim 9.** s.16 sevgi



### My Town (Benim Şehrim) Ünitesi

My Town (Benim Şehrim) ünitesinde tespit edilen değerlere ilişkin sıklık grafiği Grafik 2’de, temel değerlere ilişkin dağılımlar Tablo 2’de verilmiştir.



**Grafik 2.** My Town Ünitesinde Tespit Edilen Değerlerin Sıklık Grafiği

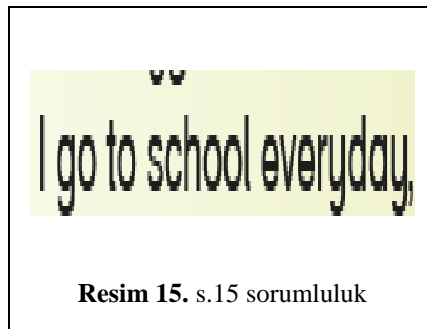
Grafik 2’de görüldüğü üzere, My Town ünitesinde temel değerlere Ö.Y. ders kitabında M.Y. ders kitabına göre daha çok vurgu yapıldığı görülmektedir.

**Tablo 2.** My Town Ünitesinde Tespit Edilen Değerlerin Dağılımı

|                | My Town    |            |            |            |
|----------------|------------|------------|------------|------------|
|                | Özel Yayın |            | MEB Yayını |            |
|                | f          | %          | f          | %          |
| Arkadaşlık     | -          | -          | -          | -          |
| Adalet         | -          | -          | -          | -          |
| Dürüstlük      | -          | -          | -          | -          |
| Öz-denetim     | -          | -          | -          | -          |
| Sabır          | -          | -          | -          | -          |
| Saygı          | 10         | 20         | 15         | 40,54      |
| Sevgi          | 7          | 14         | 15         | 40,54      |
| Sorumluluk     | 28         | 56         | 5          | 13,51      |
| Vatanserverlik | 5          | 10         | 2          | 5,41       |
| Diğerkâmlık    | -          | -          | -          | -          |
| <b>TOPLAM</b>  | <b>50</b>  | <b>100</b> | <b>37</b>  | <b>100</b> |

Tablo 2 incelendiğinde, My Town ünitesinde saygı değerine Ö.Y. ders kitabında 10 kez, M.Y. ders kitabında ise 15 kez vurgu yapılmış olup, M.Y. ders kitabındaki saygı değerinin yüzdesinin (%40,54) Ö.Y. ders kitabındaki saygı değeri yüzdesine (%20) göre daha yüksek çıktığı görülmektedir. Sevgi değerine Ö.Y. ders kitabında 7 kez, M.Y. ders kitabında ise 15 kez vurgu yapılmış olup, M.Y. ders kitabındaki sevgi değerinin yüzdesinin (%40,54), Ö.Y. ders kitabındaki sevgi değeri yüzdesine (%14) göre daha yüksek çıktığı görülmektedir. Sorumluluk değerine Ö.Y. ders kitabında 28 kez, M.Y. ders kitabında ise 5 kez vurgu yapılmış olup, Ö.Y. ders kitabındaki sorumluluk değerinin yüzdesinin (%56), M.Y. ders kitabındaki sorumluluk değeri yüzdesine (%13,51) göre daha yüksek çıktığı görülmektedir. Vatanseverlik değerine Ö.Y. ders kitabında 5 kez, M.Y. ders kitabında ise 2 kez vurgu yapılmış olup, Ö.Y. ders kitabındaki vatanseverlik değerinin yüzdesinin (%10), M.Y. ders kitabındaki vatanseverlik değeri yüzdesine (%5,41) göre daha yüksek çıktığı görülmektedir. Arkadaşlık, adalet, dürüstlük, öz-denetim, sabır ve diğerkâmlık değerlerinin hem Ö.Y. hem de M.Y. ders kitaplarında tespit edilemediği görülmektedir. My Town ünitesinde temel değerlere Ö.Y. ders kitabında toplamda 50 kez, M.Y. ders kitabında ise 37 kez vurgu yapıldığı görülmektedir. Buna göre; My Town ünitesinde temel değerlere en çok vurgu yapan kitabın Ö.Y. ders kitabı olduğu görülmektedir. Ayrıca, My Town ünitesinde Ö.Y. ders kitabında sorumluluk değeri ön plana çıkarılmak istenirken, M.Y. ders kitabında ise saygı ve sevgi değerlerinin ön plana çıkarılmak istendiği görülmektedir.

My Town ünitesinde Ö.Y. ders kitabındaki temel değerlere yönelik tespit edilen kanıtların örnekleri şu şekildedir:

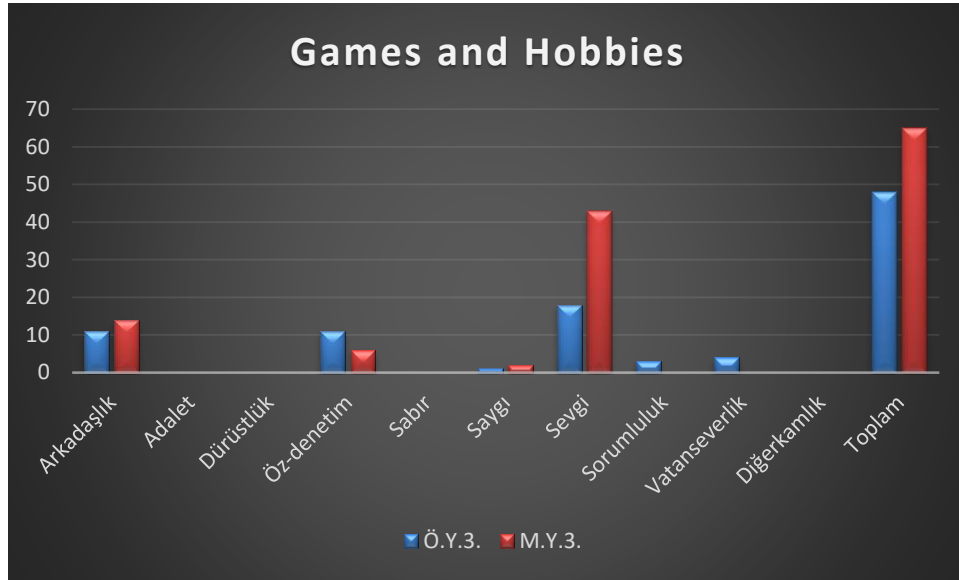


My Town ünitesinde M.Y. ders kitabındaki temel değerlere yönelik tespit edilen kanıtların örnekleri şu şekildedir:



### *Games and Hobbies (Oyunlar ve Hobiler) Ünitesi*

Games and Hobbies (Oyunlar ve hobiler) ünitesinde tespit edilen değerlere ilişkin sıklık grafiği Grafik 3'te, temel değerlere ilişkin dağılımlar Tablo 3'te verilmiştir.



**Grafik 3.** Games and Hobbies Ünitesinde Tespit Edilen Değerlerin Sıklık Grafiği

Grafik 3'te görüldüğü üzere, Games and Hobbies ünitesinde temel değerlere M.Y. ders kitabında Ö.Y. ders kitabına göre daha çok vurgu yapıldığı görülmektedir.

**Tablo 3.** Games and Hobbies Ünitesinde Tespit Edilen Değerlerin Dağılımı

|               | Özel Yayın |            | MEB Yayını |            |
|---------------|------------|------------|------------|------------|
|               | f          | %          | f          | %          |
| Arkadaşlık    | 11         | 22,92      | 14         | 21,54      |
| Adalet        | -          | -          | -          | -          |
| Dürüstlük     | -          | -          | -          | -          |
| Öz-denetim    | 11         | 22,92      | 6          | 9,23       |
| Sabır         | -          | -          | -          | -          |
| Saygı         | 1          | 2,08       | 2          | 3,08       |
| Sevgi         | 18         | 37,50      | 43         | 66,15      |
| Sorumluluk    | 3          | 6,25       | -          | -          |
| Vatanseverlik | 4          | 8,33       | -          | -          |
| Diğerkâmlık   | -          | -          | -          | -          |
| <b>TOPLAM</b> | <b>48</b>  | <b>100</b> | <b>65</b>  | <b>100</b> |

Tablo 3 incelendiğinde, Games and Hobbies ünitesinde arkadaşlık değerine Ö.Y. ders kitabında 11 kez, M.Y. ders kitabında ise 14 kez vurgu yapılmış olup, Ö.Y. ders kitabındaki arkadaşlık değerinin yüzdesinin (%22,92), M.Y. ders kitabındaki arkadaşlık değerinin yüzdesine (%21,54) göre daha yüksek çıktığı görülmektedir. Öz-denetim değerine Ö.Y. ders kitabında 11 kez, M.Y. ders kitabında ise 6 kez vurgu yapılmış olup, Ö.Y. ders kitabındaki öz-denetim değerinin yüzdesinin (%22,92) M.Y. ders kitabındaki öz-denetim değeri yüzdesine (%9,23) göre daha yüksek çıktığı görülmektedir. Saygı değerine Ö.Y. ders kitabında 1 kez M.Y. ders kitabında ise 2 kez vurgu yapılmış olup, M.Y. ders kitabındaki saygı değerinin yüzdesinin (%3,08), Ö.Y. ders kitabındaki saygı değeri yüzdesine (%2,08) göre daha yüksek çıktığı görülmektedir. Sevgi değerine Ö.Y. ders kitabında 18 kez, M.Y. ders kitabında ise 43 kez vurgu yapılmış olup, M.Y. ders kitabındaki sevgi değerinin yüzdesinin (%66,15), Ö.Y. ders kitabındaki sevgi değerinin yüzdesine (%37,50) göre daha yüksek çıktığı görülmektedir. Sorumluluk değerine sadece Ö.Y. ders kitabında 3 kez vurgu yapılmış olup, Ö.Y. ders kitabındaki sorumluluk değerinin yüzdesi (%6,25) olarak görülmektedir. Vatanseverlik değerine sadece Ö.Y. ders kitabında 4 kez vurgu yapılmış olup, Ö.Y. ders kitabındaki vatanseverlik yüzdesi (%8,33) olarak görülmektedir. Adalet, dürüstlük, sabır ve diğerkâmlık değerlerinin hem Ö.Y. hem de M.Y. ders kitaplarında tespit edilemediği görülmektedir. Games and Hobbies ünitesinde temel değerlere Ö.Y. ders kitabında toplamda 48 kez, M.Y. ders kitabında ise 65 kez vurgu yapıldığı görülmektedir. Buna göre; Games and Hobbies ünitesinde temel değerlere en çok vurgu yapan kitabın M.Y. ders kitabı olduğu görülmektedir. Ayrıca, Games and Hobbies ünitesinde hem Ö.Y. hem de M.Y. ders kitaplarında sevgi değerinin ön plana çıkarılmak istendiği görülmektedir.

Games and Hobbies ünitesinde Ö.Y. ders kitabındaki temel değerlere yönelik tespit edilen kanıtların örnekleri şu şekildedir:





Resim 20. s.38 sorumluluk



Resim 21. s.39 arkadaşlık



Resim 22. s.40 sevgi



Resim 23. s.41 öz-denetim



Resim 24. s.44 saygı

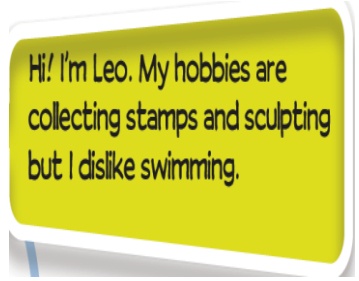
Games and Hobbies ünitesinde M.Y. ders kitabındaki temel değerlere yönelik tespit edilen kanıtların örnekleri şu şekildedir:



Resim 24. s.46 arkadaşlık



Resim 26. s.47 sevgi



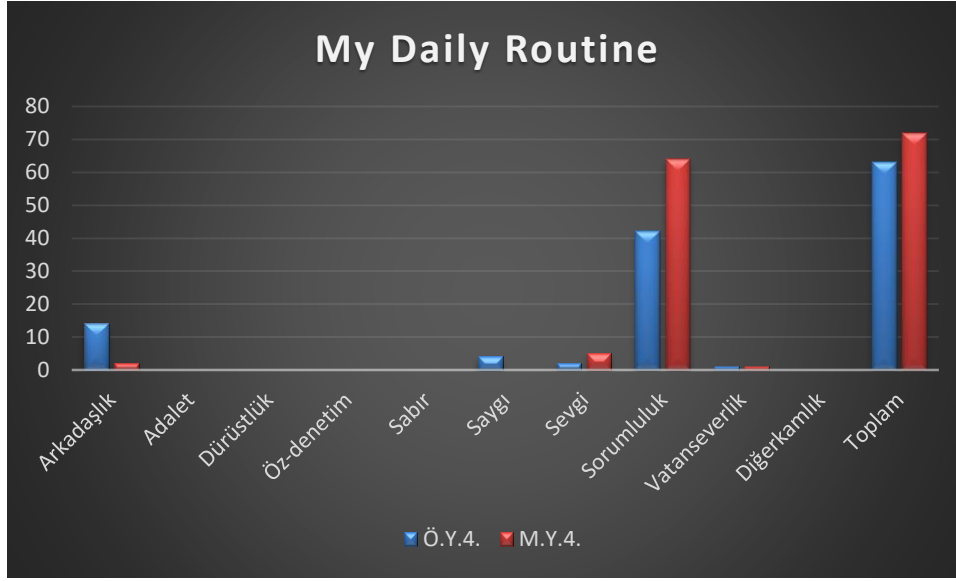
Resim 27. s.48 öz-denetim



Resim 28. s.50 saygı

### ***My Daily Routine (Günlük Rutinim) Ünitesi***

My Daily Routine (Günlük Rutinim) ünitesinde tespit edilen değerlere ilişkin sıklık grafiği Grafik 4'te, temel değerlere ilişkin dağılımlar Tablo 4'te verilmiştir.



**Grafik 4.** My Daily Routine Ünitelerinde Tespit Edilen Değerlerin Sıklık Grafiği

Grafik 4’te görüldüğü üzere, My Daily Routine ünitesinde temel değerlere M.Y. ders kitabında Ö.Y. ders kitabına göre daha çok vurgu yapıldığı görülmektedir.

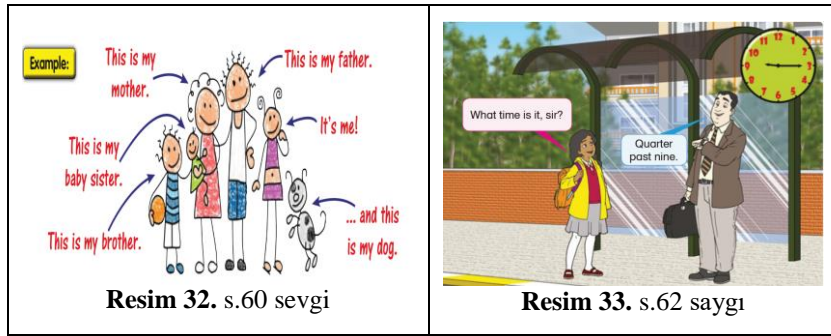
**Tablo 4.** My Daily Routine Ünitelerinde Tespit Edilen Değerlerin Dağılımı

|                | My Daily Routine |            |            |            |
|----------------|------------------|------------|------------|------------|
|                | Özel Yayın       |            | MEB Yayını |            |
|                | f                | %          | f          | %          |
| Arkadaşlık     | 14               | 22,22      | 2          | 3          |
| Adalet         | -                | -          | -          | -          |
| Dürüstlük      | -                | -          | -          | -          |
| Öz-denetim     | -                | -          | -          | -          |
| Sabır          | -                | -          | -          | -          |
| Saygı          | 4                | 6,35       | -          | -          |
| Sevgi          | 2                | 3,17       | 5          | 7          |
| Sorumluluk     | 42               | 66,67      | 64         | 89         |
| Vatanserverlik | 1                | 1,59       | 1          | 1          |
| Diğerkamlik    | -                | -          | -          | -          |
| <b>TOPLAM</b>  | <b>63</b>        | <b>100</b> | <b>72</b>  | <b>100</b> |

Tablo 4 incelendiğinde, My Daily Routine ünitesinde arkadaşlık değerine Ö.Y. ders kitabında 14 kez, M.Y. ders kitabında ise 2 kez vurgu yapılmış olup, Ö.Y. ders kitabındaki arkadaşlık değerinin yüzdesinin (%22,22), M.Y. ders kitabındaki arkadaşlık değeri yüzdesine (%3) göre daha yüksek çıktığı görülmektedir. Sevgi değerine Ö.Y. ders kitabında 2 kez M.Y. ders kitabında ise 5 kez vurgu yapılmış olup, M.Y. ders kitabındaki sevgi değerinin yüzdesinin (%7) Ö.Y. ders kitabındaki sevgi değeri yüzdesine (%3,17) göre daha yüksek çıktığı görülmektedir. Sorumluluk değerine Ö.Y. ders kitabında 42 kez, M.Y. ders kitabında ise 64 kez vurgu yapılmış olup, M.Y. ders kitabındaki sorumluluk değerinin yüzdesinin (%89) Ö.Y. ders kitabındaki sorumluluk değeri yüzdesine (%66,67) göre daha yüksek çıktığı görülmektedir. Vatanserverlik değerinin hem Ö.Y. ders kitabında hem de M.Y. ders kitabında 1 kez vurgulandığı ancak, Ö.Y. ders kitabındaki vatanserverlik değerinin yüzdesinin (%1,59), M.Y. ders kitabındaki arkadaşlık değeri yüzdesine (%1) göre daha yüksek çıktığı görülmektedir. Saygı değerine sadece Ö.Y. ders kitabında 4 kez vurgu yapılmış olup, Ö.Y. ders

kitabındaki saygı değerinin yüzdesi (%6,35) olarak görülmektedir. Adalet, dürüstlük, öz-denetim, sabır ve diğerkâmlık değerlerinin hem Ö.Y. hem de M.Y. ders kitaplarında tespit edilemediği görülmektedir. My Daily Routine ünitesinde temel değerlere Ö.Y. ders kitabında toplamda 63 kez, M.Y. ders kitabında ise 72 kez vurgu yapıldığı görülmektedir. Buna göre; My Daily Routine ünitesinde temel değerlere en çok vurgu yapan kitabın M.Y. ders kitabı olduğu görülmektedir. Ayrıca, My Daily Routine ünitesinde hem Ö.Y. hem de M.Y. ders kitaplarında sorumluluk değerinin ön plana çıkarılmak istendiği görülmektedir.

My Daily Routine ünitesinde Ö.Y. ders kitabındaki temel değerlere yönelik tespit edilen kanıtların örnekleri şu şekildedir:



My Daily Routine ünitesinde M.Y. ders kitabındaki temel değerlere yönelik tespit edilen kanıtların örnekleri şu şekildedir:

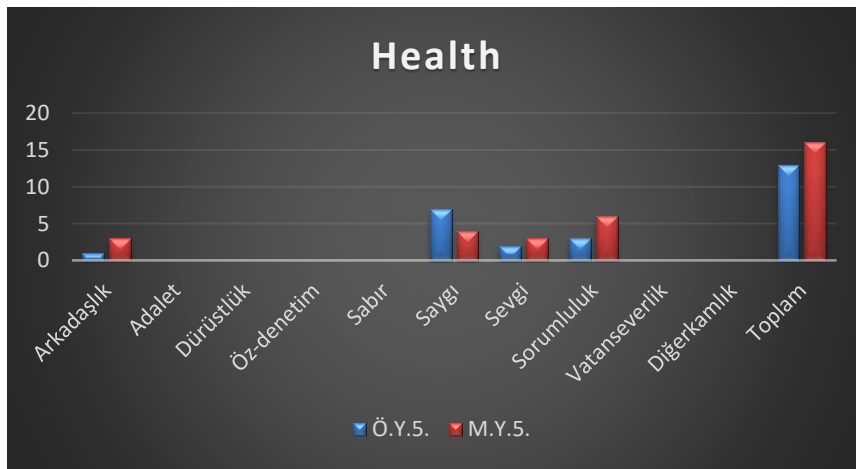




Resim 36. s.67 arkadaşlık

### Health (Sağlık) Ünitesi

Health (Sağlık) ünitesinde tespit edilen değerlere ilişkin sıklık grafiği Grafik 5'te, temel değerlere ilişkin dağılımlar Tablo 5'te verilmiştir.



Grafik 5. Health (Sağlık) Ünitesinde Tespit Edilen Değerlerin Sıklık Grafiği

Grafik 5'te görüldüğü üzere, Health ünitesinde temel değerlere M.Y. ders kitabında Ö.Y. ders kitabına göre daha çok vurgu yapıldığı görülmektedir.

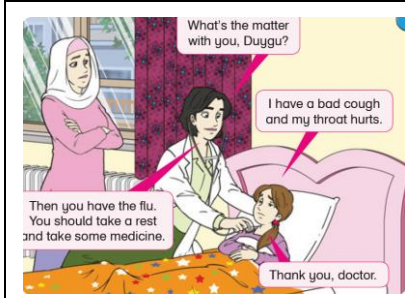
Tablo 5. Health Ünitesinde Tespit Edilen Değerlerin Dağılımı

|               | Health     |            |            |            |
|---------------|------------|------------|------------|------------|
|               | Özel Yayın |            | MEB Yayını |            |
|               | f          | %          | f          | %          |
| Arkadaşlık    | 1          | 8          | 3          | 19         |
| Adalet        | -          | -          | -          | -          |
| Dürüstlük     | -          | -          | -          | -          |
| Öz-denetim    | -          | -          | -          | -          |
| Sabır         | -          | -          | -          | -          |
| Saygı         | 7          | 54         | 4          | 25         |
| Sevgi         | 2          | 15         | 3          | 19         |
| Sorumluluk    | 3          | 23         | 6          | 38         |
| Vatanseverlik | -          | -          | -          | -          |
| Diğerkâmlık   | -          | -          | -          | -          |
| <b>TOPLAM</b> | <b>13</b>  | <b>100</b> | <b>16</b>  | <b>100</b> |

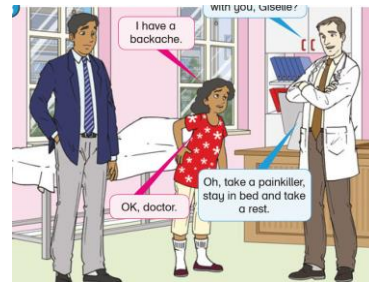
Tablo 5 incelendiğinde, Health ünitesinde arkadaşlık değerine Ö.Y. ders kitabında 1 kez, M.Y. ders kitabında ise 3 kez vurgu yapılmış olup, M.Y. ders kitabındaki arkadaşlık değerinin yüzdesinin (%19) Ö.Y. ders kitabındaki arkadaşlık değeri yüzdesine (%8) göre daha yüksek çıktığı görülmektedir. Saygı değerine Ö.Y. ders kitabında 7 kez, M.Y. ders kitabında ise 4 kez vurgu yapılmış olup, Ö.Y.

ders kitabında saygı değerinin yüzdesinin (%54), M.Y. ders kitabındaki saygı değeri yüzdesine (%25) göre daha yüksek çıktığı görülmektedir. Sevgi değerine Ö.Y. ders kitabında 2 kez, M.Y. ders kitabında ise 3 kez vurgu yapılmış olup M.Y. ders kitabındaki sevgi değerinin yüzdesinin (%19), Ö.Y. ders kitabındaki sevgi değerine (%15) göre daha yüksek çıktığı görülmektedir. Sorumluluk değerine Ö.Y. ders kitabında 3 kez, M.Y. ders kitabında ise 6 kez vurgu yapılmış olup M.Y. ders kitabındaki sorumluluk değerinin yüzdesinin (%38), Ö.Y. ders kitabındaki sorumluluk değeri yüzdesine (%23) göre daha yüksek çıktığı görülmektedir. Adalet, dürüstlük, öz-denetim, sabır, vatanseverlik ve diğer kâmlık değerlerinin hem Ö.Y. hem de M.Y. ders kitaplarında tespit edilemediği görülmektedir. Health ünitesinde temel değerlere Ö.Y. ders kitabında toplamda 13 kez, M.Y. ders kitabında ise 16 kez vurgu yapıldığı görülmektedir. Buna göre; Health ünitesinde temel değerlere en çok vurgu yapan kitabın M.Y. ders kitabı olduğu görülmektedir. Ayrıca, Health ünitesinde Ö.Y. ders kitabında saygı değeri ön plana çıkarılmak istenirken, M.Y. ders kitabında ise sorumluluk değerinin ön plana çıkarılmak istendiği görülmektedir.

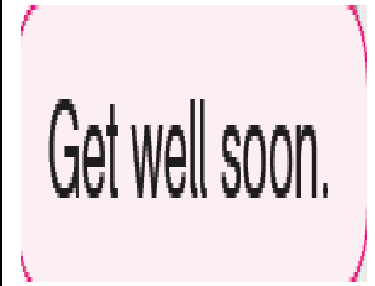
Health ünitesinde Ö.Y. ders kitabındaki temel değerlere yönelik tespit edilen kanıtların örnekleri şu şekildedir:



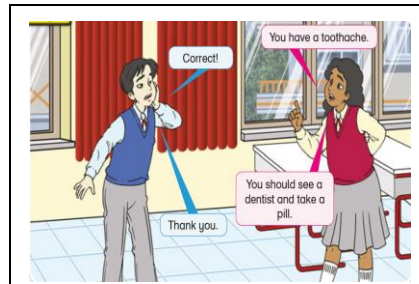
**Resim 37. s.73 sevgi**



**Resim 38. s.74 sorumluluk**



**Resim 39. s.74 saygı**



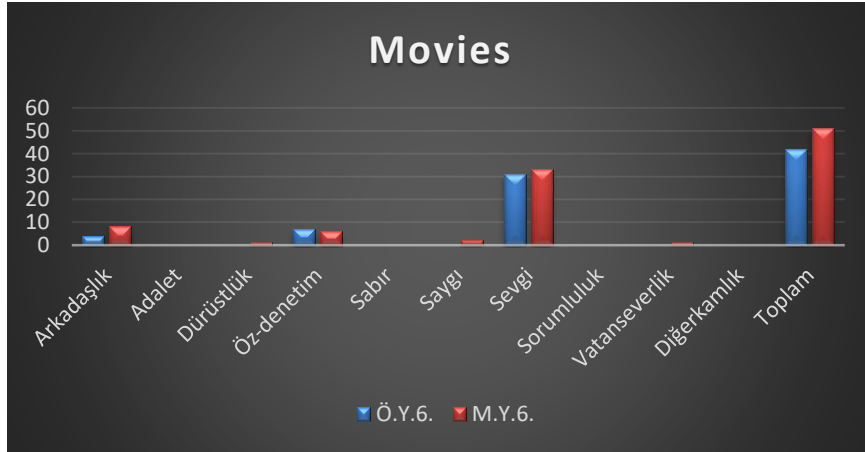
**Resim 40. s.76 arkadaşlık**

Health ünitesinde M.Y. ders kitabındaki temel değerlere yönelik tespit edilen kanıtların örnekleri şu şekildedir:



### *Movies (Filmler) Ünitesi*

Movies (Filmler) ünitesinde tespit edilen değerlere ilişkin sıklık grafiği Grafik 6'da, temel değerlere ilişkin dağılımlar Tablo 6'da verilmiştir.



**Grafik 6.** Movies Ünitesinde Tespit Edilen Değerlerin Sıklık Grafiği



Grafik 6'da görüldüğü üzere, Movies ünitesinde temel değerlere M.Y. ders kitabında Ö.Y. ders kitabına göre daha çok vurgu yapıldığı görülmektedir.

**Tablo 6. Movies Ünitesinde Tespit Edilen Değerlerin Dağılımı**

|               | Movies     |            |            |            |
|---------------|------------|------------|------------|------------|
|               | Özel Yayın |            | MEB Yayını |            |
|               | f          | %          | f          | %          |
| Arkadaşlık    | 4          | 10         | 8          | 16         |
| Adalet        | -          | -          | -          | -          |
| Dürüstlük     | -          | -          | 1          | 2          |
| Öz-denetim    | 7          | 17         | 6          | 12         |
| Sabır         | -          | -          | -          | -          |
| Saygı         | -          | -          | 2          | 4          |
| Sevgi         | 31         | 74         | 33         | 65         |
| Sorumluluk    | -          | -          | -          | -          |
| Vatanseverlik | -          | -          | 1          | 2          |
| Diğerkâmlık   | -          | -          | -          | -          |
| <b>TOPLAM</b> | <b>42</b>  | <b>100</b> | <b>51</b>  | <b>100</b> |

Tablo 6 incelendiğinde, Movies ünitesinde arkadaşlık değerine Ö.Y. ders kitabında 4 kez, M.Y. ders kitabında ise 8 kez vurgu yapılmış olup M.Y. ders kitabındaki arkadaşlık değerinin yüzdesinin (%16), Ö.Y. ders kitabındaki arkadaşlık değeri yüzdesine (%10) göre daha yüksek çıktığı görülmektedir. Öz-denetim değerine Ö.Y. ders kitabında 7 kez, M.Y. ders kitabında ise 6 kez vurgu yapılmış olup Ö.Y. ders kitabındaki öz-denetim değerinin yüzdesinin (%17), M.Y. ders kitabındaki öz-denetim değeri yüzdesine (%12) göre daha yüksek çıktığı görülmektedir. Sevgi değerine Ö.Y. ders kitabında 31 kez, M.Y. ders kitabında ise 33 kez vurgu yapılmış olup Ö.Y. ders kitabındaki sevgi değerinin yüzdesinin (%74), M.Y. ders kitabındaki sevgi değeri yüzdesine (%65) göre daha yüksek çıktığı görülmektedir. Dürüstlük değerine sadece M.Y. ders kitabında 1 kez vurgu yapılmış olup, M.Y. ders kitabındaki dürüstlük değerinin yüzdesi (%2) olarak görülmektedir. Saygı değerine sadece M.Y. ders kitabında 2 kez vurgu yapılmış olup, M.Y. ders kitabındaki saygı değerinin yüzdesi (%4) olarak görülmektedir. Vatanseverlik değerine sadece M.Y. ders kitabında 1 kez vurgu yapılmış olup, M.Y. ders kitabındaki vatanseverlik değerinin yüzdesi (%2) olduğu görülmektedir. Adalet, sabır, sorumluluk ve diğerkâmlık değerlerinin hem Ö.Y. hem de M.Y. ders kitaplarında tespit edilemediği görülmektedir. Movies ünitesinde temel değerlere Ö.Y. ders kitabında toplamda 42 kez, M.Y. ders kitabında ise 51 kez vurgu yapıldığı görülmektedir. Buna göre; Movies ünitesinde temel değerlere en çok vurgu yapan kitabın M.Y. ders kitabı olduğu görülmektedir. Ayrıca, Movies ünitesinde hem Ö.Y. hem de M.Y. ders kitaplarında sevgi değerinin ön plana çıkarılmak istendiği görülmektedir.

Movies ünitesinde Ö.Y. ders kitabındaki temel değerlere yönelik tespit edilen kanıtların örnekleri şu şekildedir:

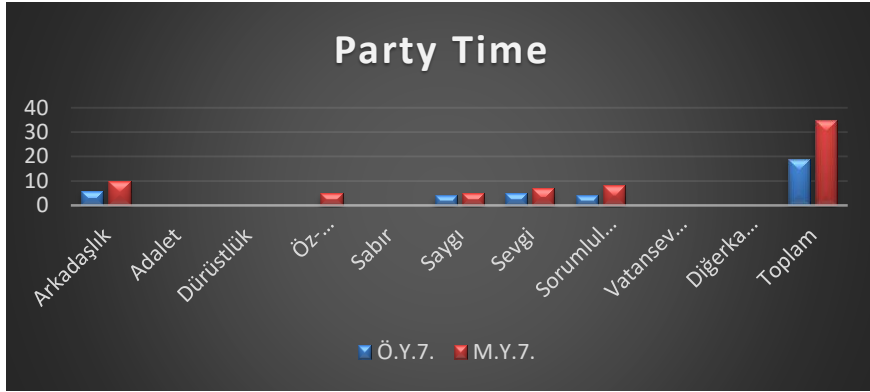
|   |  |   |
|---|--|---|
|  | <ul style="list-style-type: none"><li><input type="checkbox"/> I hate cartoon films.</li><li><input type="checkbox"/> I don't like musical films. I think they are boring.</li><li><input type="checkbox"/> What films do you hate?</li><li><input type="checkbox"/> I don't like action films. Some characters are always evil.</li></ul> |  |
| <b>Resim 45. s.88 arkadaşlık</b>  | <b>Resim 46. s.88 öz-denetim</b>   | <b>Resim 47. s.92 sevgi</b>   |

Movies ünitesinde M.Y. ders kitabındaki temel değerlere yönelik tespit edilen kanıtların örnekleri şu şekildedir:



### *Party Time (Parti Zamanı) Ünitesi*

Party Time (Parti Zamanı) ünitesinde tespit edilen değerlere ilişkin sıklık grafiği Grafik 7'de, temel değerlere ilişkin dağılımlar Tablo 7'de verilmiştir.



**Grafik 7.** Party Time Ünitesinde Tespit Edilen Değerlerin Sıklık Grafiği

Grafik 7'de görüldüğü üzere, Party Time ünitesinde temel değerlere M.Y. ders kitabında Ö.Y. ders kitabına göre daha çok vurgu yapıldığı görülmektedir.



**Tablo 7. Party Time Ünitesinde Tespit Edilen Değerlerin Dağılımı**

|               | Özel Yayın |            | MEB Yayını |            |
|---------------|------------|------------|------------|------------|
|               | f          | %          | f          | %          |
| Arkadaşlık    | 6          | 32         | 10         | 29         |
| Adalet        | -          | -          | -          | -          |
| Dürüstlük     | -          | -          | -          | -          |
| Öz-denetim    | -          | -          | 5          | 14         |
| Sabır         | -          | -          | -          | -          |
| Saygı         | 4          | 21         | 5          | 14         |
| Sevgi         | 5          | 26         | 7          | 20         |
| Sorumluluk    | 4          | 21         | 8          | 23         |
| Vatanseverlik | -          | -          | -          | -          |
| Diğerkâmlık   | -          | -          | -          | -          |
| <b>TOPLAM</b> | <b>19</b>  | <b>100</b> | <b>35</b>  | <b>100</b> |

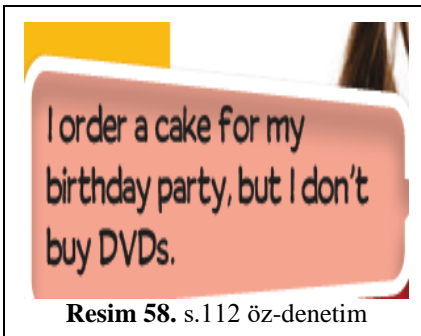
Tablo 7 incelendiğinde, Party Time ünitesinde arkadaşlık değerine Ö.Y. ders kitabında 6 kez, M.Y. ders kitabında ise 10 kez vurgu yapılmış olup Ö.Y. ders kitabındaki arkadaşlık değerinin yüzdesinin (%32), M.Y. ders kitabındaki arkadaşlık değeri yüzdesine (%29) göre daha yüksek çıktığı görülmektedir. Saygı değerine Ö.Y. ders kitabında 4 kez, M.Y. ders kitabında ise 5 kez vurgu yapılmış olup Ö.Y. ders kitabındaki saygı değerinin yüzdesinin (%21), M.Y. ders kitabındaki saygı değeri yüzdesine (%14) göre daha yüksek çıktığı görülmektedir. Sevgi değerine Ö.Y. ders kitabında 5 kez, M.Y. ders kitabında ise 7 kez vurgu yapılmış olup Ö.Y. ders kitabındaki sevgi değerinin yüzdesinin (%26), M.Y. ders kitabındaki sevgi değeri yüzdesine (%20) göre daha yüksek çıktığı görülmektedir. Sorumluluk değerine Ö.Y. ders kitabında 4 kez, M.Y. ders kitabında ise 8 kez vurgu yapılmış olup M.Y. ders kitabındaki sorumluluk değerinin yüzdesinin (%23), Ö.Y. ders kitabındaki sorumluluk değeri yüzdesine (%21) göre daha yüksek çıktığı görülmektedir. Öz-denetim değerine sadece M.Y. ders kitabında 5 kez, vurgu yapılmış olup, M.Y. ders kitabındaki öz-denetim değerinin yüzdesi (%14) olarak görülmektedir. Adalet, dürüstlük, sabır, vatanseverlik ve diğerkâmlık değerlerinin hem Ö.Y. hem de M.Y. ders kitaplarında tespit edilemediği görülmektedir. Party Time ünitesinde temel değerlere Ö.Y. ders kitabında toplamda 19 kez, M.Y. ders kitabında ise 35 kez vurgu yapıldığı görülmektedir. Buna göre; Party Time ünitesinde temel değerlere en çok vurgu yapan kitabın M.Y. ders kitabı olduğu görülmektedir. Ayrıca, Party Time ünitesinde hem Ö.Y. hem de M.Y. ders kitaplarında arkadaşlık değerinin ön plana çıkarılmak istendiği görülmektedir.

Party Time ünitesinde Ö.Y. ders kitabındaki temel değerlere yönelik tespit edilen kanıtların örnekleri şu şekildedir:

**Resim 54. s.96 arkadaşlık****Resim 55. s.99 saygı****Resim 56. s.99 sorumluluk**

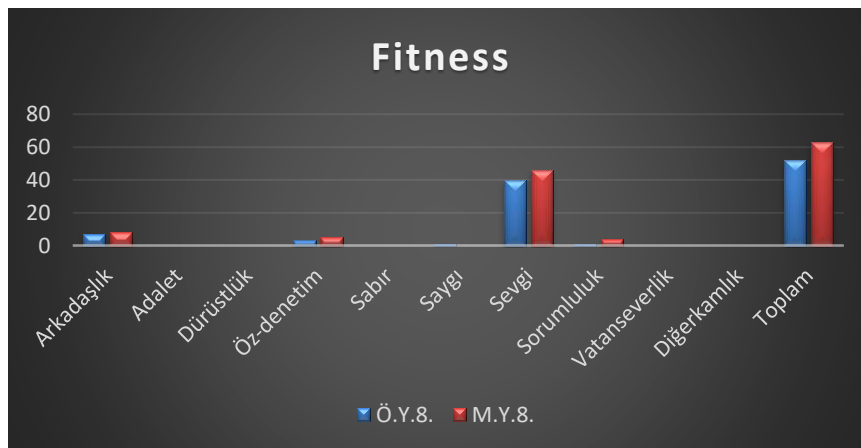


Party Time ünitesinde M.Y. ders kitabındaki temel değerlere yönelik tespit edilen kanıtların örnekleri şu şekildedir:



### ***Fitness (Zindelik, Form) Ünitesi***

Fitness (Zindelik, Form) ünitesinde tespit edilen değerlere ilişkin sıklık grafiği Grafik 8'de, temel değerlere ilişkin dağılımlar Tablo 8'de verilmiştir.



**Grafik 8.** Fitness Ünitesinde Tespit Edilen Değerlerin Sıklık Grafiği

Grafik 8’de görüldüğü üzere, Fitness ünitesinde temel değerlere M.Y. ders kitabında Ö.Y. ders kitabına göre daha çok vurgu yapıldığı görülmektedir.

**Tablo 8.** Fitness Ünitesinde Tespit Edilen Değerlerin Dağılımı

|               | Fitness    |            |            |            |
|---------------|------------|------------|------------|------------|
|               | Özel Yayın |            | MEB Yayını |            |
|               | f          | %          | f          | %          |
| Arkadaşlık    | 7          | 13         | 8          | 13         |
| Adalet        | -          | -          | -          | -          |
| Dürüstlük     | -          | -          | -          | -          |
| Öz-denetim    | 3          | 6          | 5          | 8          |
| Sabır         | -          | -          | -          | -          |
| Saygı         | 1          | 2          | -          | -          |
| Sevgi         | 40         | 77         | 46         | 73         |
| Sorumluluk    | 1          | 2          | 4          | 6          |
| Vatanseverlik | -          | -          | -          | -          |
| Diğerkâmlık   | -          | -          | -          | -          |
| <b>TOPLAM</b> | <b>52</b>  | <b>100</b> | <b>63</b>  | <b>100</b> |

Tablo 8 incelendiğinde, Fitness ünitesinde arkadaşlık değerine Ö.Y. ders kitabında 7 kez, M.Y. ders kitabında ise 8 kez vurgu yapılmış olup, Ö.Y. ders kitabındaki arkadaşlık değeri yüzdesi (%13) ile M.Y. ders kitabındaki arkadaşlık değeri yüzdesinin (%13) eşit çıktığı görülmektedir. Öz-denetim değerine Ö.Y. ders kitabında 3 kez, M.Y. ders kitabında ise 5 kez vurgu yapılmış olup, M.Y. ders kitabındaki öz-denetim değerinin yüzdesinin (%8), Ö.Y. ders kitabındaki öz-denetim değeri yüzdesine (%6) göre daha yüksek çıktığı görülmektedir. Sevgi değerine Ö.Y. ders kitabında 40 kez, M.Y. ders kitabında ise 46 kez vurgu yapılmış olup, Ö.Y. ders kitabındaki sevgi değerinin yüzdesinin (%77), M.Y. ders kitabındaki sevgi değeri yüzdesine (%73) göre daha yüksek çıktığı görülmektedir. Sorumluluk değerine Ö.Y. ders kitabında 1 kez, M.Y. ders kitabında ise 4 kez vurgu yapılmış olup, M.Y. ders kitabındaki sorumluluk değerinin yüzdesinin (%6), Ö.Y. ders kitabındaki sorumluluk değeri yüzdesine (%2) göre daha yüksek çıktığı görülmektedir. Saygı değerine sadece Ö.Y. ders kitabında 1 kez vurgu yapılmış olup, Ö.Y. ders kitabındaki saygı değerinin yüzdesi (%2) olarak görülmektedir. Adalet, dürüstlük, sabır, vatanseverlik ve diğerkâmlık değerlerinin hem Ö.Y. hem de M.Y. ders kitaplarında tespit edilemediği görülmektedir. Fitness ünitesinde temel değerlere Ö.Y. ders kitabında toplamda 52 kez, M.Y. ders kitabında ise 63 kez vurgu yapıldığı görülmektedir. Buna göre; Fitness ünitesinde temel değerlere en çok vurgu yapan kitabın M.Y. ders kitabı olduğu görülmektedir. Ayrıca, Fitness ünitesinde hem Ö.Y. hem de M.Y. ders kitaplarında sevgi değerinin ön plana çıkarılmak istendiği görülmektedir.

Fitness ünitesinde Ö.Y. ders kitabındaki temel değerlere yönelik tespit edilen kanıtların örnekleri şu şekildedir:



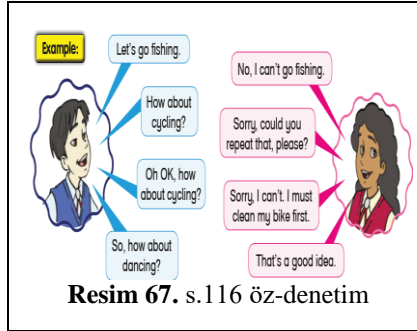
**Resim 64.** s.110 arkadaşlık



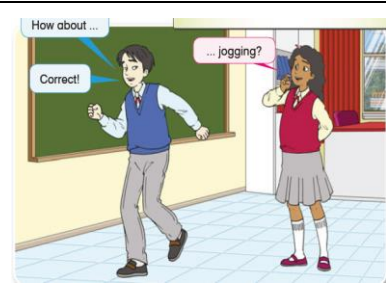
**Resim 65.** s.111 saygı



**Resim 66.** s.111 sevgi



**Resim 67.** s.116 öz-denetim

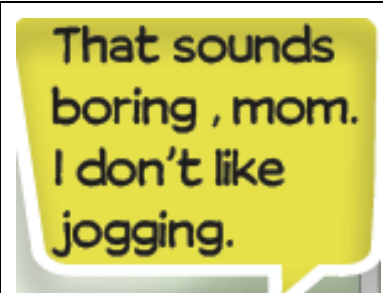


**Resim 68.** s.117 sorumluluk

Fitness ünitesinde M.Y. ders kitabındaki temel değerlere yönelik tespit edilen kanıtların örnekleri şu şekildedir:



**Resim 69.** s.128 sevgi



**Resim 70.** s.130 öz-denetim



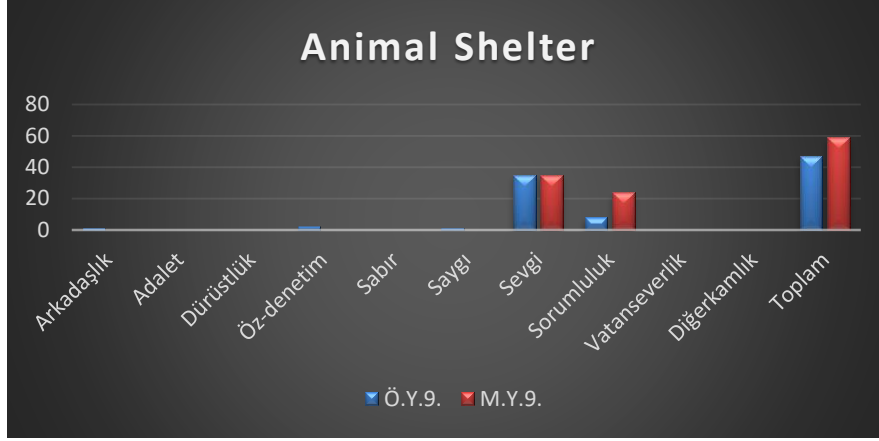
**Resim 71.** s.130 sorumluluk



**Resim 72.** s.133 arkadaşlık

### ***Animal Shelter (Hayvan Barınağı) Ünitesi***

Animal Shelter (Hayvan Barınağı) ünitesinde tespit edilen değerlere ilişkin sıklık grafiği Grafik 9'da, temel değerlere ilişkin dağılımlar Tablo 9'da verilmiştir.



**Grafik 9.** Animal Shelter Ünitesinde Tespit Edilen Değerlerin Sıklık Grafiği

Grafik 9’da görüldüğü üzere, Animal Shelter (Hayvan Barınağı) ünitesinde temel değerlere M.Y. ders kitabında Ö.Y. ders kitabına göre daha çok vurgu yapıldığı görülmektedir.

**Tablo 9.** Animal Shelter Ünitesinde Tespit Edilen Değerlerin Dağılımı

|                | Animal Shelter |            |            |            |
|----------------|----------------|------------|------------|------------|
|                | Özel Yayın     |            | MEB Yayını |            |
|                | f              | %          | f          | %          |
| Arkadaşlık     | 1              | 2          | -          | -          |
| Adalet         | -              | -          | -          | -          |
| Dürüstlük      | -              | -          | -          | -          |
| Öz-denetim     | 2              | 4          | -          | -          |
| Sabır          | -              | -          | -          | -          |
| Saygı          | 1              | 2          | -          | -          |
| Sevgi          | 35             | 74         | 35         | 59         |
| Sorumluluk     | 8              | 17         | 24         | 41         |
| Vatanserverlik | -              | -          | -          | -          |
| Diğerkâmlık    | -              | -          | -          | -          |
| <b>TOPLAM</b>  | <b>47</b>      | <b>100</b> | <b>59</b>  | <b>100</b> |

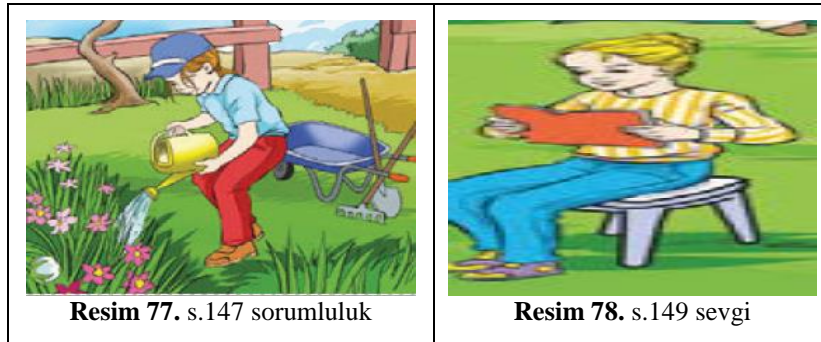
Tablo 9 incelendiğinde, Animal Shelter ünitesinde sevgi değerinin hem Ö.Y. ders kitabında hem de M.Y. ders kitabında 35 kez vurgulandığı ancak Ö.Y. ders kitabındaki sevgi değerinin yüzdesinin (%74), M.Y. ders kitabındaki sevgi değeri yüzdesine (%59) göre daha yüksek çıktığı görülmektedir. Sorumluluk değerine Ö.Y. ders kitabında 8 kez, M.Y. ders kitabında ise 24 kez vurgu yapılmış olup, M.Y. ders kitabındaki sorumluluk değerinin yüzdesinin (%41), Ö.Y. ders kitabındaki sorumluluk değeri yüzdesine (%17) göre daha yüksek çıktığı görülmektedir. Arkadaşlık değerine sadece Ö.Y. ders kitabında 1 kez vurgu yapılmış olup, Ö.Y. ders kitabındaki arkadaşlık değerinin yüzdesi (%2) olarak görülmektedir. Öz-denetim değerine sadece Ö.Y. ders kitabında 2 kez vurgu yapılmış olup, Ö.Y. ders kitabındaki öz-denetim değerinin yüzdesi (%4) olarak görülmektedir. Saygı değerine sadece Ö.Y. ders kitabında 1 kez vurgu yapılmış olup, Ö.Y. ders kitabındaki saygı değerinin yüzdesi (%2) olarak görülmektedir. Adalet, dürüstlük, sabır, vatanserverlik ve diğerkâmlık değerlerinin hem Ö.Y. hem de M.Y. ders kitaplarında tespit edilemediği görülmektedir. Animal Shelter ünitesinde temel değerlere Ö.Y. ders kitabında 47 kez, M.Y. ders kitabında ise 59 kez vurgu yapıldığı görülmektedir. Buna göre; Animal Shelter ünitesinde temel değerlere en çok vurgu yapan kitabın

M.Y. ders kitabı olduğu gör÷lmektedir. Ayrıca, Animal Shelter ünitesinde hem Ö.Y. hem de M.Y. ders kitaplarında sevgi değeri ön plana çıkarılmak istendiği gör÷lmektedir.

Animal Shelter ünitesinde Ö.Y. ders kitabındaki temel değere yönelik tespit edilen kanıtların örnekleri şu şekildedir:

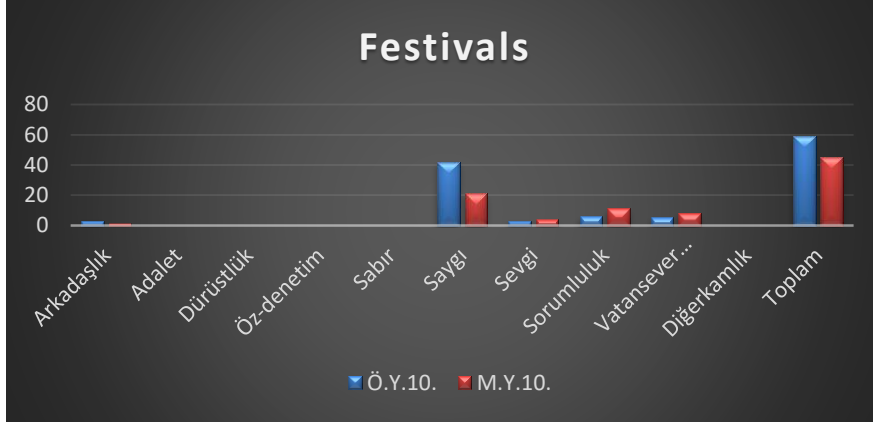


Animal Shelter ünitesinde M.Y. ders kitabındaki temel değere yönelik tespit edilen kanıtların örnekleri şu şekildedir:



### ***Festivals (Festivaller) Ünitesi***

Festivals (Festivaller) ünitesinde tespit edilen değere ilişkin sıklık grafiği Grafik 10'da, temel değere ilişkin dağılımlar Tablo 10'da verilmiştir.



**Grafik 10.** Festivals Ünitesinde Tespit Edilen Değerlerin Sıklık Grafiği

Grafik 10'da görüldüğü üzere, Festivals ünitesinde temel değerlere Ö.Y. ders kitabında M.Y. ders kitabına göre daha çok vurgu yapıldığı görülmektedir.

**Tablo 10.** Festivals Ünitesinde Tespit Edilen Değerlerin Dağılımı

|               | Festivals  |            |            |            |
|---------------|------------|------------|------------|------------|
|               | Özel Yayın |            | MEB Yayını |            |
|               | f          | %          | f          | %          |
| Arkadaşlık    | 3          | 5          | 1          | 2          |
| Adalet        | -          | -          | -          | -          |
| Dürüstlük     | -          | -          | -          | -          |
| Öz-denetim    | -          | -          | -          | -          |
| Sabır         | -          | -          | -          | -          |
| Saygı         | 42         | 71         | 21         | 47         |
| Sevgi         | 3          | 5          | 4          | 9          |
| Sorumluluk    | 6          | 10         | 11         | 24         |
| Vatanseverlik | 5          | 8          | 8          | 18         |
| Diğerkâmlık   | -          | -          | -          | -          |
| <b>TOPLAM</b> | <b>59</b>  | <b>100</b> | <b>45</b>  | <b>100</b> |

Tablo 10 incelendiğinde, Festivals ünitesinde arkadaşlık değerine Ö.Y. ders kitabında 3 kez, M.Y. ders kitabında ise 1 kez vurgu yapılmış olup, Ö.Y. ders kitabındaki arkadaşlık değerinin yüzdesinin (%5), M.Y. ders kitabındaki arkadaşlık değeri yüzdesine (%2) göre daha yüksek çıktığı görülmektedir. Saygı değerine Ö.Y. ders kitabında 42 kez, M.Y. ders kitabında ise 21 kez vurgu yapılmış olup, Ö.Y. ders kitabındaki saygı değerinin yüzdesinin (%71), M.Y. ders kitabındaki saygı değeri yüzdesine (%47) göre daha yüksek çıktığı görülmektedir. Sevgi değerine Ö.Y. ders kitabında 3 kez, M.Y. ders kitabında ise 4 kez vurgu yapılmış olup, M.Y. ders kitabındaki sevgi değerinin yüzdesinin (%9), Ö.Y. ders kitabındaki sevgi değerine yüzdesine (%5) göre daha yüksek çıktığı görülmektedir. Sorumluluk değerine Ö.Y. ders kitabında 6 kez, M.Y. ders kitabında ise 11 kez vurgu yapılmış olup, M.Y. ders kitabındaki sorumluluk değerinin yüzdesinin (%24), Ö.Y. ders kitabındaki sorumluluk değeri yüzdesine (%10) göre daha yüksek çıktığı görülmektedir. Vatanseverlik değerine Ö.Y. ders kitabında 5 kez, M.Y. ders kitabında ise 8 kez vurgu yapılmış olup, M.Y. ders kitabındaki vatanseverlik değerinin yüzdesinin (%18), Ö.Y. ders kitabındaki vatanseverlik değeri yüzdesine (%8) göre daha yüksek çıktığı görülmektedir. Adalet, dürüstlük, öz-denetim, sabır ve diğerkâmlık değerlerinin hem Ö.Y. hem de M.Y. ders kitaplarında tespit edilemediği görülmektedir. Festivals

(Festivaller) ünitesinde temel değerlere Ö.Y. ders kitabında toplamda 59 kez, M.Y. ders kitabında ise 45 kez vurgu yapıldığı görülmektedir. Buna göre; Festivals ünitesinde temel değerlere en çok vurgu yapan kitabın Ö.Y. ders kitabı olduğu görülmektedir. Ayrıca, Festivals ünitesinde hem Ö.Y hem de M.Y. ders kitaplarında saygı değerinin ön plana çıkarılmak istendiği görülmektedir.

Festivals ünitesinde Ö.Y. ders kitabındaki temel değerlere yönelik tespit edilen kanıtların örnekleri şu şekildedir:



Festivals ünitesinde M.Y. ders kitabındaki temel değerlere yönelik tespit edilen kanıtların örnekleri şu şekildedir:







### Temel Değerlerin Ö.Y. ve M.Y. Ders Kitaplarındaki Genel Durumu

Ö.Y. ders kitabında tespit edilen temel değerlerin genel durumu Tablo 11’de, M.Y. ders kitabında tespit edilen temel değerlerin genel durumu ise Tablo 12’de verilmiştir.

**Tablo 11.** Temel Değerlerin Ö.Y. Ders Kitabındaki Genel Durumu

| Özel Yayın Genel Durum |            |          |           |            |          |           |            |            |               |             |            |
|------------------------|------------|----------|-----------|------------|----------|-----------|------------|------------|---------------|-------------|------------|
|                        | Arkadaşlık | Adalet   | Dürüstlük | Öz-denetim | Sabır    | Saygı     | Sevgi      | Sorumluluk | Vatanseverlik | Diğerkâmlık | TOPLAM     |
| Hello                  | 7          | -        | -         | 1          | -        | 11        | 16         | 7          | 11            | -           | 53         |
| My Town                | -          | -        | -         | -          | -        | 10        | 7          | 1          | 5             | -           | 23         |
| Games and Hobbies      | 11         | -        | -         | 11         | -        | 1         | 18         | 3          | 4             | -           | 48         |
| My Daily Routine       | 14         | -        | -         | -          | -        | 4         | 2          | 42         | 1             | -           | 63         |
| Health                 | 1          | -        | -         | -          | -        | 7         | 2          | 3          | -             | -           | 13         |
| Movies                 | 4          | -        | -         | 7          | -        | -         | 31         | -          | -             | -           | 42         |
| Party Time             | 6          | -        | -         | -          | -        | 4         | 5          | 4          | -             | -           | 19         |
| Fitness                | 7          | -        | -         | 3          | -        | 1         | 40         | 1          | -             | -           | 52         |
| The Animal Shelter     | 1          | -        | -         | 2          | -        | 1         | 35         | 8          | -             | -           | 47         |
| Festivals              | 3          | -        | -         | -          | -        | 42        | 3          | 6          | 5             | -           | 59         |
| <b>TOPLAM</b>          | <b>54</b>  | <b>-</b> | <b>-</b>  | <b>24</b>  | <b>-</b> | <b>81</b> | <b>159</b> | <b>75</b>  | <b>26</b>     | <b>-</b>    | <b>419</b> |

Tablo 11 incelendiğinde; Ö.Y. ders kitabında arkadaşlık değerine toplamda 54, öz-denetim değerine toplamda 24, saygı değerine 81, sevgi değerine 159, sorumluluk değerine 75 ve vatanseverlik değerine 26 kez vurgu yapıldığı görülmektedir. Ö.Y. ders kitabında arkadaşlık değerine en çok My Daily Rotine ünitesinde, öz-denetim değerine Games and Hobbies ünitesinde, saygı değerine Festivals ünitesinde, sevgi değerine Fitness ünitesinde, sorumluluk değerine My Daily Routine ünitesinde ve vatanseverlik değerine Hello ünitesinde yer verildiği görülmektedir. Ö.Y. ders kitabında en çok vurgu yapılan ve ön plana çıkarılmak istenen değer ise sevgi değeri olduğu görülmektedir. Ö.Y. ders kitabında; adalet, dürüstlük, sabır ve diğerkâmlık değerlerinin tespit edilemediği görülmektedir. Tablo 11’e göre Ö.Y. ders kitabında temel değerlere toplamda 419 kez vurgu yapıldığı görülmektedir.

**Tablo 12.** Temel Değerlerin M.Y. Ders Kitabındaki Genel Durumu

| <b>MEB Yayını Genel Durum</b> |            |          |           |            |          |           |            |            |               |             |               |
|-------------------------------|------------|----------|-----------|------------|----------|-----------|------------|------------|---------------|-------------|---------------|
|                               | Arkadaşlık | Adalet   | Dürüstlük | Öz-denetim | Sabır    | Saygı     | Sevgi      | Sorumluluk | Vatanseverlik | Diğerkâmlık | <b>TOPLAM</b> |
| Hello                         | 7          | -        | -         | 7          | -        | 4         | 16         | 1          | -             | -           | <b>35</b>     |
| My Town                       | -          | -        | -         | -          | -        | 15        | 15         | 5          | 2             | -           | <b>37</b>     |
| Games and Hobbies             | 14         | -        | -         | 6          | -        | 2         | 43         | -          | -             | -           | <b>65</b>     |
| My Daily Routine              | 2          | -        | -         | -          | -        | -         | 5          | 64         | 1             | -           | <b>72</b>     |
| Health                        | 3          | -        | -         | -          | -        | 4         | 3          | 6          | -             | -           | <b>16</b>     |
| Movies                        | 8          | -        | 1         | 6          | -        | 2         | 33         | -          | 1             | -           | <b>51</b>     |
| Party Time                    | 10         | -        | -         | 5          | -        | 5         | 7          | 8          | -             | -           | <b>35</b>     |
| Fitness                       | 8          | -        | -         | 5          | -        | -         | 46         | 4          | -             | -           | <b>63</b>     |
| The Animal Shelter            | -          | -        | -         | -          | -        | -         | 35         | 24         | -             | -           | <b>59</b>     |
| Festivals                     | 1          | -        | -         | -          | -        | 21        | 4          | 11         | 8             | -           | <b>45</b>     |
| <b>TOPLAM</b>                 | <b>53</b>  | <b>-</b> | <b>1</b>  | <b>29</b>  | <b>-</b> | <b>53</b> | <b>207</b> | <b>123</b> | <b>12</b>     | <b>-</b>    | <b>478</b>    |

Tablo 12 incelendiğinde; M.Y. ders kitabında arkadaşlık değerine toplamda 53, dürüstlük değerine 1, öz-denetim değerine 29, saygı değerine 53, sevgi değerine 207, sorumluluk değerine 123 ve vatanseverlik değerine toplamda 12 kez vurgu yapıldığı görülmektedir. M.Y. ders kitabında arkadaşlık değerine en çok Games and Hobbies ünitesinde, dürüstlük değerine Movies ünitesinde, öz-denetim değerine Hello ünitesinde, saygı değerine Festivals ünitesinde, sevgi değerine Fitness ünitesinde, sorumluluk değerine My Daily Routine ünitesinde ve vatanseverlik değerine Games and Hobbies ünitesinde yer verildiği görülmektedir. M.Y. ders kitabında en çok vurgu yapılan ve ön plana çıkarılmak istenen değer sevgi değeri olduğu görülmektedir. M.Y. ders kitabında; adalet, sabır ve diğerkâmlık değerlerinin tespit edilemediği görülmektedir. Tablo 11.1'e göre Ö.Y. ders kitabında temel değerlere toplamda 478 kez vurgu yapıldığı görülmektedir.

Tablo 11 ve Tablo 12 incelendiğinde, hem Ö.Y. hem de M.Y. ders kitaplarında en çok vurgu yapılan değer sevgi değeri olduğu görülmektedir. Ö.Y. ders kitabında adalet, dürüstlük, sabır ve diğerkâmlık değerlerine yer verilmemişken, M.Y. ders kitabında ise adalet, sabır ve diğerkâmlık değerlerine yer verilmediği ancak, dürüstlük değerine 1 kez vurgu yapıldığı görülmektedir. Ayrıca, M.Y. ders kitabında temel değerle yapılan toplam (478) vurgunun, Ö.Y. ders kitabında temel değerlere yapılan toplam (419) vurgudan daha fazla olduğu görülmektedir.

## **SONUÇ, TARTIŞMA VE ÖNERİLER**

Bu bölümde, İngilizce Dersi Öğretim Programında belirtilen değerler çerçevesinde, Happy English 5 ve İngilizce 5 ders kitaplarında yer alan değerler, bu kitaplarda tespit edilen değerlerin sıklıklarına ve ders kitaplarının değerler bakımından karşılaştırılmasına ilişkin elde edilen sonuçlara yer verilmiştir.

### ***Arkadaşlık Değeri***

Ö.Y. ders kitabında, arkadaşlık değerinin toplamda 54 kez vurgulandığı, bu değer en çok vurgulandığı ünitenin My Daily Routine olduğu ancak aynı değer My Town ünitesinde hiç yer

almadığı sonucuna ulaşılmıştır. M.Y. ders kitabında, arkadaşlık değerinin toplamda 53 kez vurgulandığı, bu değer en çok vurgulandığı ünitenin Games and Hobbies olduğu ancak aynı değer My Town ve The Animal Shelter ünitelerinde hiç yer almadığı sonucuna ulaşılmıştır. Bulgular incelendiğinde, arkadaşlık değerinin hem Ö.Y. hem de M.Y. ders kitaplarında neredeyse eşit sayıda vurgulandığı ancak arkadaşlık değerinin en çok vurgulandığı ünitelerin farklılaştığı sonucuna ulaşılmıştır. Hem Ö.Y. hem de M.Y. ders kitaplarında My Town ünitesinde arkadaşlık değerine hiç yer verilmemişken, M.Y. ders kitabında The Animal Shelter ünitesinde de yer verilmediği sonucuna ulaşılmıştır. Başaranol'un (2017) çalışması incelendiğinde, *Ortaöğretim İngilizce Ders Kitaplarının Temel Değerler Açısından İncelenmesi* konusu araştırılmış olup, farklı sınıf düzeylerinde incelenen 5 ders kitabı içerisinde arkadaşlık değerine her bir kitapta yer verildiği ve toplamda 51 kez vurgulandığı sonucuna ulaşıldığı belirtilmiştir. Başaranol'un (2017) çalışmasından da hareketle, İngilizce ders kitaplarında arkadaşlık değerine yeterli düzeyde vurgu yapıldığı görülmektedir.

### ***Adalet Değeri***

Ö.Y. ve M.Y. ders kitaplarında adalet değerine hiç yer verilmediği sonucuna ulaşılmıştır. Aydın ve Aran'ın (2020) çalışmaları incelendiğinde, *Ortaokul İngilizce Ders Kitaplarında Evrensel Değerlerin İncelenmesi* konusu araştırılmış olup, adalet değerini 'adil olma' alt değeri olarak ele aldıkları ve ortaokul İngilizce ders kitaplarında adalet değerine hiç yer verilmediği sonucuna ulaşıldığı belirtilmiştir. Aslan'ın (2019) çalışması incelendiğinde, *Ortaokul İngilizce Ders Kitaplarındaki Değerler* konusu araştırılmış olup, ortaokul İngilizce ders kitaplarında adalet değerine hiç rastlanılmadığı belirtilmiştir. Hem İngilizce ders kitaplarında değerlerin tespit edilmesine yönelik yapılan çalışmalarda hem de mevcut çalışmada yapılan incelemeler ışığında İngilizce ders kitaplarında adalet değerine hiç yer verilmediği görülmektedir.

### ***Dürüstlük Değeri***

Ö.Y. ders kitabında dürüstlük değerine hiç yer verilmediği ancak M.Y. ders kitabında aynı değere sadece 1 kez yer verildiği sonucuna ulaşılmıştır. Başaranol'un (2017) çalışmasında, farklı sınıf düzeylerinde incelenen 5 kitap içerisinde dürüstlük değerine toplamda 5 kez yer verildiği, bu 5 kitap arasından 2 kitapta ise dürüstlük değerine hiç yer verilmediği sonucuna ulaşıldığı belirtilmiştir. Aydın ve Aran'ın (2020) çalışmalarında ise dürüstlük değerinin 'güvenilir olma' değerinin bir alt boyutu olarak ele alındığı ve ders kitaplarında dürüstlük değerine yetersiz düzeyde yer verildiği sonucuna ulaşıldığı belirtilmiştir. Aslan'ın (2019) çalışmasında, dürüstlük değerine çok az düzeyde (1 kez) yer verildiği sonucuna ulaşıldığı belirtilmiştir. Farklı sınıf düzeylerindeki İngilizce ders kitaplarında yer alan değerler çalışmalarından da hareketle, dürüstlük değerine İngilizce ders kitaplarında çok az düzeyde yer verildiği görülmektedir.

### ***Öz-denetim Değeri***

Ö.Y. ders kitabında öz-denetim değerinin toplamda 24 kez vurgulandığı, bu değer en çok vurgulandığı ünitenin Games and Hobbies olduğu ancak öz-denetim değerinin My Town, My Daily Routine, Health, Party Time ve Festivals ünitelerinde hiç yer almadığı sonucuna ulaşılmıştır. M.Y. ders kitabında öz-denetim değerinin toplamda 29 kez vurgulandığı, aynı değer yer aldığı ünitelerdeki dağılımının neredeyse eşit sayıda olduğu ancak öz-denetim değerinin My Town, My Daily Routine, Health, The Animal Shelter ve Festivals ünitelerinde hiç yer almadığı sonucuna ulaşılmıştır. Ö.Y. ve M.Y. ders kitaplarında öz-denetim değerinin en çok yer aldığı üniteler ise farklılık göstermektedir. Öz-denetim değeri ile ilgili bulgular incelendiğinde, M.Y. ders kitabında Ö.Y. ders kitabına göre daha çok yer aldığı sonucuna ulaşılmıştır. Aydın ve Aran'ın (2020) çalışmalarında, öz-denetim değerinin 'sorumluluk' değerinin bir alt boyutu olarak ele alındığı ve öz-denetim değerine çok az yer verildiği sonucuna ulaşıldığı belirtilmiştir. Aslan'ın (2019) çalışmasında ise öz denetim değerine rastlanılmadığı görülmektedir. İngilizce ders kitaplarında değerlerin tespit edilmesine yönelik yapılan çalışmalardan da hareketle, Ö.Y. ve M.Y. ders kitaplarında öz-denetim değerine diğer yapılan çalışmalara nazaran daha çok ve yeterli düzeyde yer verildiği görülmektedir.

### ***Sabır Değeri***

Ö.Y. ve M.Y. ders kitaplarında sabır değerine hiç yer verilmediği sonucuna ulaşılmıştır. Benzer şekilde, Aslan (2019) çalışmasında, dört farklı sınıf düzeyindeki kitaplar içerisinde, sabır değerine hiç yer verilmediği sonucuna ulaşıldığı belirtilmektedir. İngilizce ders kitaplarındaki değerlerin tespitine yönelik yapılan bu çalışmadan da hareketle, İngilizce ders kitaplarında sabır değerine hiç yer verilmediği görülmektedir.

### ***Saygı Değeri***

Ö.Y. ders kitabında saygı değerinin toplamda 81 kez vurgulandığı, bu değer en çok vurgulandığı ünitenin Festivals olduğu ancak saygı değerinin Movies ünitesinde hiç yer almadığı sonucuna ulaşılmıştır. M.Y. ders kitabında saygı değerinin toplamda 53 kez vurgulandığı, bu değer en çok vurgulandığı ünitenin Festivals olduğu ancak saygı değerinin My Daily Routine, Fitness ve The Animal Shelter ünitelerinde hiç yer almadığı sonucuna ulaşılmıştır. Ö.Y. ve M.Y. ders kitaplarındaki saygı değerinin en çok yer aldığı ünitenin (Festivals) aynı olmasına rağmen saygı değerinin hiç yer almadığı ünitelerin farklılık gösterdiği görülmektedir. Saygı değeri ile ilgili bulgular incelendiğinde, saygı değerinin Ö.Y. ders kitabında M.Y. ders kitabına göre daha çok yer aldığı sonucuna ulaşılmıştır. Başaranol'un (2017) çalışması incelendiğinde, farklı sınıf düzeylerinde incelenen 5 kitap içerisinde saygı değerinin 34 kez yer aldığı sonucuna ulaşıldığı belirtilmiştir. Öte yandan, Aydın ve Aran'ın (2020) çalışmalarında ise, saygı değerinin farklı sınıf düzeylerinde incelenen 4 kitabın tamamında yer aldığı ancak yetersiz düzeyde yer verildiği sonucuna ulaşıldığı belirtilmiştir. Aslan'ın (2019) çalışması incelendiğinde, saygı değerinin 'farklılıklara saygı' değerinin alt boyutu olarak ele alındığı ve farklı sınıf düzeylerinde incelenen 4 kitabın toplamında 45 kez yer aldığı sonucuna ulaşıldığı

belirtilmektedir. İngilizce ders kitaplarında değerlerin tespitine yönelik yapılan bu çalışmalardan da hareketle, saygı değerinin araştırmalara konu olan İngilizce ders kitaplarının tamamında yeterince yer aldığı ancak yer alma düzeylerinin farklılık gösterdiği görülmektedir.

### ***Sevgi Değeri***

Ö.Y. ders kitabında sevgi değerinin toplamda 159 kez vurgulandığı, bu değerin en çok vurgulandığı ünitenin Fitness olduğu ve sevgi değerinin tüm ünitelerde yer aldığı sonucuna ulaşılmıştır. M.Y. ders kitabında sevgi değerinin toplamda 207 kez vurgulandığı, bu değerin en çok vurgulandığı ünitenin Fitness olduğu ve sevgi değerinin tüm ünitelerde yer aldığı sonucuna ulaşılmıştır. Ö.Y. ve M.Y. ders kitaplarında sevgi değerinin en çok (Fitness) ve en az (Health) yer aldığı ünitelerin aynı oldukları görülmektedir. Sevgi değeri ile ilgili bulgular incelendiğinde, sevgi değerinin M.Y. ders kitabında Ö.Y. ders kitabına göre daha çok yer aldığı sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca sevgi değerinin hem Ö.Y. hem de M.Y. ders kitaplarında en çok vurgulanan değer olduğu görülmektedir. Başaranol (2017) çalışmasında, farklı sınıf düzeylerinde incelenen 5 kitap içerisinde sevgi değerinin incelenen tüm kitaplarda 94 kez yer aldığı sonucuna ulaşıldığı belirtilmiştir. Aslan'ın (2019) çalışması incelendiğinde, sevgi değerinin 'sporseverlik, doğa sevgisi ve okuma sevgisi' gibi değerlerin alt boyutu olarak ele alındığı ve farklı sınıf düzeylerinde incelenen 4 kitabın toplamında 178 kez yer aldığı sonucuna ulaşıldığı belirtilmektedir. İngilizce ders kitaplarında değerlerin tespitine yönelik yapılan bu çalışmalardan da hareketle, sevgi değerinin araştırmalara konu olan İngilizce ders kitaplarının tamamında yer aldığı ve ders kitaplarında en çok ön plana çıkarılmak istenen değer olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

### ***Sorumluluk Değeri***

Ö.Y. ders kitabında sorumluluk değerinin toplamda 75 kez vurgulandığı, bu değerin en çok vurgulandığı ünitenin My Daily Routine olduğu ancak sorumluluk değerinin Movies ünitesinde hiç yer almadığı sonucuna ulaşılmıştır. M.Y. ders kitabında sorumluluk değerinin toplamda 123 kez vurgulandığı, bu değerin en çok vurgulandığı ünitenin My Daily Routine olduğu ancak sorumluluk değerinin Games and Hobbies ve Movies ünitelerinde hiç yer almadığı sonucuna ulaşılmıştır. Sorumluluk değeri ile ilgili bulgular incelendiğinde, sorumluluk değerinin M.Y. ders kitabında Ö.Y. ders kitabına göre daha çok yer aldığı sonucuna ulaşılmıştır. Aydın ve Aran'ın (2020) çalışmaları incelendiğinde, sorumluluk değerinin farklı sınıf düzeylerinde incelenen 4 kitabın tamamında yer aldığı ancak yetersiz düzeyde yer verildiğı sonucuna ulaşıldığı belirtilmiştir. Aslan'ın (2019) çalışması incelendiğinde, sorumluluk değerinin farklı sınıf düzeylerinde incelenen 4 kitabın toplamında 54 kez yer aldığı sonucuna ulaşıldığı belirtilmektedir. İngilizce ders kitaplarında değerlerin tespitine yönelik yapılan bu çalışmalardan da hareketle, sorumluluk değerinin ders kitaplarında yer alma sayılarının farklılık gösterdiği görülmektedir. Bu bilgilerden hareketle, İngilizce ders kitaplarında sorumluluk değerine yeterince yer verildiğı söylenebilir.

### ***Vatanseverlik Değeri***

Ö.Y. ders kitabında vatanseverlik değerinin toplamda 26 kez vurgulandığı, bu değer en çok vurgulandığı ünitenin Hello olduğu ancak Health, Movies, Party Time, Fitness ve The Animal Shelter ünitelerinde hiç yer almadığı sonucuna ulaşılmıştır. M.Y. ders kitabında vatanseverlik değerinin toplamda 12 kez vurgulandığı, bu değer en çok vurgulandığı ünitenin Festivals olduğu ancak Hello, Games and Hobbies, Health, Party Time, Fitness ve The Animal Shelter ünitelerinde hiç yer almadığı sonucuna ulaşılmıştır. Ö.Y. ve M.Y. ders kitaplarında vatanseverlik değerinin en çok yer aldığı ve hiç yer almadığı üniteler ise farklılık göstermektedir. Vatanseverlik değeri ile ilgili bulgular incelendiğinde, vatanseverlik değerinin Ö.Y. ders kitabında M.Y. ders kitabına göre daha çok yer aldığı sonucuna ulaşılmıştır. Başaranol'un (2017) çalışması incelendiğinde, vatanseverlik değerinin farklı sınıf düzeylerinde incelenen 5 kitabın tamamında 16 kez yer aldığı sonucuna ulaşıldığı belirtilmiştir. Aslan'ın (2019) çalışmasında ise vatanseverlik değerinin 'bayrak sevgisi' değerinin alt boyutu olarak ele alındığı ve farklı sınıf düzeylerinde incelenen 4 kitabın toplamında 3 kez yer aldığı sonucuna ulaşıldığı belirtilmektedir. İngilizce ders kitaplarında değerlerin tespitine yönelik yapılan bu çalışmalardan da hareketle, vatanseverlik değerinin ders kitaplarında yer alma sayılarının farklılık gösterdiği görülmektedir. Bu bulgulardan hareketle, vatanseverlik değerinin sadece belirli bir üniteye yoğunlaştığı dolayısıyla bu değer diğer ünitelere de yayılarak işlenmesinin daha faydalı olacağı ifade edilebilir.

### ***Diğerkâmlık Değeri***

Ö.Y. ve M.Y. ders kitaplarında diğerkâmlık değerine hiç yer verilmediği sonucuna ulaşılmıştır. Başaranol'un (2017) çalışmasında diğerkâmlık değeri ile ilgili bir sonuca ulaşılamadığı görülmektedir. Aslan'ın (2019) çalışması incelendiğinde, diğerkâmlık değeri ile ilgili bir sonuca ulaşılamadığı görülmektedir. İngilizce ders kitaplarındaki değerlerin tespitine yönelik yapılan bu çalışmalardan da hareketle, İngilizce ders kitaplarında diğerkâmlık değerine hiç yer verilmediği görülmektedir.

Çalışmanın nihai sonucu olarak, Ö.Y. ve M.Y. ders kitaplarındaki temel değerlerin üniteler içerisindeki dağılımlarının farklı olduğu görülmektedir. Ö.Y. ders kitabında; sırayla sevgi, saygı, sorumluluk, arkadaşlık, vatanseverlik, öz-denetim değerlerine yer verilmişken adalet, dürüstlük, sabır ve diğerkâmlık değerlerine yer verilmediği sonucuna ulaşılmıştır. M.Y. ders kitabında ise sırayla sevgi, sorumluluk, saygı ve arkadaşlık, öz-denetim, vatanseverlik, dürüstlük değerlerine yer verilmişken adalet, sabır ve diğerkâmlık değerlerine yer verilmediği sonucuna ulaşılmıştır. Her iki ders kitabında da en fazla sevgi değerinin ön plana çıkarılmak istendiği görülmektedir. Ayrıca, M.Y. ders kitabında dürüstlük değerinin sadece 1 kez vurgulanıp, Ö.Y. ders kitabında ise hiç vurgulanmaması dikkat çekmektedir.

Çalışmanın sonuçları doğrultusunda şu öneriler verilebilir:

- 5. sınıf İngilizce ders kitaplarında, Ortaokul İngilizce Dersi Öğretim Programında belirtilen temel değerlerin tamamına yer verilmelidir.
- Farklı kitap uygulamalarından kaynaklanabilecek problemlerin en aza indirilebilmesine için, ders kitaplarında yer almayan değerler tespit edilmeli ve ders kitapları buna göre oluşturmalıdırlar.
- Kitap yayınevleri ve yazarlarının İngilizce öğretim programlarında yer alması öngörülen değerlerle ilgili bilgilendirilebilir.
- Benzer bir çalışmanın dilbilimsel açıdan yapılmasının alanyazına katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

## KAYNAKÇA

- Alpar, M. (2013). Yabancı dil öğretiminde kültürel unsurların önemi. *The Journal of Language and Linguistic Studies*, 9(1), 95-106. <http://www.jlls.org/vol9no1/95-106.pdf>
- Aslan, H. İ. (2019). *Ortaokul İngilizce ders kitaplarındaki değerler*. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Sakarya Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Sakarya.
- Aydin, A. Z. & Aran, Ö.C. (2020). Ortaokul İngilizce ders kitaplarında evrensel değerlerin incelenmesi. *Dil Eğitimi ve Araştırmaları Dergisi*, 6(2), 733-751. doi: 10.31464/jlere.782361
- Baltacı, A. (2017). Nitel Veri Analizinde Miles-Huberman Modeli. *Ahi Evran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 3 (1), 1-14. <https://dergipark.org.tr/pub/aeusbed/issue/30008/29058>
- Başaranol, V. (2017). *Ortaöğretim İngilizce ders kitaplarının temel değerler açısından incelenmesi* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Abant İzzet Baysal Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Bolu.
- Batdı, V. & Oral, B. (2020). Bilimsel araştırmalarda geçerlik ve güvenilirlik. Oral, B. ve Çoban, A. (Ed.), *Kuramdan uygulamaya eğitimde bilimsel araştırma yöntemleri*, içinde (s. 115-143). Ankara: Pegem Akademi.
- Berkowitz, M. W. (2011). What works in values education. *International Journal of Educational Research*, 50(3), 153-158. [doi.org/10.1016/j.ijer.2011.07.003](https://doi.org/10.1016/j.ijer.2011.07.003)
- Ceylan, C., Gümüş, G. & Kabukçu, G. (2019). *Happy English 5 ders kitabı*. <https://ders.eba.gov.tr/> adresinden edinilmiştir.
- Doğan, Y. & Torun, F. (2018). Sosyal Bilgiler ders kitapları nereye doğru gidiyor. *The Journal of International Lingual Social and Educational Sciences*, 4(2), 111-125. <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/603806>
- Göçer, A. (2013). Türkçe öğretmeni adaylarının dil kültür ilişkisi üzerine görüşleri: Fenomenolojik bir araştırma. *Erzincan Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 15(2), 25-38. [http://turkoloji.cu.edu.tr/pdf/ali\\_gocer\\_turkce\\_ogretmeni\\_aday\\_dil\\_kultur.pdf](http://turkoloji.cu.edu.tr/pdf/ali_gocer_turkce_ogretmeni_aday_dil_kultur.pdf)
- Halstead, J. M. (1996). Liberal values and liberal education. In Halstead, J. M. & Taylor, M. J. (Eds.), *Values in education and education in values* (pp. 17-32). London: The Falmer Press.
- Millî Eğitim Bakanlığı [MEB] (2018). *İngilizce Dersi (2, 3, 4, 5, 6, 7 ve 8. Sınıflar) Öğretim Programı*. Ankara: Millî Eğitim Bakanlığı Yayınları.
- Schwartz, S. H. (1987). Toward a universal psychological structure of human values. *Journal of Personality and Social Psychology*, 53(3), 550-562. [doi.org/10.1037/0022-3514.53.3.550](https://doi.org/10.1037/0022-3514.53.3.550)



- Sönmez, V. & Alacapınar F. G. (2019). *Örneklendirilmiş bilimsel araştırma yöntemleri*. Ankara: Anı Yayıncılık.
- Sözer, Y. & Aydın, M. (2020). Nitel veri toplama teknikleri ve nitel veri analiz süreci. Oral, B. ve Çoban, A. (Ed.), *Kuramdan uygulamaya eğitimde bilimsel araştırma yöntemleri*, içinde (s. 249-281). Ankara: Pegem Akademi.
- Türk Dil Kurumu ([TDK] (2021). <https://sozluk.gov.tr> (Erişim tarihi: 11.06.2021).
- Ulum, Ö. G. & Bada, E. (2016). Cultural elements in EFL course books. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 15(1), 15-26. <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/223119>
- Usta, M. E., Demirtaş, Z. & Demir, M. Ş. (2013). Yurtdışına gitmiş eğitimcilerin küreselleşmeye ilişkin görüşleri. *Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 10 (1), 227-247.
- Veugelers, W. & Vedder, P. (2003). Values in teaching. *Teachers and Teaching: theory and practice*, 9(4), 377-389. doi: 10.1080/1354060032000097262.
- Yalar, T. & Yalpan-Yelken, T. (2011). Değerler eğitiminin iyileştirilmesi ile ilgili öğretmen görüşlerinin belirlenmesi ve bir program modülü örneğinin geliştirilmesi. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(38), 79-98. <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/70310>
- Yalçın, M., Genç, G., Orhon, N. Ö. & Şahin, H. (2019). *İngilizce 5 ders kitabı*. <https://ders.eba.gov.tr/> adresinden edinilmiştir.
- Yeşil, M. (2016). Dil ve değer. *Süleyman Demirel Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, (36), 121-141. <https://dergipark.org.tr/en/pub/sduifd/issue/48317/611689>.
- Yıldırım, A. & Şimşek, H. (2018). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Geliş Tarihi:

13.04.2022

Kabul Tarihi:

28.05.2022



Yayımlanma Tarihi:

15.06.2022

Kaynakça Gösterimi: Yazıcıoğlu, M. S. (2022).  
Matüridi günümüze ne söyler?. *İstanbul Ticaret  
Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 21(43), 566-587.  
doi: 10.46928/iticusbe.1103033

## MATÜRİDİ GÜNÜMÜZE NE SÖYLER?

*Derleme*

Mustafa Said Yazıcıoğlu  

Sorumlu Yazar (Correspondence)

İstanbul Ticaret Üniversitesi

[msyazicioglu@ticaret.edu.tr](mailto:msyazicioglu@ticaret.edu.tr)

1971 yılında Ankara Üniversitesi İlahiyat Fakültesinden mezun olmuştur. 1997 yılında Paris- Sorbonne'da Doktorasını tamamladı. Ankara Üniversitesi İlahiyat Fakültesinde 1983 yılında Doçent, 1988 yılında Profesör oldu. 1987-1992 yılları arasında Diyanet İşleri Başkanı, 1993-1997 tarihlerinde Yükseköğretim Kurulu (YÖK) Üyeliği, 1994-2002 yıllarında, üç dönem Ankara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dekanlığı, 1996-2002 yıllarında UNESCO Türkiye Milli Komisyonu Yönetim Kurulu Üyeliği görevlerinde bulundu. 2002 tarihinde Adalet ve Kalkınma Partisi Ankara Milletvekili seçildi. İslam Konferansı Örgütü Parlamentolar Arası Birlik (İKÖPAB) Türk Gurubu Başkanlığını yürüttü. 2007 yılında tekrar Ankara Milletvekili seçildi. 2007-2009 yıllarında Türkiye Cumhuriyeti 60. Hükümetinde Devlet Bakanı olarak görev yaptı. Bağlı kurumlar olarak Diyanet İşleri Başkanlığı ve TİKA'nın yanında Balkanlar, Kafkaslar, Orta Asya Türk Cumhuriyetleri ve akraba toplulukları ile ikili Kültürel, Siyasi ve Ekonomik İlişkiler, Türkiye Dışında Yaşayan Türk vatandaşlarının Sorunları gibi görev alanlarında çalıştı. 2012 yılında siyaseti bıraktı ve 2014 yılından beri İstanbul Ticaret Üniversitesinde akademik hayatına devam etmektedir. Bu Üniversitede Dekanlık ve Rektör Yardımcılığı görevlerinde bulundu. İnsan ve Toplum Bilimleri Fakültesi Siyaset Bilimi ve Uluslararası İlişkiler Bölümünde Öğretim Üyesi olarak görevine devam etmektedir.

## MATÜRİDİ GÜNÜMÜZE NE SÖYLER?

Mustafa Said Yazıcıoğlu  
[msyazicioglu@ticaret.edu.tr](mailto:msyazicioglu@ticaret.edu.tr)

### Özet

İslam dünyası Emevi saltanatı ile farklı bir yöne evrilmiş, din ile siyaset iç içe girerek bir eksen kayması yaşanmıştır. Buna rağmen 8-12. Yüzyıllarda Orta Asya'da önemli bir medeniyet yaşanabilmiştir. Serbest düşünce ortamı ve ifade hürriyetinin hâkim olduğu bölgede Harezmi, Farabi, İbni Sina, Biruni gibi filozof ve bilimler, Matüridi gibi din âlimleri bu ortamın oluşmasında kilit roller üstlenmişlerdir. Daha sonra bu parlak medeniyet çeşitli iç ve dış nedenlerle sönmüş ve kendini tekrar ederek yeniliklere kapanmıştır. O dönemin etkili düşünürlerinden olan ve bir İslam inanç sisteminin oluşumuna vesile olan Matüridi, zaman içinde ihmal edilerek unutulmaya terk edilmiştir. İslam dünyasının günümüzdeki içine kapalı, tutuk, sorunlarına çözüm üretemeyen, eksen kaymasına uğramış din anlayışını bir türlü aşamayan yapısı, yeni açılımlara ihtiyaç duymaktadır. İşte bu noktada ihmal edilmiş, özgür düşünceye alan açan Matüridi düşünce yapısının tekrar aktive edilmesine ve yol göstericiliğine ihtiyaç bulunmaktadır. Kur'an'ın insan verdiği değeri yeniden ona kazandırabilecek, insanı, aklını kullanan, duruşu olan, düşüncesini her ortamda ifade edebilen, sorumluluk sahibi ve hür iradesi ile yaptıklarının hesabını vereceğinin bilincinde bir varlığa dönüşmesinde, Matüridi düşünce yapısının katacağı çok şeyler bulunmaktadır.

**Amaç:** İslam düşüncesinin parlak dönemlerinde ve o dönemlerin şartlarına göre oluşturulan düşüncelerin günümüze ışık tutması ve kaybedilen bazı değerlerin günümüz şartlarında ihyası için Matüridi gibi bir düşünürün günümüze neler söyleyebileceği makalede irdelenecek ve okuyucunun takdir ve değerlendirmesine sunulacaktır.

**Yaklaşım:** İslam dünyasında eksikliği hissedilen, bilim ve teknolojiye atılım yapmanın en önemli göstergelerinden birisi olan düşünce ve ifade özgürlüğünde açılım yapacak düşüncelerin dini kökenlerini anlamak bağlamında Matüridi örnek alınacak bir konumdur. Asırlar önce dile getirilen düşüncelerin bugüne aktararak çözüm üretilmeyeceği bilinen bir husustur. Ancak o üstün medeniyet döneminde ortaya koyan düşüncelerin günümüze söyleyebileceği çok şeyler de vardır. Bu çalışmada, dini referansları bağlamından hareket ile ele alıp bilim ve teknolojiye atılımın ne temel göstergelerinden olan düşünce ve ifade özgürlüğünde açılım yapılarak düşüncelerin dini kökenlerini anlamak bağlamında Matüridi düşüncesi örnek olarak gösterilemeye çalışılacaktır.

**Yöntem:** Bu çalışma deskriptif yöntem kullanılacak olup, Matüridinin görüşlerine ilişkin analiz yapılarak, İslam düşüncesine katkısı ortaya konulacaktır.

**Anahtar Kelimeler:** Maturidî, Düşünce ve İfade Özgürlüğü, İslam Medeniyeti

**JEL Sınıflandırması:** Z10

## WHAT DOES MATURIDI SAY TO TODAY?

### **Abstract**

The Islamic world evolved in a different direction with the Umayyad reign, and an axis shift was experienced by intertwining religion and politics. Despite this, an important civilization was lived in Central Asia in the 8th-12th centuries. Philosophers and scholars such as Harizmi, Farabi, İbni Sina, Biruni, and religious scholars such as Maturidi played key roles in the formation of this environment in the region where the free thought environment and freedom of expression were dominant. Later, this brilliant civilization was extinguished due to various internal and external reasons and closed to innovations by repeating itself. Maturidi, one of the influential thinkers of that period and instrumental in the formation of an Islamic belief system, was neglected and forgotten over time. The structure of the Islamic world, which is closed, stagnated, unable to produce solutions to its problems, and cannot overcome the understanding of religion that has undergone a shift in its axis, needs new initiatives. At this point, there is a need for re-activating and guiding the Maturidi mindset that has been neglected and opened up space for free thought. The Maturidi mentality has a lot to contribute to the transformation of the human being into a being who can regain the value that the Qur'an gives to him, who uses his mind, who has a stance, who can express his thoughts in any environment, who is responsible and who is aware that he will give an account of what he has done with his free will.

**Purpose:** In the article, what a thinker like Maturidi can say to the present day, in order to shed light on the ideas created in the heyday of Islamic thought and the conditions of those times and to revive some of the lost values in today's conditions will be examined in the article, and presented to the reader's appreciation and evaluation.

**Approach:** Maturidi is in an exemplary position in terms of understanding the religious roots of ideas that will open up freedom of thought and expression, which are one of the most important indicators of making a breakthrough in science and technology, and phenomena that the Islamic world lacks. It is a known issue that the ideas expressed centuries ago cannot be solved by transferring them to the present. However, there are many things that the ideas that emerged in that superior civilization period can tell us today. This study will try to show the Maturidi thought as an example, in the context of understanding the religious origins of thoughts by opening up the freedom of thought and expression, which are the main indicators of progress in science and technology, by considering the religious reference.

**Method:** In this study, the descriptive method will be used, and the analysis of Maturidi's views will be conducted and his contribution to Islamic thought will be revealed.

**Keywords:** Maturidi, Freedom of Thought and Expression, Islamic Civilization

**JEL Classification:** Z10

## GİRİŞ

İslam dünyasının içinde bulunduğu siyasi, ekonomik, sosyal ve kültürel konumu düşündüğümüzde izah etmekte güçlük çektiğimiz pek çok sorunlu alanla karşılaşırız. Bölgemizde yaklaşık on yıldır Suriye ekseninde yaşanan katliamlar, dramlar ve telafisi mümkün olmayan acılar, bölgesel bir sorun olmaktan çıkmış, uluslararası boyut kazanmıştır. Aynı coğrafyada bulunmayan, bölge ile menfaatleri dışında hiç ilgileri olmayan ülkeler, kendi bakış açılarına göre, sözüm ona çareler üretme yarışına girmektedirler.

Peki, asıl sorumlu olması gereken İslam ülkeleri ve onların siyasi birliğini oluşturan İslam İşbirliği Teşkilatı (İİT) ne yapıyor? Bu ve diğer bölge sorunları ile ilgili aktif girişimleri olmuş mudur? sorusuna verilebilecek makul ve ikna edici bir cevap yoktur. Batılı güçlerin kendi hesapları doğrultusunda, bölgeye yönelik faaliyetleri karşısında nasıl bu kadar duyarsız ve çaresiz kalınabilir?

Niçin bu durumda olduğumuzun bir izahının yapılması gerekmez mi? Bu, gerçekten kafa yorulması gereken önemli ve can alıcı bir sorudur. Değişik yorum ve izahlar elbette yapılıyor, ancak bunlar derlenip toparlanmaya bir türlü vesile olamıyor.

Genel geçer izahlardan sonuç alınamadığı için gerilere gidip bazı tahlil ve çıkarımlar yapmak gerekmektedir. Hz. Peygamberin vefatı sonrası yerine geçecek kişiyi belirlemek amacı ile Beni Saîde gölgeğinde (Sakifetü Beni Saîde) toplanan Müslümanlar, ilk defa siyasetle din arasında kalarak bir tercihte bulunacak olmanın sancılarını yaşamışlar, karar vermekte zorluklar çekmişlerdir. İslam öncesi cahiliye döneminde toplum hayatını derinden etkileyen güçlü kabilecilik ve asabiyet geleneği, İslam Peygamberi tarafından Kur'anî ilkelerle bağdaşmadığı için yasaklanmış, Müslümanların hayatından çıkarılmıştı. Ancak Peygamberin vefatı ile bu anlayış yeniden hortlamış, Beni Saide'deki seçimi etkileyerek ilk fitne tohumlarının saçılmasına yol açmıştı. Siyasetin din üzerindeki ilk etkisi böylece hissedilmiş olmakla, Peygambersiz hayatın zorlukları da başlamış oluyordu. Daha sonraları iktidar uğruna Müslümanlar birbirlerinin kanını akıtmış, siyasi görüş ayrılıkları sonucu baş gösteren husumet ve ihtilaflar asırlar boyu devam etmiştir. Din ile siyaset arasındaki bağdaştırılması zor yaklaşımlar Müslümanların aklını karıştırmış, ihtilaflar zaman içinde sertleşerek toplumu derinden etkilemiştir. Sonuç olarak İslam siyasal kültürü doğru eksen üzerinde gelişememiş, İslam tarihi boyunca süregelen farklı anlayış ve tartışmalar günümüze kadar devam etmiştir.

Hz. Peygamber sonrası dönemde yaşananlar bize yol gösterecektir. Dört halife döneminden sonra iktidarı, çok da meşru olmayan bir biçimde ele geçiren Muaviye saltanatında, bazı ciddi sapmaların yaşandığı, insana kişilik ve güç veren, omurgalı bir duruş sağlayan, bunun yanında sorumluluk da yükleyen “*kader*” ve “*takdir-i ilahi*” gibi temel kavramların içlerinin boşaltılmış olduğunu, sorumluluğun “*Aşkın bir Varlık*”a ötelenerek mecrasından saptırılmış bir şekilde günümüze kadar ulaştığını görüyoruz. Bu anlayış belleklere kazınıp yerleşince hesap verme, sorumluluk, işin hakkını vermek gibi hayati kavramlar işe yaramaz hale getirilmekle, bir yandan Allah'ı işimize ortak ederek hem büyük bir yanlışlığa düşülüyor hem de bu tavır dindarlık diye sunulmuş oluyordu. Siyaset bu

anlayış sayesinde rahatlamış, olumsuzlukların adresi olmaktan çıkmış, dilediği gibi davranma imkânı bulabilmiştir.

Bu kavramların İslam dünyasında hala yanlış anlaşıldığı, bunun da çok olumsuz durumlara yol açtığını söylemek abartılı olmaz. Kur'an'ın ortaya koyduğu insan tasavvuru ile günümüz insanı arasında büyük farklılıklar bulunmaktadır. Kur'an akletme melekesine sahip, eylem ve icraatlarını kendi hür iradesi ile yapabilen, yerlerin ve göklerin emrine verildiği, her türlü nimetin kendisine sunulduğu bir varlıktan bahseder. Ancak günümüzde insan aciz, akli ermeyen, kendine güveni olmayan, elinden pek bir şey gelmeyen, bir kurtarıcı bekleyen pasif bir konuma indirgenmiştir. Bu durumda etrafımızda ve bölgemizde olup biten olumsuzluklara çözüm üretmekte yetersiz kalıyor, yabancı güçlerden çare ve medet umuyoruz.

İşte bu noktada, özellikle son yıllarda gündeme gelmeye başlayan Matüridi düşüncesine bir giriş yapabiliriz. Bu yazıda Matüridi'nin özgür düşünce, hür irade veya günümüz tabiri ile fikir ve düşünce özgürlüğü konularına nasıl bir açılım getirdiği üzerinde durulacaktır. İslam toplumlarında pek tartışılmayan, ancak tüm sorunların çözümünde anahtar rol oynayan bu kavramların üzerleri örtülmüş, yanlış bir kader ve takdir-i ilahi anlayışının arkasına saklanılarak bu günlere gelinmiştir. Ancak Matüridi'ye göre insan, iradi fiil ve eylemlerini kendi hür iradesi ile gerçekleştirmekle, dünya ve ahiret hayatını belirleyebilecek bir konumda bulunmaktadır.

Bu süreci Matüridi kısaca şöyle izah etmektedir. İnsan çeşitli şeyleri isteyip arzu edebilir. Bir anda istediği veya arzu ettiği şeyi daha sonra istemeyebilir. Bir an beğenip yapmak istediği bir şeyden vazgeçebilir. İradede böyle bir gelme gitme durumu vardır. Ancak öyle bir an gelir ki insan artık bir şeyi yapmaya kesin kararını vermiştir. Kesin kararlar o işe yöneldiğinde iradesi artık “*azm*”e dönüşmüştür. Bu, geriye dönüşü olmayan bir durumdur; okun yaydan çıktığı gibi geriye dönüş de yoktur. Matüridi kelamcısı İbni Humam “*azm musammam*” kavramı ile bu duruma işaret eder<sup>1</sup> (Humam, 1889, s. 111-112)

Bu noktada Allah'ın yaratması devreye girmekte, insanın geri dönülmez bir kararlılıkla yapmak istediği şey Allah tarafından yaratılmaktadır. Bu fiilin Allah tarafından yaratılması demek, insanın o fiili/eylemi yapması demektir. Bu durumda seçimi yapıp onu fiiliyata geçirmek isteyen insan, Allah'ın yaratması sonucu onu eyleme dönüştürmektedir. Burada Allah'ın yaratması insanın güçlü ve kesin isteği doğrultusunda gerçekleşmektedir. Bu izahtan akla şöyle bir soru takılabilir. Allah'ın yaratması insanın iradesine mi bağlıdır? Elbette Allah'ın yaratması herhangi bir kayıt ve şart kabul etmez; burada bir mecburiyet de söz konusu değildir. Matürüdi ekolünün büyük ismi Ebu'l-Mu'in en-Nesefi bu konuda “*Allah, insanın yapmaya (kesbetmeye) kastettiği (azm) her fiili yaratmaya âdeti tesis etmiştir*” ifadesini kullanır (en-Nesefi, 2003, s. 204).

---

<sup>1</sup> Ayrıca bkz. Taftazani, (1908). *Şerh el Akaid en-Nesefiyye*, s.111.

Nesefi'nin burada söylemek istediği, Allah'ın yaratması mecbur olduğundan değil, insanı sorumlu tutabilmesi için, belli bir alanda, onun dilediği gibi davranabilmesine imkân vermek içindir. Aslında Allah insanın bu şekilde arzu ettiği fiili yaratmayabilir. Ancak seçtiği fiili yapma konusunda onu serbest bırakmakta olup, sonucuna göre ceza veya mükâfatını vermek için insanın isteği doğrultusunda hareket etmektedir.

Burada önemli olan husus insan iradesinin durumudur. İnsan iradesi ne ölçüde hürdür, iradenin Allah tarafından yönlendirilmesi söz konusu mudur sorusu haklı olarak akıllara gelir. Matürüdi ve Nesefi insan iradesinin hür ve kendi başına hareket edebileceğine inanıyor görünmektedir. Allah insana “cüz’i irade”sini vermiş, onun yönetimini de tamamen kendisine bırakmıştır. İradenin kullanılmasında veya yönlendirmesinde bir müdahale söz konusu olsa insan eylemlerinde hür olamaz; bu durumda insanın sorumluluğunu izah da imkânsız olur.

Matürüdi'nin bu izah tarzı İmam-ı Azam'ın temellendirdiği anlayışta yatmaktadır. İmam-ı Azam “*el-Fıkh’ul Ekber*” adlı risalesinde şöyle der: “*Yüce Allah mahlûkatı iman ve küfürden soyutlanmış bir şekilde yaratmıştır. Sonra onlara (bazı şeylerin yapılmasını) emredip (bazı şeylerin yapılmasını da) yasaklamıştır. (Bundan sonra) küfre düşen kendi fiili ile küfre düşmüştür. Onun (küfre düşmesi) kendi fiili ve inkârı sebebi ile, Allah’ın onu terki sebebi ile olmuştur. İman eden kendi fiili ile iman etmiştir. Onun ikrarı ve tasdiki Allah’ın tevfiği ve yardımı sayesinde olmuştur*”.

Bu ifadeler çok açık ise de şu şekilde yorumlanabilir: İnsan mümin veya kâfir olarak doğmaz. Bu vasıflardan arınmış, nötr olarak doğar. Ancak Allah Kur’an’da insanlara hitap etmiş, bazı davranışların yapılmasını istemiş, bazılarını da yasaklamıştır. Bundan sonra insanları serbest bırakmıştır. Bu noktada inanç açısından hayati önemde olan iman ve küfür fiilini ele alarak şu yorumu yapabiliriz: İnsan iradesini kullanarak küfür yönüne meylederse, daha önce açıklanmaya çalışıldığı gibi, Allah onun için küfür halini yaratır; insan da istediği bu duruma kavuşmuş olur. Şüphesiz Allah’ın rızası bu yönde değildir. Zira Kur’an bunu hiçbir tereddüde mahal bırakmayacak bir şekilde belirtmiş, bu yolun sonunun hüsrân olacağını beyan etmiştir. Ancak insan hür iradesini bu yönde kullanmaya azmetmişse Allah onu terk eder, kendi halinde bırakır ve böylece insan dilediği istikamete gitmiş olur. Şayet iman yönünü seçmişse, Allah’ın rızası o yönde olduğu için insan mümin vasfını kazanır. Bu durumda Allah’ın tevfiği ve yardımı doğal olarak devam etmektedir. Yani insan bu noktada kendi hür iradesi ile yolunu bizzat çizip belirlemiş olmaktadır.

Yine aynı risalede şu ifade de yer almaktadır: “*(Allah) yaratıklarından hiç kimseyi iman veya küfre zorlamamıştır. (İnsanları) mümin veya kâfir olarak da yaratmamıştır. Onları şahıslar olarak halk etmiştir. İman ve küfür insanların fiilidir*”.

İmam-ı Azam'ın iman ve küfrü insanın fiili/eylemi olarak görmesi çok önemli bir tespittir. İnsan hürriyetinin nasıl anlaşılması gereğine işaret eden bu anlayıştan nerelere savrulduğumuzu tespit bakımından fevkalade öneme sahiptir. Allah insanı uyarmasına rağmen O'nun rızasının aksine, küfür yönünü tercih ederse ve o istikamete gitmeye azmederse Allah ona mani olmadığı gibi, küfür fiilini

onun için yaratarak eylemini gerçekleştirmesine müsaade ederek imkân tanıyor. Allah kulunun küfre düşmesini istemez, ancak onu serbest bırakmak için dilediği fiili işlemesine yardımcı olmaktadır. Her ne kadar rızası o istikamette olmasa da kulunu terk etmekle insan istediği fiilini gerçekleştirmiş olur. Burada sorumluluk, insanın hür iradesi ile yaptığı seçim sonucu bizzat kendisine ait olmaktadır.

Matüridi'nin insan fiilinin oluşumunu izah ederken, insanın kararlılığı sonucu Allah'ın o fiili yaratması ile insanın eylemini gerçekleştirdiğini ifade etmiştik. Bu karmaşık ve dolambaçlı ifade tarzı Kur'an'daki "*Her şeyin yaratıcısı Allah'tır*" (6/102, 13/16, 39/62, 40/62) ayetinin bağlayıcılığı ile ilgilidir. "*Sizi de yaptıklarınızı da yaratan Allah'tır*" (37/96). Bu ayetlerin mantıki sonucu şöyledir:

Allah her şeyin yaratıcısıdır,

İnsan fiili bir şeydir,

İnsan fiili de Allah tarafından yaratılmıştır.

"*Her şeyin yaratıcısı*" dendiğinde mevcut olan her şey bu kapsama dâhil edilmektedir. Yani Allah'ın yaratması her şeyi kapsamaktadır. Burada hiçbir istisnanın kabul edilmediği anlayışı vardır. Allah'ın yaratmasına halel getirilmemesi, bu noktadaki hassasiyetin zedelenmemesi için bu şekilde bir izah tarzı geliştirilmiştir. Ancak Mutezile bu noktada farklı bir düşünce sistemine sahiptir (Yazıcıoğlu, 2017, s. 126).

Mutezile düşünürleri insanın yapıp ettiklerini izah ederken çok daha serbest davranarak daha kolay anlaşılır bir yorum geliştirmişler, "*kişi fiilinin/eyleminin yaratıcısı/yapıcısıdır*" sonucuna varmışlardır. Demek istenir ki Allah insanı yaratmış, akıl fikir, güç kudret vermiş, akletme gibi bir nimetle donatmış, hür iradesi ile eylemlerini gerçekleştirebilme imkânı tanımış, sonuçları ile ilgili uyarılarını da yapmıştır. Dolayısı ile insan bu yetki ve kabiliyetleri ile istediği filleri/eylemleri gerçekleştirebilir. Burada karmaşık bir açıklama değil, çok daha yalın, sade, anlaşılması kolay bir anlatım söz konusudur. Onlara göre Allah insanı yaratıyor, hayat, kudret, irade gibi özellikler veriyor. Bu vasıfları ile insan dilediği eylemleri ortaya koyabiliyor. Mutezile insanın yaratmasını Allah'ın yaratması gibi kabul etmez<sup>2</sup>. Mutezilenin kastettiği, insanın işi neticesinde meydana gelen şeydir. İnsanın yaptığı şey, elbette Allah'ın yaratmasına benzemez. Mutezile bu noktada tutarlıdır. Kaldı ki yaratma yoktan var etme anlamını taşıdığı gibi yaratılan şeylerden bir şey yapma anlamına da gelir. Yoktan var etme sadece Allah'a aittir. Var olandan bir şey yapmanın insanın gücü dâhilinde olması itibarı ile yaratma olarak kullanılabilir. Ünlü Mutezili düşünür Ebu Ali el-Cübbâî (ö.303/915) Tefsirinde "*Allah her şeyin yaratıcısıdır, (ancak) yaratıklarının filleri istisnadır. Şayet bu filler Allah tarafından yaratılmış olsa Allah'ın onlarla ilgili emir ve yasaklar koymasının anlamı olmazdı*" der (Gimaret, 1994, s. 715-716).

<sup>2</sup> Semerkandi, Ş. *Matüridi'nin te'vilatına yapılan şerh*. No.179. Vr. 460a. Medine: Topkapı Saray.



Mutezile ayrıca “*Yaratanların en güzeli olan Allah ne uludur*” (23/14) ayetinde geçen “*yaratanların en güzeli*” ifadesinden yaratıcının tek olmadığı, insanların da fiillerinin yaratıcısı olduğu, ancak içlerinde en güzelinin Allah olduğunun anlaşıldığını söyler. Başka bir ifade ile Allah’ın her yaratan üzerinde bir üstünlüğü söz konusudur. “*Kâtiplerin en iyi yazanıdır*” dendiğinde, birden çok kâtibin olduğu, fakat içlerinden birinin diğerlerinden daha iyi yazdığı anlaşılır<sup>3</sup> (Atay, İrade Hürriyeti, 2002, s. 83). Nesefi buna karşılık “*İlahların en büyüğü*” demek muhaldir; zira bu durumda başkalarına da ulûhiyet isnat edilmiş olmaktadır düşüncesini ortaya koyar. Mutezile ayrıca insanın yaratmasının Allah’ın yaratmasına benzemediğini, kastedilen şeyin insanın işi sonucu meydana gelen şey olduğunu söyler. İnsanın yaptığı şey elbette Allah’ın yapmasına benzemez<sup>4</sup>.

Bu düşünce biçimi Ehl-i Sünnet âlimlerince yoğun bir şekilde eleştirilmiş, Mutezile’ye, insana “*yaratma*” sıfatı verilmesinden dolayı her bir fiili için Allah’a şirk koştukları gibi ağır bir suçlama getirilmiştir. İnsanın hayatı boyunca sonsuz iş ve eylemi bulunduğu için, bu düşüncenin Allah’a sonsuz sayıda şirk koşulduğu anlamına geleceği söylenmiştir. Matüridi Arapların bir şeyi yapmaya da yaratma dediklerini kaydeder<sup>5</sup>. Nesefi’ye göre Allah adına insana da yaratma sıfatı veriliyor ama yaratma Allah manasında hakikat, insan manasında ise mecazdır<sup>6</sup>.

Bilindiği gibi Mutezilenin beş esasından birincisi “*Tevhid*” olup Allah’ın birliğini ifade eder. Mutezile bu konuda o kadar dikkatli ve hassastır ki Allah’ın birliğine zarar verir endişesi ile “ezeli sıfatları” reddetmişlerdir. Allah’a, O’nun dışında ezeli sıfat yüklemenin başka ezeli varlıklar kabul etmek anlamına geleceği için, Allah’ın sıfatları konusunda farklı bir anlayış geliştirmişler, sıfatların Allah’ın zatında mündemiç olduğunu söylemekle Tevhid prensibini, önemine binaen beş esaslarının birincisi olarak belirlemişlerdir.

Bu durum karşısında onları “sonsuz kere Allah’a şirk koşmuşlardır” şeklinde eleştirmek nasıl izah edilecektir? Bu, kendi doğrusundan başka bir hakikat kabul etmeyen bir anlayıştır. O dönemlerde kendi düşüncesini hâkim kılmak için bu tür kesin hükümler verilmiş olabilir. Ancak Mutezile o günden bugüne aynı anlayışla değerlendirilmiş, işin özüne bakmadan onlar hakkında verilen değer hükmü asırlarca İslam dünyasında kabul görmüştür. Böyle bir anlayışta, vebalin ötesinde düşüncüyü kısırlaştırma, farklı görüşlere tahammül göstermeme, tek tip bir anlayışı hâkim kılma ve nihayet hakikat tekelciliği yapma çabası vardır. Serbest düşüncüyü engelleyen, fikri gelişmeyi durduran bu tavır üzerinde düşünmek gerekir. Mutezile eleştirilecekse başka noktalardan hareket edilebilir. Söz gelimi serbest düşünce, düşünce özgürlüğü gibi günümüzde de konuşulan alanlarda müsamahalı ve hoş görülmesi bir görüntü vermişlerse de, bu düşüncüyü destekleyenlerin iktidarında tam tersi baskıcı, despot bir tavır sergileyerek pek çok insana zulmettikleri ve katlettikleri noktasından eleştiri getirilmesi daha uygun olurdu. Kaldı ki Mutezile düşünürleri olmasaydı Ehl-i Sünnet kendi içinde bu

<sup>3</sup> Nesefi, *Tabsire*, Vr.185 a-9,

<sup>4</sup> Semerkandi, Ş. *Matüridi’nin te’vilatına yapılan şerh*. No. 179. Vr. 46 a, Medine: Topkapı Sarayı.

<sup>5</sup> Semerkandi, Ş. *Matüridi’nin te’vilatına yapılan şerh*. No. 179. Vr. 590 b, Medine: Topkapı Sarayı.

<sup>6</sup> Nesefi, *Tabsire*, Vr.189 b. 4-9.

kadar gelişemezdi. Onların düşüncelerini eleştirmek için gösterilen çaba, Ehl-i Sünnet düşüncesini geliştirmiş, konuların daha felsefi ve düşünsel açıdan ele alınmasını sağlayarak seviye kazanmasına yol açmıştır. O dönemlerdeki fikir çatışmaları sonucu Mutezile mahkûm edilmiş adeta saf dışı bırakılmıştır.

O dönemlerin bu iç hesaplaşmalarının günümüze aynen yansıtılması ve sapkın görüşler olarak değerlendirilerek saf dışı bırakılması, dini kültürümüze katkı yapmadığı gibi taklitten kurtulmamıza da yardımcı olmamış, girilen kısır döngü günümüze kadar devam etmiştir. Farklı düşünceleri bir zenginlik olarak görmeyip onları boğmaya çalışmak içe kapanmayı tetiklemiş, duraklamaya ve nihayet geri gidişe yol açmıştır. Bu tavır bilimsel bir anlayış olmadığı gibi, bağlı olunan düşünce ve fikri geleneğin körü körüne taklit ve devam ettirilmesine yol açmıştır.

\*\*\*

Bu noktada ilk dönemlerle ilgili, biraz gerilere gidip bazı değerlendirmeler yapmak gerekiyor. Hz. Peygamber sonrası dönem, kültürümüzde hep eleştiri dışı tutulmuştur. 30 yıl kadar süren dört halife döneminin örnek alınacak pek çok yönünün yanında eleştirilecek ve dersler çıkarılacak davranış ve uygulamaları da vardır. Bu dönem Müslümanlarca eleştiri dışında tutulmakla ileriye yönelik bir siyasal düşünce sistemi geliştirilememiştir. İnsan hakları, ifade ve düşünce özgürlüğüne dayalı bir model oluşturulamamış, sonraki dönemlerde siyasal anlamda Nasihatname veya Siyasetnâme türünde bir kısım düşüncelerle iktifa edilmiştir. Kur'an'ın ortaya koyduğu yönetimle ilgili prensiplerden hareketle bir siyasal sistem üretememenin sıkıntıları günümüzde de çekilmektedir. Bugün İslam dünyasının en büyük sorunlarından birisi siyasal alanla ilgilidir. Dini alanın ilkeleri Allah tarafından konmuştur. Siyasal alan ise bu konularda ortaya konan ilkelerden hareketle, insan aklının ve ferasetinin çabası ile belirlenir. Bu dönemlerde yaşanan eksen kaymasının ne zaman ve nasıl başladığı tespit edilemezse düzeltme imkânı da çok zordur.

Müslüman nesillerin ortaya koyduğu uygulamaların, Kur'an ve hadis (?) ilkeleri ile uyuşup/örtüşüp örtüşmediği sorgulanmalıdır. Kur'an ölçü, kriter ve ayırt edicidir. Müslüman bireyle Kur'an arasına Müslüman geleneği girmiş, sonunda Kur'an'a uymakla geleneğe uymak karıştırılmıştır. Geçmişidealleştirmenin bir anlamı yoktur. Geçmişten ders almak yerine ona öykünme, onu olduğu gibi kabullenme bizi doğru sonuçlara ulaştıramaz. Bu dönemler merceğe altına alınmalı ki bu süreçte yaşanan olumsuzlukların, sonradan dini alana nasıl aktarıldığı ve oluşum döneminde dini algı ve olguyu nasıl bozduğu anlaşılabilir. Kur'anın “*ataların dini*” (31/21;2/170; 5/104) diye eleştirdiği durumu iyi tespit edebilmeliyiz. Olan bitenler Kur'an ve sünnet rehberliğinde değerlendirilmeli ve irdelenmelidir. Siyasal alandaki yanlışlıklar daha sonra dini ve ilmi alanlara sirayet etmiş, kültür inşası yanlış temeller üzerine oturtulmuştur. Yanlışlar tespit edilip sorgulanmak, onlardan ders almak yerine kutsanmıştır. Hz. Peygamber sonrası dönemde yaşanan bazı olumsuzlukların meşrulaştırılması çabaları sapmayı derinleştirmiş, eleştirel yaklaşım, Kur'an ve Sünneti eleştirmekle eş anlamlı olarak

görülmüştür. Bu anlayışın Kur’ani ilkelerle bağdaşmadığı ve doğru bir strateji belirlenmesini de engellediği görülmektedir. Yanlış zeminde doğrunun bulunması zor, hatta imkânsızdır.

Emevi dönemi, kanaatimize göre önemli sapmaların yaşandığı, siyasetin dini istediği şekilde yönlendirmesi ile eksen kaymasına yol açmıştır. “*Peygamberin halifesi*” kavramı “*Allah’ın halifesi*” ne dönüştürülmekle, Halifenin yaptığı her icraatın Allah adına yapılmış olduğu ve eleştirilmesinin imkânsız hale gelmesi sonucunu doğurmuştur. Emevi yönetimi sıkıntılı ve meşruiyeti sorgulanabilecek bir süreçten sonra hâkimiyet kurunca, meşruiyetini sağlayabilmek için cebr/kader anlayışının anlamını dönüştürüp içi boşaltılmış, keyfi bir anlam verilerek yapılan tüm haksız, hukuksuz işler ve zulümler aşkın bir varlığa gönderilerek toplumu istediği kıvama getirmiş ve yönlendirmiştir. Yönetim bu şekilde istediği icraatları topluma kabul ettirmekte zorlanmamıştır. Bu noktada kilit kavramlardan birisi “*kader*” olmuş, yapılan tüm olumsuz icraatlar kader kavramı ile izah edilerek çok önemli ve hayati bir kırılmanın yaşanmasına yol açılmıştır. İnsanlar ve toplum bu yanlış algıya göre yönlendirilmiş, etkisiz hale getirilerek pasifize edilmiş, iradesi adeta yok sayılmıştır. Her şey Allah’ın takdiri ile oluyordu; ancak insan bu olan bitenlerin neresinde sorusu cevapsız kalıyordu. Böylece insan sorumsuz bir varlığa dönüştürülerek otoriter ve baskıcı rejimin söylemlerini kabule hazır hale getirilmiş oluyordu.

İslam dünyasında daha yaygın olan Eş’ari düşüncesi, insana fikir ve düşünce bazında cimri davranmış, Cebriye düşüncesine yakın bir anlayışı benimseterek insan iradesini adeta yok saymıştır. İnsanı irade ve sorumluluk sahibi değil, adeta kurulmuş bir robot gibi gören bu yeni anlayış, insanı sorumluluğu olmayan aciz, apolitik bir varlığa dönüştürmüş, çok kolay yönlendirip yönetmekte zorluk çekilmemiştir. Emevi döneminde başlayan eksen kayması, iktidar gücünü arkasına alarak etkisi artan Eş’ari düşünce yapısı ile tabanını genişleterek etkin bir konum elde etmiştir<sup>7</sup>.

Hz. Peygamberin vefatı sonrası ilk halife olarak Hz. Ebu Bekir’in seçilmesi siyasi anlamda ilk kırılma noktalarından birisi olmuştur. En azından bir kesim tarafından oldubitti gibi algılanmış ve onaylanmıştır<sup>8</sup>. Son halife Hz. Ali dönemindeki Cemel ve Sıffin olayları/savaşları Müslümanlarda deprem etkisi oluşturmuştur. Şam Valisi Muaviye meşru halife Hz. Ali’yi çeşitli entrikalarla iktidardan uzaklaştırarak 661 yılında Emevi Devleti’ni kurmuştur. Muaviye ve ileri gelenler siyasi meşruiyet sıkıntısı çektikleri için bunu yatay bir meşruiyet kaynağı olan toplumdan almaları mümkün görünmüyordu (Akbulut, Müslüman Kültürde Kur’ana Yabancılaşma Süreci, 2017, s. 23). Bu sebeple dikey bir meşruiyet kaynağı bulmak amacı ile “*kader*” gibi çok önemli ve hayati kavrama el atarak onu etkisiz hale getirerek içini boşaltmak sureti ile toplumu istedikleri yönde oluşturma noktasında önemli bir enstrümana sahip oldular. Böylece kader bütün olumsuzlukların faturasını Allah’a kesen bir öğretiye dönüştü. Bu öğreti ustalıkla bir şekilde hem zalime hem de mazluma kurtuluş sağlayacak

<sup>7</sup> Detaylı bilgi için; Evkuran, M. (2012). *Sünni paradigmayı anlamak*. Ankara: Ankara Okulu Yayınları.

<sup>8</sup> Detaylı bilgi için; Akbulut, A. (2015). *Sahabe Dönemi İktidar Kavgası*. Ankara: Otto Yayınları.

bir manivelaya dönüştürülmekle, zalime zulmün, mazluma da acziyetinin gerekçesini sunmuş oluyordu.

Kader konusu böylece iman esaslarından biri gibi topluma benimsetildikten sonra hadislerin toplatılması konusuna el atılmış, hadisler üretilerek yürütülen siyasete destek sağlanmıştır. Dini ihtiyaçtan çok siyasal, sosyal ve kültürel ihtiyaçlar ön planda tutulmuştur. Bu yanlış anlayış iktidar sahiplerinin çok hoşlandığı, teslimiyetçi bir yapının oluşmasına da yol açmıştır. Bu dini anlayış zaman içinde siyasal alanda boyun eğen, itaatte kusur etmeyen apolitik bir anlayışa dönüşmüştür. Bağlı olduğu dini/siyasi oluşumun hiçbir hatasını, eksikliğini, görmeyen/görmek istemeyen tekelci bir anlayış bu geleneğin mirasıdır. Günümüz din algısı bu gelenek ve anlayışın etkisinde oluşmuştur. İslam dünyasının içinde bulunduğu çıkmaz bu anlayışta aranmalıdır.

İşte bu noktada Matüridi düşüncesinin önemi ortaya çıkmaktadır. Onun günümüzde ifade ve düşünce özgürlüğü anlamına gelebilecek düşünceleri ortaya koyarak insanı sorumlu ve üretken bir varlık olarak görmüş olması çok önemlidir. Daha yaygın olan Eş'ari düşüncesinden farklı bir yaklaşıma onu götüren sebepler acaba neler olabilir? Nasıl oluyor da Matüridi ufuk açıcı ve yaşadığı çağa göre çok farklı bir bakış açısı ortaya koyabilmiştir?

Bu durumda Matüridi'nin doğup büyüdüğü ortama bir göz atmak gerekmektedir. Bilindiği gibi Matüridi Arap kültürünün egemen olduğu bölgenin dışında, başka bir ortamda yetişmiş bir düşünürdür. Matüridi bugün Özbekistan sınırları içinde bulunan Semerkand'ın dış mahallelerinden (rabad kısmında) olan Matürid'de doğmuş, eğitimini burada almış ve 944 yılında orada vefat etmiştir. O dönemlerde Orta Asya'da çok ileri bir medeniyetin var olduğunu biliyoruz. Buhara ve Semerkand'ın yanında Herat, Gazne, Belh, Ürgenç gibi merkezlerde kent bilincinin olduğu, taş döşeli sokaklar, hamamlar, ileri sulama teknikleri adeta bir hidrolik medeniyetini andırıyordu (Starr, 2019, s. 82). Bugünkü Afganistan sınırları içinde bulunan Gazne, Herat, Belh gibi merkezler ticaret ve kültürlerin buluşma noktası idi. Tıp, mühendislik, tarım ve astronominin yanında farklı fikirlerin rahatlıkla ifade edildiği serbest tartışma ortamının mükemmelliği ile öne çıkan bu bölgelerde Samanoğulları yönetimi hüküm sürüyordu. Fikri ve düşünsel planda hiçbir baskının olmadığı böyle bir ortamda yetişen Matürüdi'nin düşünce yapısı elbette farklı olacaktı. Frederick Starr'ın şu ifadeleri ortamı özetlemektedir: *“Karşılaştıkları dinleri ve fikirleri anlamlı hale getirmeye çalışan Orta Asyalılar kayıt altına alma, tahlil etme, derleme ve yeni inançların mukaddes metinleri arasında bağ kurma hususunda hüner kazanmışlardı.”* (Starr, 2019, s. 151)

Matüridi'nin doğup yetiştiği Semerkand işte böyle kültür ve medeniyet seviyesi yüksek merkezlerden birisi idi. Maverünnahrin en önemli kültür ve ilim merkezi olan bu kentte mescitlerde ilmi münakaşalar yapılıyor, değişik fikirler rahatlıkla tartışılabilirdi (Aydınlı, 2019, s. 109). Horasan bölgesi güneşin üzerinde doğduğu belde diye anılır. Güneş elbette her beldenin üzerinde doğar, ancak bu ifade ile oradaki gelişmişlik seviyesi anlatılmak istenir. Burada çok sayıda özgür düşünceli, gelenek karşıtı insanlar da bulunur, hayatlarını rahat ve huzur içinde devam ettirirlerdi. Özgür

düşünceli insanlardan Müslüman olanlar olduğu gibi farklı düşünce yapısında olanlar bir arada yaşarlardı. Söz gelimi İbn Ravendi, önde gelen İslam karşıtlarındandı. Babası Yahudilikten –intikam için- İslam’a geçmiş, Mutezile’ye yanaşmış, Şiilikle ilgilenmiş, sonunda ateizmde karar kılmıştır. Bölge açık bir fikir çarşısı gibidir. Nişabur şehri kültürde şöret, zenginlikte önder, ticarete önemli bir merkezdir. Kaynaklara göre bu bölgelerde fakir köy çocukları bile eğitim almak üzere kasabalara ve şehirlere gönderilirdi.

Ticaretin çok canlı olduğu bölgede Semerkand önemli bir ticaret yolu üzerinde bulunduğu için her türlü yenilikçi fikir ve düşünceye açık bir ilim ve ticaret merkezi idi. Bu bölgelerde kâğıt üretimi Çin’li esirler vasıtası ile çok erken tarihlerde başladığı için kültürel hayatın canlılığına önemli bir alt yapı oluşturmuştu. Canlı bir ticaret hayatının kültürel temasları artırdığı, farklı dini ve fikri düşüncelerin yayılmasına yol açtığı bilinmektedir. O dönemlerde Mani dini mensupları da çok aktif bir tutum içinde bulunmakta idi. Mutezile düşüncesi de bütün heyecanı ve canlılığı ile bu ortamdan yararlanıyordu. Harezmi’de hidrolik mühendisliği denebilecek su teknolojisi alanında uzmanlaşmış insanlar bulunuyor, şehir aktif deprem bölgesi üzerinde bulunduğu için depreme dayanıklı inşaat teknikleri geliştiriliyordu. Başkent Ürgenç entelektüel bir merkez haline gelmişti. Onun yanında Merv, Nişabur ve Buhara Orta Asya aydınlanma çağıının önemli merkezleri olmuşlardır. El-Kindi (ö.873), er-Razi (865-925), Farabi (874-950), İbni Sina (980-1037) gibi filozofların yanında Matüridi, Nesefi, Buhari gibi dini ilimlerde düşünürler kendilerinden sonraki asırlara da damga vurmuş önemli şahsiyetlerdir.

Matüridi işte bu ortamda yaşamış, eserler kaleme almış ve öğrenciler yetiştirmiştir. Bu hareketli ortamdan elbette etkilenmiş, düşünce yapısı ona göre şekillenmiş, daha özgürlükçü yorumlarda bulunabilmiştir. İnsanların yaşadıkları kültürel ortamdan etkilendikleri, düşünce yapılarının ona göre şekillendiği bilinen bir husustur. Yönetimin de böyle bir ortamın oluşmasındaki katkısı da elbette önemli bir etkidir. Saraylarda sıklıkla ilim ve fikir sohbetlerinin yapıldığı bilinmektedir.

Matüridi’nin insan fiil ve eylemlerini izah ediş tarzı belki insana tam bir hürriyet alanı vermiyor. Her ne kadara eylemlerini hür iradesi ile belirliyor ise de o eylemin yaratılması Allah tarafından gerçekleştiriliyor. Bu da Allah’a ait olduğu kabul edilen yaratma alanına müdahale edebilme gibi bir durumla karşılaşılması içindir. Bu ince çizgi Matüridi’yi bilinen izah tarzına yönlendirmiştir. Hâlbuki “Allah insanı yaratmış, akletme melekesi, yetki ve sorumluluk vermiş, hür iradesi ile eylemlerini gerçekleştirmesini istemiştir” şeklindeki bir düşüncenin inanca aykırılığı olmamalıdır (Bardakoğlu, 2019, s. 161). Mutezile’ye karşı çıkma adına burada bir düşünce kısırlığına düşüldüğü görülmektedir. Kur’an’da pek çok yerde “*kendi ellerinizle yaptıklarınız*” şeklinde ifadeler bu düşünceyi doğrular niteliktedir.

Mutezile ise farklı görüş ve düşünce yapısı içinde insan fiilinin/eyleminin doğrudan yaratıcısı olduğunu söyleyerek farklı, mantıklı ve kolay anlaşılabilir bir açılım getirmektedir. Matüridi’nin endişesi Mutezile’de yoktur. Onlarda Allah’ın birliği konusunda bir şüphe bulunmamaktadır. Bu bir

yorum meselesidir. Allah'ın yaratması hakiki anlamda yoktan var etme olup, insanın yaratması mecazi anlamdadır. İnsan yaptığı işe yaratma diyor; zira Allah ona bir şeyi bilme ve yapma yeteneği ve gücü vermiştir. Başka bir ifade ile Allah insanı yaratmış, akıl ve fikir vermiş, ilim ve kudret vb. gibi sıfatlar vererek iş ve eylemlerini belirlediği çerçevede serbestçe yapabileceği bir alan oluşturmuştur. İnsan kendisine tahsis edilen bu kudretle, yaptıklarının hesabını vereceğini bilerek, eylemlerini gerçekleştirir ve kendini yaptığı işlerin faili, yapıcısı olarak kabul eder. Bu, Allah'ın yaratması gibi değildir. İnsana verilen yapma gücünün bir tezahürüdür. Matüridi “*Te'vilatü'l-Kur'an*” adlı tefsirinde “*Sizi de yaptıklarınızı da yaratan Allah...(37/96)*” ayetini yorumlarken şöyle diyor: “*Araplar bir şeyin yapıcısını 'halik' yani yaratıcı diye isimlendirirler... Yaratıcılık ifadesi O'nun dışındakiler için hakikat anlamında olmayıp, onların isimlendirme geleneğine binaen ayette yer almıştır.*” (el-Matüridi, *Te'vilatü'l-Kur'an* (Te'vilatü Ehl es-Sünne) , 2019, s. 191)

Matüridi her ne kadar entelektüel ve rahat diyebileceğimiz bir ortam içinde bulunuyor ise de içinde bulunduğu Ehl-i Sünnet anlayışının genel kabulünün dışına çıkamamıştır. Matüridi'nin yaşadığı bölgede ve dönemde serbest bir düşünce ortamı hâkim olsa da, her grubun kendi anlayışını savunma noktasında inatçı bir tutum içinde olmaları, düşünce dünyalarını bir ölçüde sınırlanmış olabilir. Matüridi'nin Mutezile karşısında takındığı tavır bu zaviyeden de değerlendirilebilir. Kendisini Mutezile ile polemige girmek zorunda hissetmesi, düşüncesini rahat bir şekilde ifade etmesine mani olmuş gibi görünüyor. Bunu, söylemek istediğinin Mutezile izahından çok farklı olmadığından anlamaktayız. Mutezile ile aynı çizgide görünmek o dönemin fikri ortamında bile sorunlu görülmüş, bilinen yorum ortaya konmuştur. Dönemin şartlarına göre, her ne kadar ifade hürriyetinin olduğu, bilimsel sayılabilecek bir ortam bulunsa da, fikri mücadele o bölgelerde de yoğun bir şekilde yaşandığı için, Matüridi de – her ne kadar öncelikli hasım olmasa da - bu anlayışa karşı bir duruş sergilemiş, kendi izah tarzını ortaya koymuştur. Matüridi öncelikli olarak Mani dini, Dehriye (Materyalistler), Zındıklar, Bâtiniye ve Karmatilerle mücadele etmişse de Mutezileye karşı da aynı mücadelenin o bölgelerde de yoğun bir şekilde sürdürüldüğünü biliyoruz.

Yaşadığı dönemde irade ve ifade hürriyetine bu derecede önem veren Matüridi düşüncesinin niçin yaygınlık kazanmadığı ve kitleleri etkileyemediği sorusu önemlidir. Bu düşünce yapısında kamusal bir düzenleme anlayışı bulunmasına rağmen, doğup geliştiği Orta Asya'da bile iki asır içinde adeta erimiş ve etkisiz kalmıştır.

Konu üzerinde pek çok yorum yapılmış, bir kısım izah tarzları ortaya konmuştur. Bilindiği gibi Eş'arilik adeta bir devlet doktrini olarak, belki de bilinçli bir şekilde çok daha geniş bir alana yayılma imkânına kavuşmuştu. Osmanlı döneminde bile inanç bakımından Matüridiye bağlılık sözde ifade edilmiş, ancak ondan sonrası adeta yok sayılmış, merak bile edilmemiştir. Matüridi veya bu düşünce ekolüne ait hiçbir eser Osmanlı medreselerinde yer bulmamış, hep Eş'ari eser ve şerhleri tercih edilmiş, eğitim bu düşünce etrafında şekillenmiştir.

Tabakat kitapları da Matüridi'yi göz ardı etmişlerdir. El-Bağdadi'nin (ö.1037) *el-Fark beyn el-Fırak* ve *Usul ed-Din'de*, Ebu'l-Muzaffer el-İsferaini'nin (ö.1078) *et-Tabsir fi'd-Din'de*, Şehristani'nin (ö.1063) *el-Milel ve'n Nihal'*inde ve nihayet İbn Hazm'm (ö.1063) *el-Fasl'*ında Matüridi'den bahsedilmez (et-Tanci, 1955, s. 1) (Allard, 1965, s. 420) (Watt, 1962, s. 390).

Matüridi'nin Türk olması, eserlerinin zor anlaşılır bir üsluba sahip olması da bu ihmalin sebeplerinden sayılmıştır. Özellikle Nesefi'de görülen Matüridi ekolüne has Semantik Metodun zorluğu da nedenlerden biri olarak gösterilir. *Kitabü't-Tevhid'*in zor anlaşılır bir üsluba sahip olduğu bilinen bir husustur. Onun *Te'vilat* adlı tefsirinin de öğrencilere verdiği derslerin sonradan kitaplaştırıldığı, dolayısı ile akıcı bir üsluba sahip olmadığı şeklinde görüşler de bulunmaktadır. Bu konuda farklı görüş ve değerlendirmeler ileri sürülebilir. Ancak gerçek olan husus, bu düşünce biçiminin şu veya bu sebeple ihmal edilmiş olması ve bunun İslam düşüncesinin gelişimini engelleyen önemli bir faktör olarak ortada durmasıdır (Düzgün, 2011, s. 24).

Şu hususu da belirtmekte yarar var. Eş'ari düşüncesi kendisinden sonra gelen Gazzali, Cüveyni, Bakıllani, Fahreddin Razi ve Aduddin İci gibi büyük isimler Eş'ariliği daha ileri noktalara getirerek devam ettirmişler, bu düşünce biçiminin zaman içinde gelişmesini sağlamışlardır. Oysa Matüridi'den sonra gelen Ebu'l-Mu'in en-Nesefi'yi saymazsak o derecede önemli ve etkin takipçiler yoktur. Bu da Matüridiliğin güçlü bir düşünce akımı olarak devamını sağlayamamıştır.

Bir medeniyet ivmesinin yakalandığı bu ortam 11. Yüzyıl sonlarına doğru iç mücadeleler dış baskı ve savaşlarla sekteye uğramış geriye gidiş önlenememiştir. Bu geriye düşüşün birçok nedenleri sayılabilir. İslam coğrafyasının içine düştüğü dağınıklığa son verip birleştirmeyi hedefleyen Nizamülmülk, bunu ideolojik ayrılık ve farklılıkları ortadan kaldırarak yapmayı denemiştir. Bu tavır farklı düşüncelere kapıyı kapatıp tekçi bir yapı oluşturmaya yöneldiğinde, düşünce ve ifade özgürlüğünün darbe yiyeceği, fikri üretimin gerileyeceği açıktı. Nizamülmülk bu düşüncesini gerçekleştirmek için Şafii mezhebini güçlendirmek gerektiğini düşünmüştür (Usta, 2019, s. 370). Sönmeye başlayan medeniyeti toparlama gayretlerine Gazali (ö.1111) de el atmış, kendi anlayışı doğrultusunda çabalar sarf etmiştir. Gazali bazılarıncı çöküşün sebeplerinden birisi olarak gösteriliyorsa da bu görüşün tarihi temellerinin olmadığını düşünenler de vardır (Usta, 2019, s. 319). Bu görüşü dile getirenlere göre İslam medeniyeti Gazali öncesi zaten kriz içinde idi, felsefe de can çekişiyordu. Gazali'nin felsefeye karşı savaş açtığı da unutulmamalıdır. Aslında felsefe tek başına elbette medeniyet çökertemez veya yükseltmez. Bunun için ekonomik, siyasi, kültürel etkenlerin de hesaba katılması gerekir. Felsefe ancak uygun bir zemin ve ortam varsa etkili olabilir. Orta Asya'da gelişen medeniyetin alt yapısı olarak felsefi düşünce, her alandaki ifade özgürlüğü sayesinde gelişip sağlam bir zemin oluşturmuştu. Nizamülmülk ve onu fikren destekleyenlerin programı bu olumsuz gidişatı durduramamıştır. Çünkü ileriye gitmek yerine geriye dönüşü çağrıştıran bu sürecin başarılı olması imkânı yoktu. Tarihin pek çok döneminde değişik sorunlarla karşılaşıldığında, kültürümüzde var olan, çare olarak kısıtlamalara ve geriye dönüğe kapı aralayan uygulamalara hep rastlanmış, ancak

bu çabalar hiçbir zaman beklenen sonucu verememiştir. İslam medeniyeti iç ve dış çeşitli nedenlerle çöküş sürecine girince toparlanma adına Eş'ari düşünce yapısının ihya edilmesi çabaları böyle bir niyetle öne çıkarılmış, ancak beklenenin tam tersi olmuş, yıkım daha da hızlanmıştır.

Din ile siyaset/devlet arasındaki ilişkilerden kısaca bahsedip, Matüridi'nin bu konudaki önemli bir açılımına vurgu yapmak gerekmektedir. Din-Siyaset ilişkisi tarih boyunca inişli çıkışlı bir seyir takip etmiştir. Hıristiyan Batı dünyasında devletle din/kilise arasındaki amansız mücadeleler yüzyıllar boyu sürmüş, engizisyon işkenceleri yaşanmış, katliamlar yapılmış sonuçta her iki tarafın alanlarının belirlenip ayrılması ile laiklik ilkesi kabul edilmekle bir ölçüde normalleşme sağlanabilmiştir. Ancak bu, sorunun tam olarak çözüldüğü anlamına elbette gelmez.

İslam dünyasında din hep devlet yapısı içinde yer almış, devletin diğer görevlerinden birisi gibi bir kamu görevi olarak algılanmış gelmiştir. İslamiyet'te ruhban sınıfı olmadığı için bu kesimle devlet arasında iktidar/hâkimiyet mücadelesi yaşanmamıştır. İslam dünyasında Batı menşeli laiklik prensibini uygulamaya sokan ülke Türkiye olmuştur. Batıda asırlar boyu süren mücadeleler sonucu ulaşılan laiklik uygulaması, Fransız anlayışının katı ve sert üslubu ile Türk toplumuna uyum sağlamada pek çok sıkıntılara yol açmış, sürekli tartışılan bir kavram olmuştur.

İslam'da hilafet/hâkimiyet sorunu genelde dini olmaktan ziyade dünyevi/siyasi bir konu olarak görülmüş, insanların anlayış ve ferasetine bırakılmıştır. Kur'an'da devletin oluşumu ve yönetimi ile ilgili hükümler bulunmamaktadır. Hz. Peygamber de vefatından önce bu önemli konuda bir beyanda bulunmamıştır. Ancak Kur'an yönetimle ilgili bazı ilkeler koymakla topluma yol göstermiştir. Karar alma süreçlerinde “*istişare*” etme, “*adalet*” ilkesine göre davranma, görevlendirmelerde “*liyakat*” ve “*ehliyet*”li kimselerin seçilmesi, yöneticilere “*itaat*” edilmesi ve bunlar gibi, modern yönetimlerin temel unsurlarını oluşturan ilkeler belirlenmiştir. Hz. Peygamber'e isnat edilen “*İmamlar/Halifeler Kureyş'tendir*” ifadesi tartışmalıdır. Böyle bir ifadenin Hz. Peygambere ait olamayacağına dair önemli çalışmalar vardır (Hatiboğlu, Hilafetin Kureyşliliği, 2011). Prof. Hatiboğlu da bu konuda şöyle demektedir: “*Benu Sakife'deki hilafet müzakerelerinde böyle bir hadisten asla bahsedilmemiş olduğu tarihi bir gerçektir*” (Hatiboğlu, İslam'ın Aktüel Değerleri Üzerine, 2009, s. 138). Peygambere Nübüvvet görevi Allah tarafından verilmiştir. Ancak onun Medine'de oluşturduğu devlet ve onun başında olması hususu, ilahi misyon gereği olmasından ziyade o günün siyasi ve sosyal şartlarından kaynaklanmış olsa gerektir.

Matüridi bu nokta ile ilgili olabilecek diyanet-siyaset ayrımı yaparak önemli bir açılımda bulunmuştur (Kutlu, 2017, s. 110). Sönmez Kutlu'ya göre Matüridi diyanet-siyaset ayrımına giderek “*imamlar Kureyş'tendir*” rivayetindeki Hilafetin Kureyş'e tahsisini diyaneten değil de siyaseten olduğunu ileri sürmüştür (Kutlu, 2017, s. 108). Onun ifadelerinden İmamların Kureyşten olması fikri-Peygamber sözü olsa bile- dini olmaktan çok- siyasi ve sosyolojik bir tercihtir (Kutlu, 2017, s. 108). Matüridi'nin hadis olarak kabul edilen bu ifadeyi sorgulamamış olmasına da işaret etmekle iktifa edelim.



İslam dünyasında din-devlet-siyaset ilişkileri hep sorunlu olmuş, olmaya da devam etmektedir. Bu noktadan bakınca Matüridi'nin -Sönmez Kutluya göre- bu yorumu üzerinde düşünölmeye değer bir açılım getirmektedir. Diyanet-siyaset ayrımı, din ile devlet ve siyaset arasındaki zor ilişki biçimini makul bir düzeye getirmekte ufuk açıcı olabilir. Asırlarca önce din-devlet-siyaset ilişkilerinin çok karmaşık olmadığı dönemlerde böyle bir açılımın geliştirilmiş olması üzerinde bu kadar kayıtsız kalınmış olması, Matüridi düşüncesinin ihmali ile belki izah edilebilir. Bu ve benzeri düşünceler geliştirilebilmiş olsaydı, günümüzde bu hayati konu ile ilgili yaşadığımız karmaşa Müslüman dünyayı bu kadar zorlamaz, bu konularda harcadığımız enerjii başka alanlarda değerlendirerek daha iyi mesafe alabilirdik. Matüridi düşüncesinin ihmal edilışinin ağır sonuçlarından birisini bu konuda da görebiliyoruz.

En son ilahi vahye sahip Müslümanların ve İslam dünyasının içinde bulunduğu durumun sağlıklı ve objektif bir analize ihtiyacı olduğuna işaret etmiştik. Dinin hedefi dünya ve ahiret mutluluğu olduğuna göre, içinde bulunduğumuz durumun makul ve mantıklı bir yoruma ihtiyacı vardır. Bugün 60'a yakın ülkeden oluşan, Birleşmiş Milletlerde sonra en çok üye ülkeye sahip İslam İşbirliği Teşkilatı (İİT)'nin bölge ve dünya siyasetindeki etkisi ve rolü yok denecek kadar önemsizdir. Suriye'de yıllardır cereyan eden ve insanlık için utanç tablosu oluşturan, komşu ve pek çok ülkeyi mülteci sorunları ile baş başa bırakan dramlar karşısında bu kuruluşun, adeta eli kolu bağlı halde Batılı ülkelerin - sözüm ona çabalarını - izlemekten başka bir şey yapamadığını görmek, anlaşılması zor ve hazin bir durumdur.

Dünyanın hala ihtiyaç duyduğu yer altı kaynaklarının yanında tarihi, turistik, jeopolitik, dini ve stratejik konumunun verdiği güç ve avantaj kullanılamamakta, bölge ile ilgili niyet ve beklentileri açıkça ortada olan egemen güçlerden adeta medet umulmaktadır.

İslam dünyasının bu ölçüdeki özgüven eksikliği ve çözümü bölge dışı başka güçlerde arama acziyeti nasıl izah edilebilir? Bu kadar önemli güç ve potansiyeli elinde bulunduran bölge ülkeleri nasıl oluyor da birlik içinde kendi sorunlarına çare üretmiyorlar? Bu sorulara cevap vermek gibi zihni bir faaliyet içine girince, Matüridi düşüncesinin bizlere söylediği/söylemek istediği şeyleri düşünmek gerekir. Asırlar ötesinden söylediklerini daha ileri noktalara taşımak sonraki nesillere düşerdi. Bu ihmalin bedelleri çok ağır olmuştur. Bugün çıkış yolları ararken, Matüridi'yi yeniden yorumlamaya ihtiyaç bulunmakta, asırlarca önce söyledikleri üzerinde yeniden düşünmek gerekmektedir.

İslam dünyasında eleştiri kültürünün gelişmemiş olduğu bir sır değildir. Hâlbuki Kur'an'ın "*istişare*" emri (2/233, 3/159, 42/38) eleştiri kültürünün kaynağını oluşturur. İstişare bir tavsiye değil, emirdir. "*Namazı özenle kılarlar, işleri de aralarında danışma ile yürür. Kendilerine verdiğimiz rızıktan başkaları için harcarlar*" (42/Şura,36-39) . "*İş hakkında onlara danış, kararını verince de Allah'a güven*" (3/159). Ayette namaz ve infak gibi üzerinde çokça durulan önemli prensiplerin yanında istişareden bahsedilmesi, şuranın önemini ortaya koymaktadır (Dinçer, 2019, s. 187). Dolayısıyla istişare doğru karar verebilmenin vazgeçilmez şartıdır.

Bu ayetlerde namaz, istişare ve zekât aynı anda kullanılmaktadır. Namaz ve zekâtla ilgili çok şeyler yazılmışsa da, istişare üzerinde bu kadar durulmamış olması dikkat çekicidir. Burada Emevi siyaset anlayışının olumsuz yansımaları bulunabilir. Siyasette istişare en önemli unsurlardandır. Ancak gerçek anlamda istişarenin olabilmesi için düşünce ve ifade özgürlüğünün tam anlamı ile işletilmesi gereği vardır. Kişi düşündüklerini hiçbir etki altında kalmadan ifade edebilmeli ki, istişareden umulan katkıyı verebilmiş olsun. Bu ortam yoksa, gerçek anlamda istişareden söz edilemez. Hz. Peygamberin dini ve siyasi konularda ayırım yaptığı uygulamalarında görülür. Toplumsal konularda değişik kesimlerle danışmalarda bulunduğu, dini konularda ise böyle bir davranış içinde olmadığı Matüridi'nin ifadelerinden de anlaşılmaktadır.

İstişare sonucunda varılan mutabakatın müeyyide altına alınarak yapılanması gerekir. Yani yasal bir zemine bağlanması gerekir ki bu çaba sonucu varılan sonuç bağlayıcı olsun. Sağlıklı bir hukuk sistemi oluşturmada istişarenin büyük önemi vardır. Hukuki zemin de bunun teminatı olur. Geleneksel İslam düşüncesi itiraza değil, itaat kültürü üzerine inşa edilmiştir. Olması gereken sağlıklı bir zemin üzerinde kurulamayan bu kültür sorun çözücü olmamış, sistemlerin tıkanmasına yol açmıştır. Kur'an insanların akletme niteliğine çokça vurgu yapmışsa da bu husus Müslümanlar tarafından işletilememiştir.

Bu noktada Matüridi'nin irade hürriyeti ile ilgili geliştirdiği düşüncenin bize bir açılım getirebilecek önemde olduğunu kabul etmek gerekmektedir. İrade hürriyetinin düşüncüyü ifade etme ve gerçek istişarenin vaz geçilmez şartı olduğu açıktır. Bu ortamın olduğu yer ve zamanlarda ulaşılan medeniyetten bahsetmiştik. Yaşanan sapma ve eksen kayması sonucunda sorgulayan değil, tabi olan, kendi gücünün, öneminin ve değerinin farkında olmayan, pasif bireylere dönüşerek otoriteye tabi olunmuş, akletme melekesi ötelenmiş, üretmez duruma düşülmüştür. Kullanılmayan akıl Matüridi için bilgi kaynağı olamaz. Çünkü akıl kullanıldığı zaman ancak işe yarar. Akıl, her insanda var olan, Allah'ın insanlara verdiği en büyük nimetlerinden olup onu işletmek ve sürekli kullanmak gerekir (Özcan, 2012, s. 91).

Bu ortamı oluşturan asıl mesele, kitlelere hükmetme amacı ile mecrasından saptırılan kader anlayışında aranmalıdır. İnsanın yapıp edeceklerinin ezelde belirlendiği, hatta alınına yazıldığı (alın yazısı) bir anlayış, insanları Allah'a karşı değil, otoriteye boyun eğen varlıklara dönüştürmüş, kolayca yönlendirilip yönetilmeye müsait hale getirmiştir. O halde asıl mesele kader kavramının doğru zemine yerleştirilmesi, böylece insanın Kur'an'da tasvir edilen ve Matüridi düşüncesinin vurgulamaya çalıştığı işinin sahibi/yapıcısı olduğu ve sonunda hesabını vereceği bir varlığa dönüştürülmesidir.

Bu yanlış kader anlayışı bir de iman esasları arasına sokularak iyice içinden çıkılmaz hale dönüştürülmüştür. İmanın beş esası olarak sayılan Allah'a Meleklerine, Kitaplarına, Peygamberlerine, Ahiret gününe inanmanın Kur'an'da yeri varken Kadere iman (!) yoktur (Atay, Kur'ana Göre İman Esasları, 1998). İçi boşaltılmış, gerçek anlamı dışına çıkarılmış bir kader anlayışı iman esasları arasına sokularak kitleler robotlaştırılmış etkisiz, adeta sorumsuz varlıklar haline

getirilmişlerdir. Sonuçta insan Kur'an'ın öngördüğü omurgalı, kendine güvenen, işinin yapıcısı/sahibi, sorumluluk üstlenen, işinin hakkını veren, sonunda yaptıklarının hesabını vereceğini bilen özgüven sahibi bir kişilik olmaktan çıkarılmış, kolayca yönetilebilen, istenen şekilde yönlendirilebilen bir varlığa dönüştürülmüştür. Bu anlayışa sahip insanlardan oluşan toplumlar aktif değil pasif toplumlar olup yönlendirilmeye çok müsait hale getirilmişlerdir. İslam dünyasının durumuna bu bakış açısı ile bakıldığında pek çok şey izahını bulabilecektir.

Matüridi düşüncesinin günümüze söyleyebileceği en önemli tespitlerden biri kanaatimize göre budur. Ufak gibi görülen bir sapmanın zaman içinde nasıl açıldığı, adeta kapanmaz hale geldiği görülecektir. Nasıl açığı oluşturan iki doğru gittikçe açılıp birbirinden uzaklaşırsa, anlayış ve kavrayışlar da aslından o şekilde uzaklaşır ve dağılır. Bu önemli noktada insana kişiliğini, sorumluluğunu, kendine güven duyma hissini ve özgüvenini verecek olan, gerçek anlamda düşünce ve ifade özgürlüğünün Matüridi tarafından asırlarca önce ortaya konmuş olması önemli bir çıkış noktasıdır. Bu anlayış İslam toplumlarında egemen olmadıkça çıkış bulmak kolay olmayacaktır. Bu düşünce tarzının ihmal edilmesi veya üstünün örtülmesi Müslümanlara çok pahalıya mal olmuştur. Bilinmesi gerekir ki bu durum, siyasetin hoşuna gitmiş, kitleleri yönlendirmede etkin olmuş, sorumluluğu üzerinden atarak rahatladığını zannetmiştir. Ancak bu ötelemelerin nelere mal olduğunu görmek son derece hazindir. Bundan dolayıdır ki geldiğimiz ortamda bilim, teknoloji, zenginlik üretilememekte, medeniyet kurulup geliştirilememektedir.

İslam ülkelerinde yanlış anlayış ve uygulamalardan kaynaklanan düşünce ve ifade özgürlüğünün, gerçek anlamda istişarenin ve eleştirel düşünce geleneği ve hukukun üstünlüğünün tam anlamı ile yerleştirilememiş olması, içinde bulunulan durumu belli ölçüde izah etmektedir. Bunlar olmadan bilimsel, kültürel ve ekonomik sıçrama yapma imkânı yoktur.

Zamanında sahip olduğumuz bu değerlerin niçin gerektiği kadar günümüz İslam ülkelerinde olmadığı sorusu cevap beklemektedir. Geleneğin bu şekilde geliştiğini biliyoruz. Hz. Peygamber sonrası dönemin analizini yapamadığımız bir gerçektir. Emevi döneminde başlayan eksen kayması 8-12. Yüzyıllarda inşa edilen medeniyetle aşılmış gibi olduysa da çeşitli nedenlerle devam edememiş, önce duraklamış daha sonra gerilere düşmüştür.

Matüridi düşünce sisteminin dini dayanak olarak önemi burada değerli bir miras olarak karşımıza çıkmaktadır. Asırlar öncesinin düşünce sisteminin her şeyin çaresi olacağı elbette düşünülemez. Matüridi yaşadığı dönemin ortamına, kültürüne, örfüne ve şartlarına göre düşüncesini geliştirmiştir. Onun düşüncelerini olduğu gibi günümüze aktarmakla bir yerlere varılamayacağı açıktır. Ancak ihmal edilmiş, üstü örtülmüş ufuk açıcı düşüncelerin, eksen kaymasına uğramış temel kavramların gerçek anlamlarına kavuşturulması ve bu suretle sağlıklı bir anlayışın ortaya konmasında önemli dini dayanak teşkil eden fikir ve düşüncelerin bizlere söyleyebileceklerini göz ardı edemeyiz. Bu düşüncelerden alınacak ilhamla sorunlarımıza çözüm aramak ve önümüzü açma noktasında sorumluluk üstlenmek, deyim yerinde ise, elleri taşın altına sokmak gerekmektedir. En çok ihtiyaç

duyduğumuz düşünce ve ifade özgürlüğü konusunun dini temellerinin bulunduğu, Matüridi anlayışının bunu bize aktardığı, ancak bugün bu anlayışın çok gerisinde olduğumuz gerçeği ibretlik bir durumdur.

Demek ki Matüridi'nin, din anlayışımızın doğru eksene oturtulmasında bize ışık tutan düşüncelerinden yararlanıp günümüze uyarlama noktasında gayret göstermemiz ve asırların ihmalini olabildiğince telafi etmemiz gerekmektedir. Onun fikir ve düşüncelerinin bize söylediklerine kulak vermek, kader ve takdir-i ilahi gibi kavramların içlerini doldurarak kaybettiğimiz değerleri bulmamıza yardımcı olacaktır. Topluları oluşturan bireyler doğru bir eksene oturtulmadan, Kur'an'ın insana vermek istediği kişilik ve şahsiyet oluşturulmadan, toplumların dönüştürülmesi imkânı yoktur. Bir anlayış nereden ve nasıl bozulmuşsa düzeltilmesi de oradan başlanarak sağlanabilir. Matüridi düşüncesi bu noktada bize ışık tutmakta, Kur'an'ın öngördüğü Müslüman birey inşasının kodlarını vermekte, bize bu yolu açacak düşünceleri hatırlatmaktadır.

İçinde bulunduğumuz tüm çıkmazların cevaplarını elbette Matüridi düşünce sisteminde bulacak değiliz. Başka bir ifade ile Matüridi'nin düşüncelerini günümüze montajlamaya çalışmanın bir anlam taşımadığı bilinen bir husustur. Her neslin kendi döneminin gerekleri konusunda çaba sarf ederken, geçmişin mirasından esinlenmesi kadar doğal bir davranış olamaz. Bu bakımdan bize ışık tutan ve yol gösterici yorumları değerlendirme dışında tutma lüksüne de sahip değiliz. İleri olduğu kabul edilen Batılı ülkelerin, kalkınma dinamiklerinden birini oluşturan düşünce ve ifade özgürlüğüne gıpta ile baktığımızda, bunun bizim inancımızın ve kültürümüzün gereği olduğunu bize hatırlatan Matüridi ve onun gibi değerlerimizin farkına varmanın bizi motive edeceği unutulmamalıdır. Matüridi'yi bir de bu açıdan düşünmek ve düşüncelerini geliştirerek günümüze aktarmakla, sürekli boğuştuğumuz sorunlara çareler üretme gayreti içinde olmak görev olarak bizlere düşmektedir.

## SONUÇ, TARTIŞMA VE ÖNERİLER

Çağlar boyunca toplumları dini ve fikri alanda etkileyen büyük şahsiyetler hep var olmuştur. Özellikle dini anlamda önder kabul edilen kişiler derin izler bırakmakla kalmamış, insanları yönlendirerek hayat tarzlarına önemli etkilerde bulunmuşlardır. Matüridi bu tanıma uygun, adı ile anılan bir ekolün oluşturucu şahsiyetidir. Sadece 10. Asırda Orta Asya Medeniyetinin yaşandığı bölgede değil, İslam dünyasının her tarafında derin izler bırakan engin bir inanç dünyasına kapı aralamıştır.

Onun, her dönem insanlığın üzerinde değişik fikirler ürettiği, günümüzde bile sürekli tartışılan, insanın hürlüğü noktasında döneminin çok ilerisinde düşünceler ürettiğini biliyoruz. İnsanın hürlüğü konusundaki çözümlenmeler elbette insanın düşünce ve ifade özgürlüğü ile yakından ilgilidir. İslam dünyasında eksikliği hissedilen, bilim ve teknolojiye atılım yapmanın en önemli göstergelerinden birisi olan düşünce ve ifade özgürlüğünde açılım yapacak düşüncelerin dini kökenlerini anlamak bağlamında Matüridi örnek alınacak bir konumdadır. Asırlar önce dile getirilen düşüncelerin bugüne aktarılması çözüm üretilemeyeceği bilinen bir husustur. Ancak o üstün medeniyet döneminde ortaya konan düşüncelerin günümüze söyleyebileceği çok şeyler de vardır. Bir kısım dini referansları bağlamından kopararak ve hiçbir yoruma tabi tutmadan kendi tekelci anlayışları doğrultusunda hareket eden bazı grupların sebep olduğu tahribatı bölgemizde sıklıkla yaşamaktayız.

İşte İslam düşüncesinin parlak dönemlerinde ve o dönemlerin şartlarına göre oluşturulan düşüncelerin günümüze ışık tutması ve kaybedilen bazı değerlerin günümüz şartlarında ihyası için Matüridi gibi bir düşünürün günümüze neler söyleyebileceği makalede irdelenmiş ve okuyucunun takdir ve değerlendirmesine sunulmuştur.

## KAYNAKÇA

- Akbulut, A. (2015). *Sahabe dönemi iktidar kavgası*. Ankara : Otto Yayınları.
- Akbulut, A. (2017). *Müslüman kültürde kur'ana yabancılaşma süreci*. Ankara: Otto Yayınları.
- Allard, M. (1965). *Le probleme des attributs divins dans la doctrine d'al-aş'ari et de ses premiers grands disciples*. Beyrout: Imprimerie Catholique.
- Atay, H. (1998). *Kur'ana göre iman esasları*. Ankara: Atay Yayınları.
- Atay, H. (2002). *İrade hürriyeti*. Ankara: Atay ve Atay Yayınları.
- Aydınlı, O. (2019). Ebu mansur el\_matüridi dönemi semerkand'da ilim ortamı ve ilim merkezleri. H. Arpaguş, M. Ümit, & B. Kır (Dü) içinde, *İmam matüridi ve ter'vilatü'l-kur'an*. İstanbul: M.Ü. İlahiyat Fakültesi Vakfı Yayınları.
- Bardakoğlu, A. (2019). *İslam'ı doğru anlıyor muyuz?* İstanbul: Kuramer Yayınevi.
- Dinçer, Ö. (2019). *kamu yönetimi adabı*. İstanbul: Kasık Yayınları.
- Düzgün, Ş. A. (2011). Semerkant ilim havzası ve mâtürîdî. Ş. A. Düzgün içinde, *Mâtürîdî'nin düşünce dünyası* (s. 11-29). Ankara: Kültür ve Turizm Bakanlığı.
- el-Matüridi, E. M. (1970). *Kitabü't-tevhid, fethullaf huleyf neşri*. Beyrut: Doğu Edebiyatı Enst.
- el-Matüridi, E. M. (2019). *Te'vilatü'l-kur'an (te'vilatü ehl es-Sünne)* . (K. Sandıkçı, & Y. Yunus Şevki, Çev.) İstanbul: Ensar Neşriyat.
- en-Nefesi, E. (2003). *Tabsiretü'l\_edille fi usul ed\_Din*. (H. Atay, & Ş. A. Düzgün, Çev.) Ankara: Diyanet İşleri Başkanlığı Yayınları.
- et-Tanci, M. b. (1955). Abu mansur el-matüridi . *AÜİF, I-II*.
- Evkuran, M. (2012). *Sünni paradigmayı anlamak*. Ankara: Ankara Okulu Yayınları.
- Fırlı, E. R. (1981). *İslam düşüncesinin teşekkül devri*. Ankara: Umran Yayınları.
- Gimaret, D. (1994). *Une lecture mu'tazilite du coran, le tafsir d'Abu ali el-cübbai*. Paris: Collection Bibliotheque de l'Ecole des Hautes Etudes.
- Hatiboğlu, M. S. (2009). *İslam'ın aktüel değerleri üzerine*. Ankara: Otto Yayınları.
- Hatiboğlu, M. S. (2011). *Hilafetin kureyşliliği*. Ankara: Otto Yayınları.
- Humam, İ. (1889). *Kitab el-musayere*. Mısır: Bulak.
- Kutlu, S. (2017). *Türk müslümanlığı üzerine yazılar*. İstanbul: Ötüken Yayınları.
- Nesefi. *Tabsire*. Vr. 189. b. 4-9.
- Nesefi. *Tabsire*. Vr. 185. a-9.

- Özcan, H. (2012). *Matüridi'de bilgi problemi*. İstanbul: Marmara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Vakfı Yayınları.
- Semerikandi, Ş. *Matüridi'nin te'vilatına yapılan şerh. No. 179*. Medine: Topkapı Saray.
- Starr, S. F. (2019). *Kayıp aydınlanma*. İstanbul: Kronik Kitap.
- Taftazani, A. (1908). *Şerh el akaid en-nesefiyye*.
- Topaloğlu, B., & Aruçi, M. (2019). *Neşri*. İstanbul: İSAM Yayınları.
- Usta, S. (2019). *Dünyayı değiştiren düşünürler*. İstanbul: Kafka Kitap.
- Watt, M. (1962). *İslamic philosophy and theology*, . Edinburgh : Routledge.
- Yazıcıoğlu, M. S. (2017). *Matüridi ve nesefi'ye göre insan hürriyeti kavramı*. Ankara: Otto Yayınları.

Geliş Tarihi:

31.05.2021

Kabul Tarihi:

13.04.2022

Yayımlanma Tarihi:

15.06.2022

Kaynakça Gösterimi: Aydın, S. (2022). Yeni hafıza: Kolektif hafıza ve iktidar ilişkisinde yeni bir faz mı?. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 21(43), 588-604. doi: 10.46928/iticusbe.944964

## **YENİ HAFIZA: KOLEKTİF HAFIZA VE İKTİDAR İLİŞKİSİNDE YENİ BİR FAZ MI?**

*Teorik*

Sena Aydın 

Sorumlu Yazar (Correspondence)

İstanbul Ticaret Üniversitesi

[senaaydin@ticaret.edu.tr](mailto:senaaydin@ticaret.edu.tr)

Sena Aydın, İstanbul Ticaret Üniversitesi Medya ve İletişim Bölümü Doktor Öğretim Üyesidir. İletişim sosyolojisi, medya ve sosyal politika, medya ve göç alanında ders vermekte ve bu alanlarda araştırmalar yayınlamaktadır.



# YENİ HAFIZA: KOLEKTİF HAFIZA VE İKTİDAR İLİŞKİSİNDE YENİ BİR FAZ MI?

Sena Aydın  
[senaaydin@ticaret.edu.tr](mailto:senaaydin@ticaret.edu.tr)

## Özet

Geçmişe dair bilgiyi yapılandıran, parçalayan, yeniden kuran hafıza, bugünün koşulları üzerinden bir bağlama oturtularak tecrübe edilir. Bugünün bilinci, geçmişin imajını yeniden anlamlandırır, ona bir berraklık kazandırır ve doğruluk atfeder. Öyle ki bugünü onaylayan ve anlamlandıran hafıza, özellikle kolektif hafıza, geçmiş, kimlik, iktidar, aidiyet gibi olgu ve kavramlardan soyutlanarak ele alındığı takdirde eksik kalır. Bu çalışma, kolektif hafızanın, iktidar ile ilişkisini ihmal etmeksizin, mitler ve ritüeller ile inşa edilme sürecinden medya ile dolayımlanan bir yapıya dönüşümünü tartışmayı hedefler. Nitekim inşa sürecindeki dönüşüm, kolektif hafızanın yapısını da dönüştürür. Hoskins'in tabiriyle "yeni hafıza", eskiye nazaran daha kırılğan ve öngörülmez olmanın yanı sıra iktidar için de daha manipülatif bir araçtır.

**Amaç:** Çalışma, toplumsal bağlamda hafıza inşasının iletişim teknolojilerinin sağladığı imkanlarla nasıl dönüştüğünü ve bunun kolektif hafızadaki yapısal etkisini tartışmayı amaçlar.

**Yaklaşım:** Çalışma, niteliksel bir tartışma etrafında ilerler.

**Bulgular:** Hafızanın geleneksel inşa biçimlerinden, medyayla dolayımlanan bir ürüne dönüşerek öngörülmesi daha zor, daha kırılğan bir yapıya evrilmesinin, iktidar için toplumsal bağlamdaki işlevini değiştirmedeği görülür. Hafıza, yeni formunda da toplumsal sistemin bakacağı gerçekliği inşa eden ve denetleyen bir araçtır.

**Özgünlük:** Kolektif hafıza üzerine tarihsel ve siyasal bağlamdaki geleneksel tartışmalar, iletişim teknolojilerini göz önünde bulundurulmadığı sürece güncel toplumsal dönüşümleri anlamakta yetersiz kalacaktır. Sosyal alanlarda kolektif hafızayla ilişki çok sayıda çalışma olmasına rağmen, özellikle Türkçe literatürde bahsi geçen bu yapısal dönüşüme ilişkin çalışmalar ihmal edilmiştir. Bu sebeple, Hoskins'in "yeni hafıza" kavramını merkeze alan bu teorik tartışmanın, iletişim teknolojileriyle kolektif hafızanın yapısal dönüşümü ele almasıyla literatüre katkı sağlayacağını söylemek mümkündür.

**Anahtar Kelimeler:** Kolektif Hafıza, Yeni Hafıza, İktidar, Medya

**JEL Sınıflandırması:** D83, Z10

## NEW MEMORY: IS IT A NEW PHASE OF THE RELATIONSHIP BETWEEN COLLECTIVE MEMORY AND POWER?

### **Abstract**

Memory structures, fragments, and rebuilds the past knowledge via conceptualizing today's conditions. Today's awareness redefines the past image and provides it clarity and also accuracy. Such that, the analysis of the memory that confirms and makes sense of today, especially collective memory, lacks if it is considered without covering the concepts like past, identity, power, belonging and so on. This study aims to discuss, by considering its relations with power, the collective memory involving construction process based on myths and rituals transformed into mediation and remediation process through the media. Thus, the transformation of construction process also transforms the structures of collective memory. In today's media-saturated environment., with Hoskins's word, "new memory" is not only more fragile and unpredictable compared the past but also more manipulative apparatus for power.

**Purpose:** The study aims to discuss how memory construction in the social context is transformed with the opportunities provided by communication technologies and its structural effect on collective memory.

**Approach:** The study proceeds around a qualitative discussion.

**Findings:** It is seen that the transformation of memory from traditional construction forms into a product mediated by the media, into a structure that is harder to predict and more fragile, does not change its function in the social context for power. Memory, in its new form, is a tool that constructs and controls the reality of the social system.

**Authenticity:** Traditional debates on collective memory in historical and political contexts will be insufficient to understand current social transformations unless communication technologies are considered. Although there are many studies related to collective memory in social fields, studies on this structural transformation mentioned in Turkish literature have been neglected. For this reason, it is possible to say that this theoretical discussion based on "new memory" of Hoskins will contribute to the literature by addressing the structural transformation of collective memory with communication technologies.

**Keywords:** Collective Memory, New Memory, Power, Media

**JEL Classification:** D83, Z10

## GİRİŞ

Hafıza, hatırlamanın bilişsel temellerinden kolektif depolama ile toplum inşasına kadar oldukça geniş bir alanda hem bireysel hem kolektif bağlamda tartışılan, felsefe, psikoloji, sosyoloji, tarih gibi birçok disiplinde literatüre bir dizi model ve yaklaşım sunan, çok yönlü bir başlık. En temel tanımıyla, geçmişle ilgili bilgileri (zihinde) depolayan ya da geçmiş olayların saklanmasına ve muhafazasına yardımcı olan hafızanın (Boyer, 2009: 3), bireysel boyutundan bağımsız olmayan kolektif boyutu ise herhangi bir toplumsal yapılanmanın kurucu dinamiklerini anlayabilmek için üzerinde durulması gereken temel konulardan biri. Kolektif hafıza, kavramsal olarak “geçmiş”in, tarih, unutmama ve hatırlama kavramları ile birlikte, iktidarla ilişkisi üzerinden düşünülmesini de zorunlu kılan, olgusal olarak inşasının sosyo-politik şartlardan bağımsız bir şekilde değerlendirilmesinin mümkün olmadığı bir fenomen. Başka bir deyişle geçmiş, kimlik, iktidar, aidiyet gibi olgu ve kavramlardan soyutlanarak ele alındığı takdirde, tam anlamıyla anlaşılması mümkün olmayacak bir konu. Bu bağlamda, bu çalışma, hafızanın iktidar ile ilişkisini ihmal etmeden, iktidarın rıza üretme sürecinde en sık başvurduğu araçlardan biri olan kolektif hafızanın, geleneksel toplumlarda daha çok mitler ve ritüeller ile inşa edilme sürecinin dönüşerek, medya üzerinden dolaymlanan bir yapıya evrilmesini tartışmayı hedefler. Öyle ki, inşa aracındaki değişiklik, kolektif hafızanın da yapısını dönüştürür. Buradan hareketle, çalışma, Hoskins’in medyayla dolaymlanan “yeni hafıza” vurgusundan yola çıkarak, yeni hafıza ile kolektif hafıza arasındaki farkı anlamaya çalışır. “Hoskins’in öne sürdüğü yapısal farkın iktidarın hafızayı araçsallaştırması üzerinde bir etkisi var mıdır?” ya da “Elektronize edilerek” inşa edilen “yeni hafıza”nın kendisini iktidardan soyutlamasından söz etmek mümkün müdür?” sorularına yanıt arar. Dolaymlanan kolektif hafızanın, geleneksel figürlerle inşa edilmiş kolektif hafızadan farkının hafıza-iktidar ilişkisine nasıl yansıdığını anlamaya çabalar. Bu sebeple öncesinde, kolektif hafızanın geçmişi hatırlama ve grup aidiyeti üzerinden iktidarla ilişkisine ve inşa sürecindeki hatırlama figürlerinin işlevine dair bir çerçeve çizmeye çalışır. Ardından, “yeni hafıza”yı, yani medyayla birlikte kolektif hafızanın dönüşen yapısını anlamayı ve tartışmayı hedefler.

## GEÇMİŞ, HAFIZA VE KOLEKTİF HAFIZA

Geçmişin, bugünün koşulları üzerinden belirlenen bir olgu olduğu iddiası felsefe, psikoloji, sosyoloji, tarih gibi birçok disiplinde karşılık bulur. “Geçmiş” ile kastedilen, hafızada depolanandan neyin (hangi bilginin) geri çağırıldığı ya da “geçmiş” adı altında bugünün malzemesiyle neyin hikâyeleştirildiğidir. Öyle ki hafıza, geçmişi yaşadığı gibi hatırlamaktan ziyade, onu bugünün şartlarında yeniden inşa eder. Hem kültürel faktörler ve sosyal koşullar gibi kolektif unsurlarla hem de bireysel deneyimlerle, zaten kurgusal yönü ağır basan hafıza, çarpıtmalara ve yanılsamalara her zaman açıktır (Groom vd., 2014: 160-161). Kültürel normlar ve geçmiş deneyimler gibi zihinsel süreçler üzerinde aktif yönlendiricilerin etkinliği güncel şartlara, yani “bugüne” bağımlıdır. Geçmişe dair değerler bütünü de kişisel deneyimlerin ve sosyal normların süzgecinden geçer. Başka bir

deyişle, hafıza geçmişten çok bugüne ait olan ve bugün kurulan bir fenomendir. Bu nedenle geçmişten ziyade bugüne odaklanmayı gerektiren bir kavram olarak değerlendirilmesi gerekir.

Kolektif hafıza, ilk olarak Durkheim'ın öğrencisi Halbwachs tarafından kavramsallaştırılır. Toplumsal bütünlüğün ortak bir zihniyetten geçtiğine işaret eden Durkheim (1968: 422) “kolektif bilinç”le ilgilenir. Bir toplumun kendini yaratabilmesinin ön koşulunun ortak bir ideal yaratmak olduğunun altını çizer ve bu ortak değerler seti bir dizi sembol ve inanç sistemi üzerine kurulur. Bu değerler ve anlamlar setinin sunduğu dayanışma (solidarity) duygusu, üyeler arasındaki ortak ahlaki farkındalık ve duygusal birlik, Durkheim'ın tabiriyle “kolektif bilinç”, toplumsal bütünlüğün korunmasını ve sürdürülmesini sağlar. Smith (2005: 9-10) de Durkheim'dan hareketle toplumun birey üzerindeki sınırlayıcı etkisinden söz eder; öyle ki kişisel irade de toplumsal olgulardan bağımsız bir olgu değildir. Bu bağlamda kolektif bilinç kolektif bir hafıza üzerine temellenerek üyeler arasında ortak bir geçmiş üzerine aidiyet kurarak ve yine geleceğe dönük ortak bir beklenti aşılıyarak, üyeleri yalnızca kendilerinin ait olduğu, kendileri için var olan ve o toplumun dışında kalan kişilerin içeriye girmesinin mümkün olmadığı bir kümeye dahil olduklarına ikna eder.

Halbwachs'un kolektif hafızayı kavramsallaştırması ise kavramın bugün vardığı noktadan biraz farklıdır. Kolektif hafızanın bugünkü kavramsal karşılığını doldurmaz; fakat bireysel hafızanın sosyal çerçeve ile bağıntısına dikkat çekerek, toplumsal koşulların hafıza üzerindeki bağlayıcı rolünü vurgular. Bergson hafızayı, ruh-beden düalizmine dayandırarak, bir tür nörolojik ve beyin fizyolojisiyle ilgili bir yapı olarak ele alırken, Halbwachs ilk kez hafızanın sosyal koşullara bağlı bir organizma olduğundan söz eder (Assmann, 2015: 44). Ona göre sosyal çerçeve (bireysel) hafıza inşasının merkezindedir ve bu çerçeve dışında bir hafıza olgusundan söz etmek hiçbir şekilde mümkün değildir. Başka bir deyişle, toplumdan ve toplumun sunduğu algılama biçiminden soyutlanmış bir hafıza yoktur. Algı ise sosyal çerçevenin çizdiği anlam ve duygu dünyasıyla belirlenir.

Halbwachs'un bu yaklaşımı, indirgemeci bulursa da şüphesiz hafızayı toplumsal tüm alanlara değen bir fenomen olduğunun ve onu tarihsel, sosyal, kültürel koşulları hesaba katmaksızın ele alarak anlamamanın mümkün olmayacağını altını çizen bir anlayışın kapısını açtığı için hala değerini korur. Assmann da (2015: 53), Halbwachs'un yaklaşımını, hafızanın mutlaka bir sosyal çerçeve içinde inşa edildiği tespitinin yanı sıra hatırlama pratiği ile kimliğin nasıl ayrılmaz bir bütün olduğunu ortaya koyduğu için de “çığır açıcı bir keşif” olarak niteler. Öyle ki, Halbwachs'a göre, kolektif hafıza yayılımı, toplumdaki farklı grupların hafızalarının genel çerçeveye ne kadar uyduğuna paraleldir (Halbwachs, 1980: 82). Bir toplum içinde din, ırk, cinsiyet, yaş, sosyo-ekonomik durum ya da dünya görüşü gibi unsurlar bakımından farklı özellikler taşıyan, birbirlerinden farklı grupların grup içi kolektif hafızaları, az ya da çok içinde buldukları toplumun da hâkim zihniyetine ilişkin bazı öğeler taşır. Grupların hafıza inşasındaki etkin sosyal çerçevelerinin toplumdaki genel çerçeveye uyumu, toplumsal harmoninin ve aidiyet bilincinin gücünü ve sürekliliğini belirler. Grup içinde toplumun

geneliyle bağdaşmayacak, ana akımın dışında kalan ögeler bazen otantik bir figür, bazen “toplumsal mozaığın bir parçası” gibi figürün baskınlık potansiyelini yumuşatacak sıfatlandırmalarla asıl bağlamından koparılır. Ana akımdaki genel sosyal çerçeve, “farklı unsurları” da kucaklayan bir rolü sahiplenirken, grubun sosyal çerçevesinde var olan ve genel çerçeveye uyuşmayan ya da çakışan unsurlar grubun da marjinalize edilmesine, toplumun dışına itilmesine kadar gidebilir. Bu durum, Halbwachs’un (1980: 120) toplumun bireyleri ayırt edecek şekilde gösteren şeyleri hafızasından atmaya meyilli olduğu, gayri şahsi olanın kalıcı olduğu yaklaşımıyla örtüşür. Assmann (2015: 51) da bu bağlamda kolektif hafızanın, her birinin aynı derecede önemli ve anlamlı olduğu fakat hiçbirinin bir diğerinden özel ve özgün olmadığı hikayelerin birbirlerine bağlandığı geçmişe ait olaylar dizisi olduğunu söyler. Başka bir deyişle, kolektif hafıza, bireysel ve özgün olmayan bir geçmiş kurgusuna yaslanır; değerini, bugünün belirlediği bir geçmiş kurgusu.

### ***Kolektif Hafıza ve “Biz” Olma Duygusu***

Etnik farklılığın, seçilmiş olma düşüncesi üzerine kurulduğuna işaret eden Weber’e (1978: 390-392) göre, herhangi bir etnisiteye ait olduğunu düşünen bir topluluk, “seçilmiş” ve “ideal tip” oldukları inancıyla, diğer topluluklarla aralarına mesafe koyarak kendilerini bir adım ötede görür. Bu, Durkheim’in (1968) toplumsal aidiyetin ve bütünlüğün ortak bir geçmiş ve ideale inanmaktan geçtiği yaklaşımıyla da örtüşür. Zira seçilmiş olduğuna inanmak, seçilmiş olmanın kurgulandığı geçmiş öyküsünün asla unutulmaması gerektiği benimsemek geçmişin getirdiği bir minnetle bugüne dair bir sorumluluk bilinci de aşılır. Topluluğun seçilmiş olduğunun kanıtı olan geçmiş, var olma sebebidir. Ortak anlam dünyası da bu seçilmişlik inancı üzerine inşa edilir. Bu bağlamda Connerton’ın (2014: 38-39) da vurguladığı üzere, (seçilmişliğin kurgulandığı) geçmiş, bir topluluğun asla unutmaması gereken bir değer olarak işlevini sürdürür.

Assmann da Durkheim’in öğrencisi Halbwachs’un etkisiyle, Weber’in milliyetçiliğin yeni yükselmeye başladığı bir dönemde ortaya koyduğu bu öngörüsünden hareketle, hatırlamanın bu “seçilmiş olma ilkesine” dayandığına dikkat çeker. Ona göre de seçilmiş olmaya inanmak, hiçbir koşulda unutulması ve unutturulmaması gereken bir dizi sorumluluğu da beraberinde getirir. Seçilmiş olan, Cicero’nun işaret ettiği gibi ötesini gerisini düşünmeden sadece günü geçiren barbarlardan olmamaktır (Assmann, 2015: 39). Seçilmiş olanın gerisinde her zaman hatırlanmaya değer bir geçmiş vardır; ötesindeyse bu geçmişi yeniden alevlendirmeye dair inanç. Seçilmiş olduğuna inanmış bir toplulukta, üyeleri bir arada tutan, bir ortak geçmiş ve gelecek hayali duygusuyla üyeler arasındaki ortaklığı koruyan, onlara dışarıda kalan, “seçilmemiş” olanlardan ayrı olduklarını daima hatırlatan bu durumu Assmann “bağlayıcı yapı” olarak tanımlar. Bağlayıcı yapı için, bir anlamda “biz” olma duygusu, Durkheim’in bir toplumu ya da bir grubu bir arada tutmak için gerekli gördüğü “ortak ideal”i ya da Weber’in seçilmişlik ilkesi demek de mümkündür. Bununla birlikte, Halbwachs da (1992: 81-83), feodal toplumlarda ailenin sosyal gücünü, statüsünü, ayrıcalıklara sahip olma hakkını kolektif hafızanın işlevselliği üzerinden açıklar. Bu hak ve ayrıcalıklara sahip olmanın, hak sahibi ailenin ve diğer ailelerin hak sahibi ailenin geçmişine ilişkin bilgisine dayandığını ileri sürer. Burada,

hak sahibi aileye ilişkin bilgiyle kastettiği, bir nevi Weber'in "seçilmişlik ilkesi"dir.

Bağlayıcı yapı hem sosyal hem zaman-mekân boyutunda, toplumun üyelerini birebirine bağlayacak ortak deneyim ve beklentiler üzerinden sembolik bir anlam dünyası kurar. Bağlayıcı yapı yalnızca geçmişe dair anlatılarla ve efsanelerle ortak bir geçmiş duygusu inşa etmez, bu ortaklık sayesinde bugünü ve yarını bir anlama kavuşturur. Toplum, ortak geçmiş, ortak beklenti, ortak gelecek tasavvuru, ortak bilgi, kendi kimliğini, toplumunu ve dünyanın geri kalanı anlamaya dair ortak bir anlamlandırma pratiği, ortak değerler ve kurallar şemsiyesinde toplayan şey, hafıza, kimlik ve kültür üzerine kurulan bu bağlayıcı yapıdır. Bağlayıcı yapıyla ortak bir geçmiş üzerinden aidiyet kurmuş bireyler, içinde buldukları grubun biricikliği ve (sahiplendikleri tarihin) sürekliliği konusunda ısrarcıdır (Assmann, 2015: 23-48). Üyeler, aralarındaki benzerliklerin farklılarından daha değerli olduğuna ikna eden bir illüzyonla, kolektif hafızada geçmişin birliktelik ve bütünlük duygusunu yaşatacak parçalarıyla ilgilenir (Halbwachs, 1980: 80).

### ***Tarih, İktidar ve Kolektif Hafıza***

Halbwachs, her ne kadar çok erken bir zamanda bugün bile kuramsal çerçevenin ana hatlarına yön verecek nitelikte kavramsallaştırmış olsa da kolektif hafıza, tarih yazımı tartışmalarıyla birlikte ancak 1980'lere doğru kendine bir tartışma alanı bulur. Özellikle, 1980'lerin başında Yosef Yerushalmi ve Pierre Nora'nın hafıza ve tarih eksenindeki çalışmalarıyla hafıza çalışmaları, hem disiplinler arası bir kavram oluşu hem de kavramın içeriğine dair anlam kargaşasının çözülememesi nedeniyle çok rağbet gören konulardan birine dönüşür.

Nora ve Yerushalmi hafızayı, modern tarih bilincine kıyasla, ilkel ve kutsal bir form olarak niteler (Klein, 2000). Hafıza, daha çok istek ve ihtiyaçlara cevap olma işleviyle ilkel, kendisinin kurguyla sağladığı gerçekliğe iman edilmesi sebebiyle kutsaldır. Hafızaya, böyle bir ilkellik ve kutsiyet atfetmek, toplumsal bütünlüğü kurmak ve sürdürmek için inşa edilen ortak geçmiş, duygu, beklenti ve değer dünyasındaki işlevselliğini de açıklar. Traverso, tarih ve hafızanın birilerinin karşıtı olduğu iddiasını köktenci bir yaklaşım olduğu gerekçesiyle "tehlikeli" bulur. Yine de hafızanın işlevi konusunda Nora'ya (1983) ve Yerushalmi'ye (1982) benzer bir noktada durur. Ona göre, tarih ve hafıza "aynı kaygıdan" doğar: Geçmişin özümsebilmesi. Fakat hafızanın sorularına belli başlı kurallar etrafında bir geçmiş anlatısıyla cevap arayan tarih, kendini her zaman hafızadan sıyrarak korumak zorundadır (Traverso, 2009: 9).

Aslında, hafıza ve tarih üzerindeki tartışmalarda, ikisi arasındaki sınırların muğlaklığından türeyen hemen her yaklaşımın düğüm noktası aynıdır: Her ikisi de kendi içlerinde bir kıyas mümkün olsa da erkin tahakkümü altında kurulur. Dellaloğlu'nun (2012: 92) tarihi, "egemenin dizinin dibinde yazılan" bir anlatı olarak nitelemesi, yani tarih yazımını da hafızanın inşa sürecinden uzak bir yere taşımaması bu bağlamda anlamlıdır. Dellaloğlu'nun ortaya koyduğu tarif, kolektif hafızada yer eden tarih anlatısıdır; geçmişe dair bu anlatının gideceği yön ve bugünün koşullarında neyi destekleyeceği kararı egemen kontrolündedir.

Kolektif hafıza, siyasi erkin bilgiyi denetleyerek kendine meşruiyet sağlamasıyla direkt ilgilidir. Toplumdaki üyelerin ortak geçmiş-ortak gelecek kurgusu etrafında toplanmaları, toplumun varlığına dair “örtük bir kural”dır. Bu örtük kural çerçevesinde, geçmişe ait imgeler düzeni bugünde yoğrularak meşruiyet kazanmanın kapısını açar (Connerton, 2014: 8-11). Başka bir deyişle, kolektif hafıza bu örtük kuralı icra ederek toplumsal bütünlüğü kurar, sürdürür, restore eder. Niklas Luhman tabiriyle (1997, aktaran Sancar, 2016: 43) “toplumsal sistemin hangi gerçeklikten hareketle geleceğe bakacağını denetler”.

İktidar, kolektif hatırlamanın retrospektif yönüyle kendi kökenine dair bir inanç seti inşa ederken, prospektif yönüyle geçmişten aldığı malzemeyle bir gelecek tahayyülü kurarak geleceği tahakküm altına almaya çalışır. Bu süreçte anıtlar, törenler, hikâyelerin aktarımı ve müziğe dökülmesi gibi hatırlama figürleri de geçmişi semboller üzerinden çağırmakla kalmaz, aynı zamanda aktarma ve arşivleme yoluyla gelecekte dahi hatırlanma imkânı sunar. Böylece “geriye yönelik meşruluk ve ileriye yönelik ebedilik” (Assmann 2015: 79) kazanır. Tüm bu döngüde, unutulduğu sanılan hemen hiçbir şey aslında ebedi olarak kaybolmaz, sadece belli bir süre için “erişim alanının dışında” bekler. Nihayet gündem ya da bugün erişim alanının dışında bekleyen malzemeyle ilişkiye açık bir şekilde dönüştüğünde, çekmecede bekleyen seçki hafızanın yüzeyine yerleşmek üzere çıkıp gelir ve yüzeye yerleşirken bugünün ihtiyaç ve talepler doğrultusunda, bugünün “ışıyla aydınlanır” (Assmann, 2006, aktaran Sancar, 2016: 47).

Kolektif hatırlamanın temeli “kullanılabilir geçmiş”e (Nietzsche, 1874) dayanır. Bu sebeple, bir milletin ya da topluluğun “düşmana” kafa tutması söz konusu olduğunda, kitleleri düşmana karşı mobilize etmeye yarayacak şekilde yeniden inşa edilmiş (kullanılabilir) geçmiş, kolektif kimliğin vazgeçilmez bir parçasıdır (Wertsch, 2009:122). Zira topluluklar da bireyler gibi geçmişten kendilerini suçluluk duygusundan kurtaracak, zihin konforu sağlayacak, değer duygularının mevcut koşul ve kararlar yüzünden sarsılmasına engel olacak, ileriye “gururla” bakmalarını sağlayacak kesitlere ihtiyaç duyar. Bu yüzden algı ve değerlerle tarihsel olguların çakıştığı durumlarda içsel bir hesaplaşmaya girilmesindense, hafızada güncel değerler ile geçmişin birbirleriyle örtüşeceği bir geçmiş kurgusuna yönelinir (Sancar, 2016: 18).

Geçmiş “kültürel duyarlılıklara, etik sorgulamalara ve şimdiki zamanın politik beğenilerine” uygun bir biçimde ayıklanır, bugünün muktedirinin diliyle ayıklanarak yorumlanmasının ardından gerçekleştiğini belirtir. Hatta geçmişin metalaşmasıyla var olan “hafıza turizmi” de iktidarın politik onayı üzerine uygulanır. Tarihciler de bu süreçte, nesnel tarihin dışında, egemenin onayladığı geçmiş imajına katkı sağlar (Traverso, 2009: 2). “Geleneğin İcadı”nda da tarih, ayıklanıp popülerize edilerek icat edilmiş bir devletin, akımın, ideolojinin ya da ulusun sermayesine dönüşür (Hobsbawn, 2013: 13). Ana akımda kabul gören hafızanın taşıyıcısı olduğu geçmiş de tarih yazımında ayrıcalıktır. “Geçmiş”in araştırılmaya ya da yazılmaya değer görülmesi, egemenin ve dolayısıyla ana akımın kabul düzeyiyle paraleldir (Traverso, 2009: 52-53).

Hafızanın aslında bugünün nesnesi olması ve güncel koşullara göre şekillenmesi, onu sık sık “suiistimal kaynağı” olarak bir “politik koz”a çevirir. (Todorov, 1995, aktaran Traverso, 2009: 7). Traverso, Birinci Körfez Savaşı’ndan itibaren tüm savaşların meşruiyet kazanma sürecinin hafıza inşası üzerinden olduğunu hatırlatır; öyle ki bunlar bir tür “hafıza savaşları”dır.

Anti-demokratik herhangi bir yapılanmanın Hitler ya da Nazizm analogisiyle ifadesi, işgallerin Holokost ile kıyaslanması ya da Sırp milliyetçilerin Kosova Arnavutlarına yaptığı soykırımı Osmanlı’ya bir rövanş olarak değerlendirmesi gibi onlarca benzer durumun sıralanabileceği bir listeye Traverso, kolektif hafızanın politik boyutunun tarih yazımına müdahalesine dikkat çeker (Traverso, 2009: 7-8). Öyle ki, geçmiş her zaman kolektif hafıza üzerinden bugünün azılı suçlarını dahi temize çekecek bir koz olma potansiyeli taşır. Bu, her zaman meşruiyet arayışına tabi olan iktidar için kolektif hafızanın nasıl vazgeçilmez bir başvuru kaynağı olduğu anlamına gelir.

Öte yandan, kolektif hafızanın sadece hegemonya için değil, aksine muktedire muhalif bir pozisyondan bir direniş unsuru olarak varlığını koruduğu alanlar da var: Kurumların desteklediği resmi tarihle örtüşmediği gerekçesiyle kapalı tutulan, gizlenen arşivin karşındaki “yeraltında gizli ya da yasak” hafızalar. Her ne kadar hafızanın su yüzünde görünürlüğü, kendisini taşıyanların gücüne paralel olsa da Traverso (2009: 38-45) gücün ve toplumsal onayın da tıpkı hafıza gibi asla sonsuza dek belli zaman ve mekânda donmayan, zamanla dönüşen, değişen, zayıflayan veya güçlenen hareketli olgular olduğunu hatırlatır. Direnen hafızanın, ana akımdaki kolektif hafızaya rağmen var olan direnen hafızanın, tek engeli yasal koşullar da değildir. Yasal engeller aşılsa bile aşılması çok daha güç başka bir alanda, toplumsal baskının devam ettiği bir alanda direnmek zorunda kalır. Öyle ki hukuksal, siyasal ve toplumsal araçlarla kurulmuş olan “hatırlama yasağı”nın (Sancar, 2016: 18-19) aşılması en çetin alanın toplumsal düzlem olduğunu söylemek mümkün olabilir. Toplum, geçmişin yükünü sırtından atmaya, yüzleşmeden kaçmaya, bugünkü meşruiyeti ve kendisine dair inandığı onurlu varoluş hikayesini zedeleyecek herhangi bir geçmiş unsurunu inkâr etmeye, engelleyeme, baskılamaya eğilimlidir.

### **HATIRLAMA ARAÇLARIYLA DÖNÜŞEN KOLEKTİF HAFIZA: “YENİ HAFIZA”**

Kolektif hafıza “küçük grup etkileşimleri” (sosyal dağılım) ve “aktif araçlar ve hatırlamayı yönlendiren araçlar” (araçsal dağılım) olmak üzere iki yoldan dağılır. Araçsal dağılımdaki hatırlama yazılı kayıtlar, takvimler, hikayeler gibi kültürel araçlar üzerinden yönlenir (Wertsch, 2009: 119-120). Wertsch’ün bu çıkarımının kaynağı Vygotsky’in (1981) kültürel araçları sözel ve sözel olmayan formlar üzerinden ayırdığı araçsal yöntemdir. Sözel formlar genel olarak hikâyelerden oluşurken, sözel olmayanlar kuralları önceden belirlenmiş uygulamalardır; bayramlar, anma törenleri, kutlamalar gibi ritüeller.

Assmann ise kendi tabiriyle “hatırlama figürleri” üzerinden geçmişte yaşanmış ya da yaşandığı iddia edilen tarihsel deneyimlerin kolektif hafızada yer ederek toplumda bir anlam ve düşünce dünyasına işaret ettiğinden söz eder. Hatırlama figürleri, zamana ve mekâna bağlılık, bir gruba bağlılık ve tarihin



yeniden “kendine özgü bir süreç” olarak inşası üzerinden karakterize edilir (Assmann, 2015: 46-47). Kolektif hafızanın restorasyonunu sağlayan anıtlar, şarkılar, marşlar, bayraklar, destanlar, bayramlar, anma törenleri gibi sembollerle ve ritüellerle, ya da Assman’ın deyimiyile “hatırlama figürleri”yle, toplum bağdaşıklığının güçlenmesinin yanı sıra, toplumun varlığına dair kurulan meşruiyet için belli değerlerin toplumun bağrına kazınması da hedeflenir (Traverso, 2009: 3). Özetle ifade etmek gerekirse mitlerin anlattığı düzenin, ritüeller aracılığıyla kurulmasıyla (Balandier, 1988, aktaran Assmann, 2015: 152-153) kolektif yaşamsal düzen sağlanır. Fakat bu noktada, ritüelinin işlevinin, mitolojik bir anlatıyı temsil etmenin çok ötesinden olduğunu unutmamak gerekir (Connerton, 2014: 75).

Peki kolektif hafıza inşasında kaynağını mitlerden alan ritüellerin yanı sıra, “toplumun kurumsal hikâye anlatıcısı olan ve olan hakkında tutarlı bir resim sunan” (Gerbner & Gross, 1976: 76) televizyon başta olmak üzere kitle iletişim araçlarını ve hatta çevrimiçi araçları nereye koymak gerekir?

Traverso (2009: 2), geçmişin kültürel duyarlılık, etik sorgulamalar ve onaylanan güncel politik durumlardan süzülerek kolektif hafızaya dönüşmesinin altını çizerken, kolektif hafızanın bu geçmiş süzgecinden geçerek evrilip toplumsal imgeleme yerleşme sürecinde medyanın abartısından ve kamusal iktidarın “keyfi yönetimin”den söz eder. Öyle ki sembollerin, ritüellerin görünür olmadığı bir düzlemde nasıl kolektif hafızadan bahsetmek mümkün değilse, tüm bunları görünür kılan medyaya da değinmeden bir kolektif hafıza inşasından söz etmek mümkün değildir.

Kolektif hafıza üzerine devam eden tartışmaların, Holokost hafızası bağlamında konuşulmasıyla yükselişe geçişi, hafıza-geçmiş-gerçek üçgeninde özellikle televizyonun konuya ilişkin kavramların yeniden tanımlanmasını da beraberinde getirir. “Holokost Endüstrisi”nin teknolojik, politik ve kültürel dönüşüm süreçlerinde ivmelenmesiyle, hatırlama pratiğine dönüştüren miras/müze endüstrisindeki yenilikler hafıza alanından çalışmalara farklı boyutlardan yaklaşmayı gerektirir. Medyanın kuşattığı güncel zamanda, kolektif yüzleşme üzerinden kolektif perspektifi değiştirmeye yönelik bir tutumla toplumsal düzeyde bir odak noktası olan geçmiş, modern yaşamın sebep olduğu parçalanmışlığa yeni çözümler bulma umuduyla da bir başvuru kaynağı olur.

### ***“Dolaymlanan” (Mediated) Yeni Hafıza***

Elektronik iletişim ortamının tüm çağı kuşatmasıyla yapısal olarak dönüşen sosyal alanlardan biri de hafıza olur. Geleneksel kolektif hafıza inşasındaki aktarım araçlarının yerini kitle iletişim araçlarına devretmesi, geleneksel aktarım biçimlerinin hala geçerliliğini bir miktar korumasına rağmen, kolektif hafıza inşasının sürecini dramatik bir biçimde dönüştürür. Çeşitli ritüeller ve mitler aracılığıyla genellikle belli bir zaman ya da mekânda gerçekleşen bir aktarım süreci yerini, kitle iletişim araçları üzerinden geleneksel olana nispeten daha tek yönlü bir akışın söz konusu olduğu bir aktarım sürecine bırakır. İletişim araçlarıyla zaman-mekân kavramının dönüşmesi hafıza aktarımını fiziksel ortamından kopararak soyut bir düzleme çeker. En önemlisi, Hoskins (2001) hafızanın oluşumu, bir

inşa sürecinden, geç modern dönemle birlikte, küresel bir boyutta, Rose'a atıfla "kolektif" (the collective) bir biçimde "dolaymlanan" (mediation) ve "yeniden dolaymlanan" (remediation) bir sürece dönüşür. Özellikle televizyon ve sinemanın manipülasyon yetisi, global imaj haznesinin de sunduğu imkanla kolektif hafıza inşasını elektronik olarak dolaymsal (mediated) bir faaliyetin çıktısına evirir. Küresel boyutta yeni hafıza ile ilk karşılaşma, toplumun yirminci yüzyıldaki savaş hafızasına dair geçmiş algısının televizyondaki imajlarla üretilmesiyle yaşanır (Chambers ve Culbert 1996, aktaran Hoskins, 2001). Üstelik hafıza sadece elektronik olarak dolaymlanan bir fenomen değildir. "Kamusal/kolektif/global görüşün esas mevzii" olarak, her tarafa nüfuz eden televizyon, bu üretimin aynı zamanda aracıdır. Otantik hafıza, bu yüzden elektronik medyaya, özellikle televizyona devrolur. Yansıttığı anı en dolaysız ve yoğun bir biçimde dolayma sokan televizyon, tüm elektronik ve teknolojik olanakların da yardımıyla, "(sınırları, detayları) belirgin" bir yeni bir hafızanın yürütücülüğünü üstlenir (Hoskins 2001). Televizyon ile baştan başa bir kuşatma altında, "herkesin her zaman izleyici olduğu" (Abercrombie ve Longhurst, 1998: 68) bu dönemde, geçmişin temsillerine maruz kalmaktan kaçınmak imkânsız hale gelir.

Hoskins'in dolaymlanma sürecinin Rose'a atıfla işaret ettiği "kolektif" (the collective) boyutu, sürecinin temellerinden biridir. Yapay hafızayı (artificial), "kolektif hafızanın özü" olarak gören Rose (1993: 327), neyin nasıl hatırlanacağı konusunu kitlesel bir konsensüsle belirlendiği bu hafızanın, "hafızayı" hem özgürleştirdiğini hem de sınırladığını vurgular. Öyle ki, kolektif hafıza oluşumunda dolayma sokulan geçmişin parçaları, yaşandığı anın bağlamından tamamen koparılıp çağrılabilir. Geç modern dönemde özellikle elektronik iletişim alanındaki gelişmelerin, geçmişe ait birbirinden alakasız parçaların dahi birbirine eklenerek bambaşka bir bağlamda birleştirilmesini ya da tüm detayları gözeterek geçmişin yeniden sahnelenmesini kolayca mümkün kılması dolaymlanan hafızanın geçmişin yeniden üretilme ve manipüle edilme boyutunu geleneksel hafızadan çok daha üst bir noktaya taşır. Nitekim, üretim, manipülasyon ve dolaymlama Hoskins için de yeni hafızanın anahtar özellikleridir.

### ***Yeni Hafıza ve Geçmişin Temsili***

Huyssen, "dilde, anlatıda, görüntüde ya da kaydedilmiş seste olsun, bütün temsil biçimlerinin dayandığı hafızanın, bazı kitle iletişim araçları her ne kadar katıksız bir şimdilik yanılması uyandırmaya çalışsa da, bir "temsili (re-presentation)" olduğunun altını çizerek. Bu yüzden "bizi sahici bir başlangıca götürmez ya da gerçeğe doğrulanabilir bir erişim sağlamaz... Geçmiş belleğin içinde yalın bir halde bulunmaz, anı haline gelmesi için dile getirilmesi gerekir. Bir olayı yaşamak ile onu bir temsil içinde anımsamak arasında bir yarığın oluşması kaçınılmazdır. Bu çatlaktan yakınmak ya da bu çatlakla görmezlikten gelmek yerine, onu kültürel ve sanatsal yaratıcılık açısından güçlü bir uyaran olarak anlamak gerekir" (Huyssen, 1999). Ona göre hafıza için verilen mücadele, aslında modern çağın yüksek teknolojisinin yıkıcı gücüyle açığa çıkan hafıza yitimi ve tarih için verilen bir mücadeledir.

Hoskins (2001), Huyssen'ın söz ettiği medyanın, bütünsel gerçekliği parçalayan karakterizasyonuna karşılık, "yeni hafızanın" kurduğu "şeyler"den söz eder. Hoskins'e göre, onların aktarımı kendi yapısal dinamiğini içinde barındırır ve hiçbir anın yeniden üretimi ya da sahnelenmesi o anı tamamlanmış bir bütünlük içinde geri getirmez. Teknolojinin imkân verdiği elektronik bağlanabilirlik kolektif hafızaya dair algıyı dönüştürürken, kolektivite küresel boyutta pekişir. Kolektif hafızanın dönüşen yapısı, "yeni hafıza"nın temeli, hatırlama-unutma, saklama-kaybetme dikotomisinden ziyade, dolayım (mediation) ve yeniden dolayım (remediation) üzerine kurulur. Ve tabii medyanın imajları ve artefaktları yakalama-saklama-sunmadaki hızıyla yeni hafızanın raf ömrü de farklıdır (Hoskins 2001). Modern teknolojinin imkân verdiği hız ve pratiklik hafızanın inşasını da her ne kadar aynı yönde hızlandırırsa da kurulanın yok olmasını da bir o kadar kolaylaştırır. Nora, bu bağlamda, hafızanın artık önceye kıyasla çok daha tahmin edilemez ve kontrol edilemez bir geçmişi barındırdığına dikkat çeker, artık hafıza daha kırılabilir ve öngörülemezdir: "Sağlam ve tutarlı bir geçmiş (tasarımı), parçalanmış geçmişimize", tarihsel devamlılık içeren bir hafıza, tarihsel kesintiler içinde bir hafıza tasarımına evrilir (Nora, 1989: 16).

Başka bir deyişle, hafıza, Bourdan'ın (2011: 63-64) tabiriyle "çift taraflı ajan"dır (double agent): Hem geçmişini çağırır hem de onu yeniden kurar. İnşa sürecinde geçmişini tahrif eder, şematize eder, başka hafızaları birbirleriyle ilişkilendirir, geçmişini bugünü anlamlandırarak şekilde yeniden var eder. Kesintiye uğrayan, devamlılık arz etmeyen hafızada geçmişini yeniden inşa süreci, yaş ve nostalji gibi faktörlerle yıpranmış hafızada görünen doğal süreçlerin ötesinde bir kayma (dislocation), altüst olma halini beraberinde getirir. Bu kayma halini Torfing (1999: 301), bütün benzer sosyal boyutların mevcut çatlağı ve olayların içselleştirilmemiş, sembolize edilmemiş olmasının sonucu olarak söylemin stabilize olmama hali olarak niteler. Bu sebeple, böyle bir kaymanın olduğu hafıza çok daha "kırılabilir ve kıvraktır" (Reifova, 2015).

Hoskins ise, Nora ile parlayan "kırılabilirlik" ya da hafızanın tekinsizliği tartışmasında, Jeffrey Shandler'dan hareketle, televizyonun Holokost'a dair kolektif hafıza inşasının, tarihsel geçerliliği olan bir alan sunduğundan ziyade, hafızayı parçalayıcı etkisini vurgular. Modern yaşam kalitesini parçalayan yapısı nedeniyle televizyon, kültürün yaratıcısından çok, kültürün ve hafıza kavramının karşısındadır (Shandler, 1999: 15-16). Olayların TV'de görünen "kısa ömürlü, eğlencelik ve yapay üretimleri", tarih ve hafıza kurgusunda herhangi bir derin düşünceye, hakiki bir sorgulamaya karşı, izlenilenin otantik ve orijinal olduğu yanılsamasına ikna eden görsel etkisiyle bir bariyer görevi üstlenir.

Hoskins'e göre, kolektif hafızanın asli unsurunun geçmişi muhafaza etmesi düşüncesinden hareketle, hafızayı yaşatmak yalnızca geçmişin eski bir temsiliyle mümkün değildir. İşte bu yüzden, tarihçilerin görevi, miras endüstrisinde bir tarihsel figürün, yerini ya da olayın bugün adeta tarihtekinin birebir aynısı olduğu bir formda yeniden yaratılışının ya da sahnelenmesinde otantisite ve orijinallik aramaktır.

Hoskins, Imperial War Müzesindenki Holokost sergisinde yer alan Auschwitz kurbanlarının ayakkabılarına değinerek, bireye dokunma, koklama, o ana nüfuz etme deneyimi sağlayan geçmişe ait fiziksel temsiller olmaksızın otantisitenin mümkün olmayacağını iddia eder. Öyle ki televizyon somut ve fiziksel temsilden yoksunluğu nedeniyle “yapay hafızanın” aracıdır. Bu yüzden, haber yayını, belgesel, kurgu, drama gibi formlarla kurulan kolektif hafıza “akıcı”dır.

Hoskins, medyayla tarih inşasının, tarihi çok daha net, belirgin kıldığına dikkat çeker. Bugünün tarihinin, geçmişteki eylemlerin izini sürerek elde edilen bilgilerin ve parçaların bir araya gelmesiyle oluşan tarih değil, (en azından) şimdiki zamanı tanımlayan medya arşivleriyle kurulmuş olan kısmi itibariyle uyduruk bir tarih olacağını iddia eder (Hoskin, 2001). Bu başka bir deyişle, medyanın tarihi hiçbir boşluğa müsaade etmeyecek bir biçimde ince detaylarla bezenmiş bir hikâye olarak uydurulma imkânı sunduğu anlamına gelir. Böylece, ana akım izleyicinin gözünde tarihe yaklaşımın da yoğun ve kapsamlı bir dolayım altındaki hayatlarla birlikte tarihe dair bakışın da tamamen değiştiği bir düzlemde hafıza inşası devam eder. Öyle ki metnin; “söylenen sözlerden, imajlardan, jestlerden, ritüellerden, festivallerden” daha az yer kapladığı bir kolektif hafıza anlayışı, tarihsel vizyona da esaslı bir dönüşüm getirir. “Nostalji tacirlerinin sömürüsüyle” bir tür kolektif amnezi korkusuna takıntılı halkın da payını düşeni aldığı bu durum, hafızayı tüketim toplumunda bir “best-seller”a dönüştürür (Le Goff, 1992: 95). Peki medyayla birlikte bir dolayım faaliyeti çıktısına evirilerek, toplumun “çok satanlar”ından biri olan hafızanın bu dönüşümü iktidar için ne ifade eder?

Medyanın tarihi üretimini karakterize etmesiyle doğan paradoksu, Hoskins “genişletilmiş şimdiki zaman” olarak nitelendirir. Tarihsel tema, insan hikâyelerinden kalan izlerle değil, televizyonun sunduğu imajlarla örülür. Televizyonun geçiciliği ve yapaylığı ürettiği tarihe de sirayet eder. Fakat Samuel’in (1994: 25) de işaret ettiği gibi, televizyonun ürünü olan tarih bir yönüyle net ve uzun ömürlüdür. Zira, hafıza muhafazası artık medyaya tahsis edilmiştir ve medyanın betimlemedeki ustalığı geçmişin dokümantasyonu üzerindeki şüphe bulutunu tersine çevirebilir.

Teknolojinin imkânlarıyla tüm ihtişamı ve detaycılığıyla inşa edilse de içselleştirilmesi için gereken süreyi kat edecek kadar olgunlaşmamış hafızanın kırılabilirliği, iktidarı potansiyel bir yıkıma ya da yine kısa sürede kurulabilecek bir muhalif hafızaya karşı sürekli teyakkuz halinde tutar. Fakat hafızanın kırılabilirliğinin yanında kıvraklığı egemen sınıf için inşa sürecinde bir avantaja dönüşür. İktidarın meşruiyetini sağlamaya muhtaç olduğu alanlar, aldığı kararlar ve manevralarla ne kadar değişirse değişsin, iktidar için kitlesini aldığı her aksiyona razı etme yolunda hafıza üzerinden başka bir gerçekliğe ikna etmek de bir o kadar kolaydır. Öyle ki bir geçmiş hikayesi inşasında iktidar kendine razı etmek için her neyi bugüne taşıma istiyorsa-ihtişam, güç ya da mağduriyet- medyanın tüm teknolojik imkanlarından yararlanır.

## SONUÇ

Bu çalışma, Hoskins'in "yeni hafıza" vurgusunu merkeze koyarak, yeni hafıza ile geleneksel figürlerle inşa edilmiş kolektif (geleneksel) hafıza arasındaki farkı, iktidar ve hafıza ilişkisi üzerinden anlamayı ve tartışmayı hedefledi. Tartışma giriş kısmında da belirtildiği üzere iki ana soru etrafında şekillendi: Kolektif hafızadaki dönüşümün, iktidarın hafızayı araçsallaştırma biçimini nasıl etkilediği ve dolayımlanan yeni hafızanın iktidardan soyutlanmasının mümkün olup olmadığı. Yeni hafızayla iktidar ilişkisini tartışmaya açmadan önce, geleneksel hafızanın geçmişi hatırlama ve grup aidiyeti üzerinden iktidarla ilişkisine ve inşa sürecindeki hatırlama figürlerine ilişkin bir çerçeve çizmeye çalıştı. Zira geçmişi kolektif biçimde hatırlama pratiği ve grup aidiyeti, geçmişi ve bugünü kolektif biçimde anlamlandırma sürecinde hem geleneksel hem de yeni hafıza için temel unsurlar. Ardından, "yeni hafıza" kavramını açarak, iktidarla ilişkisini medya dolayımı üzerinden anlamaya çalıştı.

Hoskins, yeni hafızayı açıklarken, özellikle kolektif hafızada görülen, kaymadan (dislocation) kaynaklanan kırıklık ve kıvraklığı öteye taşıyan başka bir duruma işaret eder: Kolektif hafıza inşasının elektronik olarak dolayım (mediated) bir faaliyetin ürünü olması. Başka bir deyişle, kolektif hafızanın, televizyonun ve sinemanın manipülasyon kabiliyetiyle, temeli hatırlama-unutma, saklama-kaybetme dikotomisine dayanan yapısının, temeli dolayım (mediation) ve yeniden dolayım (remediation) üzerine kurulan bir "yeni hafıza"ya dönüşmesi. Otantik hafızanın, medyaya, özellikle televizyona devrolması. Hafızanın üretim aracının, kamusal/kolektif/global görüşün esas mevzii olarak her tarafa nüfuz eden televizyon olması. Fakat bu yapısal dönüşümün, bu çalışmada da vurgulandığı üzere, sadece hatırlama figürlerini ve dolayısıyla yayılma ya da dolayım (mediation) biçimlerini dönüştüren fakat iktidar ile ilişkisinde ya da bugüne geçmiş üzerinden meşruiyet sağlama pratiğinde herhangi temel bir değişikliğe yol açmayan bir uyarılma olduğu görülür.

Elbette bu dönüşüm hafızanın raf ömründe değişikliğe neden olur. Teknolojiyle gelen hız ve pratiklik, hafıza inşasını kolaylaştırdığı kadar, silinmesini, dönüşmesini, yerine bir başkasının geçmesini de bir o kadar kolaylaştırır. Hafıza, Nora'nın altını çizdiği gibi, artık önceye kıyasla çok daha kırılabilir ve öngörülemezdir. Kolektif hafızanın izini sürmek ve onu diri tutmak artık çok daha fazla yönlü bir inşa süreciyle mümkündür.

Son kertede, kırılacak, çatlaklardan sızacak yeni yollar bulma olasılığı yükselse de yeni hafızanın dolayımında, tıpkı otantik hafızada olduğu gibi, egemen sınıf tüm imkânları elinde tutar. Yani hem kanmanın hem unutmanın kolaylaştığı yeni hafızanın, kurumsallaşacak kadar uzun bir sürece yayılmamasını, yine egemen sınıf lehine bir dönüşüm süreci olarak görmek mümkündür. Bununla birlikte Hoskins, yeni hafızayı "yapay" olduğu gerekçesiyle başka bir yere koysa da otantik hafızadaki fiziksel alan inşasıyla da yapay bir hafıza kurmanın mümkün olduğunu unutmamak gerekir. Hafızanın yapaylığı, sadece "yeni hafıza"ya has değildir, geleneksel hafızada aynı derecede bir yapaylığı içinde barındırabilir.

Özetle, hafızanın geleneksel inşa biçimlerinden, medyayla dolayımlanan bir ürüne dönüşerek öngörülmesi daha zor, daha kırılğan bir yapıya geçişi, iktidar için, hafızanın toplumsal sistemin bakacağı gerçekliğı inşa eden ve denetleyen bir araç olduğı gerçeğini değıştirmez. Medya üzerinden kurulan geçmiş imajı, kusursuzluğuyla geçmişin yansımasından ziyade geçmişin abartılı bir karikatürü olsa da bu inandırıcılıktan uzak, hiçbir detayı atlamayan “kusursuzluk”, toplumsal çoğunluğun iktidarın sunduğı gerçekliğe ikna olma potansiyelini umulduğı ölçüde zedelemeyebilir. Teknolojinin sunduğı imkanlarla kurulan otantik ve orijinal dünyanın iktidar kurgusu olduğı, sadece bir illüzyon olduğı kanısıyla hakiki bir sorgulamanın konusu olmaz. Hoskins’in “yeni hafıza”sı da tıpkı geleneksel hafızada olduğı gibi, hegemonya için bir “politik koz”dur.

## KAYNAKÇA

- Abercrombie, N. & Longhurst, B. (1998). *Audiences—a sociological theory of performance and imagination*. London: Sage Publications
- Assman, J. (2015). *Kültürel bellek: eski yüksek kültürlerde yazı, hatırlama ve politik kimlik*. (Çev. A. Tekin). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Bourdon, J. (2011). Remembering: Contribution of life-story methodology to memory/media research. M. Neiger, O. Meyers ve Zandberg (Ed.), *On media memory: Collective memory in new media* içinde, (ss. 62-76). London: Palgrave Macmillan.
- Boyer, P. (2009). What are memories for? Functions of recall in cognition and culture. P. Boyer ve J.V. Wertsch (Ed.), *Memory in mind and culture* içinde, (ss. 3-33.). Cambridge: Cambridge University Press.
- Connerton, P. (2014). *Toplumlar nasıl anımsar?* (Çev. A. Şenel). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Dellaloğlu, B. (2012). *Benjaminia: Dil, tarih ve coğrafya*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Durkheim, E. (1968). *The elementary form of religious life*. London: Allen and Unwin.
- Gerbner, G. & Gross, L. (1976). Living with television: The violence profile. *Journal of Communication*, 26(2), 172-199.
- Groom, D., Brace, N., Edgar, G., Edgar, H., & Manly, T. (2014). *An introduction to cognitive psychology*. New York: Psychology Press.
- Halbwachs, M. (1992). *On collective memory*. (Ed. L. A. Coser). Chicago: The University of Chicago Press.
- Halbwachs, M. (1980). *The collective memory*. New York: Harper & Row Colophon Books.
- Hobsbawm, E. (2013) Introduction: Invention traditions. E. Hobsbawm ve T. Ranger (Ed.), *The invention of tradition* içinde, (ss. 1-15). Cambridge: Cambridge University Press.
- Hoskins, A. (2001). New memory: Mediating history. *Historical Journal of Film, Radio and Television*, 21(4), 333-346.
- Huysen, A. (1999). *Alacakaranlık anıları: Bellek yitimi kültüründe zamanı belirlemek*. (Çev. K. Atakay). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Klein, K. L. (2000). On the emergence of memory in historical discourse. *Representations*, 69, 127-150.
- Le Goff, J. (1992). *History and memory*. New York: Columbia University Press.
- Nora, P. (1989). Between memory and history: Les lieux de mémoire. *Representation*, 26, 7-24.
- Samuel, R. (1994). *Theatres of memory: Past and present in contemporary culture*. London: Verso.

- Sancar, M. (2016). *Geçmişle hesaplaşma: Unutma kültüründen hatırlama kültürüne*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Shandler, J. (1999). *While America watches: Televising the Holocaust*. Oxford: Oxford University Press.
- Smith, P. (2005). *Cultural theory: an introduction*. Oxford: Blackwell Publishing.
- Reifová, I. (2015). A study in the history of meaning-making: Watching socialist television serials in the former Czechoslovakia. *European Journal of Communication*, 30(1), 79-94.
- Rose, S. (1993). *The making of memory: From molecules to mind*. London: Vintage.
- Torfin J. (1999). *New theories of discourse: Laclau, Mouffe and Žižek*. Oxford: Blackwell Publishers.
- Traverso, E. (2009). *Geçmiş kullanma kılavuzu: Tarih, bellek, politika*. (Çev. I. Ergüden). İstanbul: Versus Kitap.
- Weber, M. (1978). *Economy and society: an outline of interpretive sociology*. Los Angeles: University of California Press.
- Wertsch, J. V. (2009). Collective memory. P. Boyer ve J.V. Wertsch (Ed.), *Memory in mind and culture* içinde (ss. 117-137). Cambridge: Cambridge University Press.
- Yerushalmi, Y. H. (1982). *Zakhor: Jewish history and Jewish memory*. Seattle: University of Washington Press.



Geliş Tarihi:

23.03.2022

Kabul Tarihi:

25.05.2022


Yayımlanma Tarihi:

15.06.2022

Kaynakça Gösterimi: Yaşar, N., & Asal, U. Y. (2022). Osmanlı'dan Cumhuriyet'e geçişte modernleşmede yaşanan değişim ve süreklilikler. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 21(43), 605-629. doi: 10.46928/iticusbe.1092174


## OSMANLI'DAN CUMHURİYET'E GEÇİŞTE MODERNLEŞMEDE YAŞANAN DEĞİŞİM VE SÜREKLİLİKLER<sup>1</sup>

Tez

Nezihe Yaşar 

Sorumlu Yazar (Correspondence)

[nezihe.yasar.21@gmail.com](mailto:nezihe.yasar.21@gmail.com)

Uğur Yasin Asal 

İstanbul Ticaret Üniversitesi

[uyasal@ticaret.edu.tr](mailto:uyasal@ticaret.edu.tr)

Nezihe Yaşar, İstanbul Ticaret Üniversitesi Siyaset Bilimi ve Uluslararası İlişkiler Bölümünde tezli yüksek lisans programında eğitim görmektedir.

Uğur Yasin Asal, İstanbul Ticaret Üniversitesi İnsan ve Toplum Bilimleri Fakültesi Siyaset Bilimi ve Uluslararası İlişkiler Bölümünde Doç. Dr. olarak hizmet vermektedir.

---

<sup>1</sup> Bu çalışma, Doç. Dr. Uğur Yasin Asal danışmanlığında Nezihe Yaşar tarafından yürütülen "Türkiye'nin Modernleşme Sürecine İlişkin Olarak Şerif Mardin ve Niyazi Berkes'in Görüşlerinin Karşılaştırılması" başlıklı yüksek lisans tezinden üretilmiştir.

# OSMANLI'DAN CUMHURİYET'E GEÇİŞTE MODERNLEŞMEDE YAŞANAN DEĞİŞİM VE SÜREKLİLİKLER

Nezihe Yaşar  
[nezihe.yasar.21@gmail.com](mailto:nezihe.yasar.21@gmail.com)  
Uğur Yasin Asal  
[uyasal@ticaret.edu.tr](mailto:uyasal@ticaret.edu.tr)

## Özet

Osmanlı modernleşme süreci, askeri alandaki zayıflıkların fark edilmesiyle devleti kurtarma temelinde bir araç olarak ortaya çıkmıştır. Askeri alanda başlayan reformlar, Tanzimat döneminde siyasal ve hukuki alanları kapsamı bakımından modern Türkiye'nin ortaya çıkmasında önemli bir aşamayı ifade eder. Tanzimat döneminden Meşrutiyet dönemlerine geçişle birlikte modernleşme çabaları padişahın ve devlet adamlarının bireysel etkisinden çıkarak; bu reformların Osmanlı aydın sınıfı tarafından talep edilmesi ile Osmanlı devletinde idari, siyasi ve toplumsal dönüşümleri beraberinde getirmiştir. Tanzimat ve Meşrutiyet dönemleri sürecinden, Cumhuriyet dönemine kadar olan süreçte reform hareketleri askeri, idari ve siyasi alanlarda gerçekleşmiştir. Cumhuriyet'in kuruluşu ile çağdaş esaslara dayalı bütünsel anlamda gerçekleşen ilk modernleşme hareketi meydana gelmiştir.

**Amaç:** Çalışmanın amacı, Osmanlı modernleşme sürecinden Cumhuriyet dönemi çağdaşlaşma hareketine geçişte politik değişim ve toplumsal sürekliliklerin ifade edilmesidir.

**Yöntem:** Çalışmanın amacı doğrultusunda yapılan literatür taraması ile Osmanlı-Türk modernleşme aşamaları karşılaştırmalı analiz çerçevesinde ele alınmıştır.

**Bulgular:** Osmanlı-Türk modernleşme aşamaları kapsamında incelenen çalışmada, Osmanlı modernleşme sürecinden Cumhuriyet dönemi çağdaşlaşma hareketine geçişin bütünsel bir yaklaşımla değerlendirilmesi gerektiği görülmüştür. Bu doğrultuda çalışmada Osmanlı modernleşme sürecinin, modern Türkiye'nin kuruluşuna siyasal, idari ve toplumsal alanlardaki etkileri incelenmiş ve Osmanlı reform hareketlerinin bir taraftan Cumhuriyet dönemi çağdaşlaşma hareketini etkilerken bir taraftan da modern Türkiye Cumhuriyeti'ni ortaya çıkaran koşulları hazırlaması bakımından önemli bir politik süreci ifade ettiği saptanmıştır.

**Özgünlük:** Osmanlı modernleşme süreci, modern Türkiye Cumhuriyeti'nin kuruluşunu etkilemesi bakımından önemli bir araştırma alanına sahiptir. Bu çalışma, Osmanlı modernleşme aşamalarının ele alınarak, Cumhuriyet dönemine geçişte ve modern Türkiye Cumhuriyeti'nin ortaya çıkışındaki etkilerinin değişim ve süreklilik bağlamında değerlendirilmesi açısından literatüre katkıda bulunacaktır.

**Anahtar Kavramlar:** Osmanlı İmparatorluğu, Reform Hareketleri, Modernleşme, Cumhuriyet Dönemi

**JEL Sınıflandırması:** A12, B15

## **CHANGES AND CONTINUATIONS IN MODERNIZATION IN THE TRANSITION FROM THE OTTOMAN TO THE REPUBLIC**

### **Abstract**

The Ottoman modernization process emerged as a tool on the basis saving the state, with the realization of the weaknesses in the military field. Reforms that started in the military field represent an important stage in the emergence of modern Turkey in terms of covering the political and legal fields during the Tanzimat period. With the transition from the Tanzimat period to the Constitutional Era, the modernization efforts brought about administrative, political and social transformations in the Ottoman state, as it was demanded by the Ottoman intellectual class, out of the individual influence of the sultan and statesmen. Reform movements took place in the military, administrative and political fields in the period from the Tanzimat and Constitutional Monarchy periods to the Republican period. With the establishment of the Republic, the first modernization movement based on contemporary principles took place in a holistic sense.

**Purpose:** The aim of the study is to express the political change and social continuities in the transition from the Ottoman modernization process to the Republican period modernization movement.

**Method:** In line with the aim of the study, the literature review and the Ottoman-Turkish modernization stages were discussed within the framework of comparative analysis.

**Findings:** In the study, which was examined within the scope of the Ottoman-Turkish modernization stages, it was seen that the transition from the Ottoman modernization process to the Republican period modernization movement should be evaluated with a holistic approach. In this direction, in this study, the effects of the Ottoman modernization process on the establishment of modern Turkey in political, administrative and social fields were examined and it was determined that the Ottoman reform movements, on the one hand, influenced the modernization movement of the Republican period, and on the other hand, it expressed an important process in terms of preparing the conditions that created the modern Turkish Republic.

**Originality:** The Ottoman modernization process has an important research area in terms of influencing the establishment of the modern Turkish Republic. This study will contribute to the literature in terms of evaluating the Ottoman modernization stages in the context of change and continuity in the transition to the Republican period and the effects of the emergence of the modern Turkish Republic.

**Keywords:** Ottoman Empire, Reform Movements, Modernization, Republican Era

**JEL Classification:** A12, B15

## GİRİŞ

Osmanlı İmparatorluğu'nda on sekizinci yüzyılda başlayan ancak gerçek anlamda on dokuzuncu yüzyılda gelişen reform hareketlerinde temel amaç, devleti kurtarma ve savunma ihtiyacıdır. Osmanlı devletinin gerileme döneminde askeri başarısızlıklar devlet otoritesini zayıflatırken, merkezi yönetimin güç kaybetmesine sebep olmuştur. Osmanlı'da Tanzimat'la başlayan, Birinci ve İkinci Meşrutiyet dönemleriyle devam eden modernleşme çabaları, Cumhuriyetin ilanı ile sonuçlanmıştır (Ateş, 2010, s. 47). Cumhuriyetin kuruluşuyla siyasal, kültürel ve toplumsal düzende köklü değişimler meydana gelmiştir. Osmanlı İmparatorluğu'nun geç döneminde devleti kurtarma esasına bağlı başlayan modernleşme süreci, teokrasiye dayalı geleneksel Osmanlı yönetim sisteminde bir araç olarak ortaya çıkarken, Cumhuriyet'in ilanı ile ulusal egemenliğe dayalı, bütünsel bir çağdaşlaşma modeli temel amaç olarak ortaya çıkmıştır.

Birinci Meşrutiyet döneminde parlamentonun ilanı ve Osmanlı'nın ilk yazılı anayasası olan Kanuni Esasi'nin kabulü, Türk modernleşme sürecindeki önemli bir dönüm noktası olurken, Birinci Meşrutiyet dönemi reformları, Cumhuriyet dönemi inkılaplarını hazırlayan süreci başlatmıştır. Osmanlı modernleşme süreci içinde İkinci Meşrutiyet döneminde gerçekleşen reformlar, Cumhuriyet'in inşa sürecini ve çağdaşlaşma hareketini etkilemesi bakımından Osmanlı Türk modernleşmesinde önemli bir süreci ifade eder. İkinci Meşrutiyet dönemi siyasal ve toplumsal açıdan Türkiye Cumhuriyeti'nin ortaya çıkışını hazırlayan bir dönem olarak da nitelendirilebilir (Karpuz, 2020, s. 87). Osmanlı İmparatorluğu'nun yıkılmasının ardından modern bir devlet yapısı kurma amacıyla iki yüz yılı kapsayan modernleşme hareketleri, yeni kurulan Türkiye Cumhuriyeti'nde çağdaşlaşma temelinde ele alınarak yeni bir boyut kazanmıştır (Tunaya, 2016, s. 89).

Saltanata dayalı Osmanlı İmparatorluğu'nun yıkılışının ardından, ulusal egemenliğe dayalı Cumhuriyet rejiminin ilanı ile modernleşme sürecinde radikal bir değişim yaşanmıştır. Cumhuriyet dönemi çağdaşlaşma hareketi ile ulusal birliğe dayanan ve laiklik temelinde inşa edilen modern Türkiye Cumhuriyeti ortaya çıkmıştır. Cumhuriyet dönemi modernleşme hareketi çağdaşlaşmayı esas alarak çağdaş uygarlık düzeyine ulaşma hedefiyle siyasal, toplumsal, ekonomik ve kültürel alanlarda devlet ve toplumu bir arada ele alan bütünsel bir çağdaşlaşma modeli izlenmesi sebebiyle, modernleşme sürecinde önemli bir aşamayı ifade eder.

Bu çalışma, Osmanlı devletinde merkezi otoriteyi güçlendirmek amacıyla devlet tarafından başlatılan ve devleti kurtarma temelinde gelişen reform hareketlerini analiz etmektedir. Bu doğrultuda makalede, Osmanlı modernleşme süreci devamlılık tezinde ele alınarak Tanzimat, Birinci ve İkinci Meşrutiyet dönemlerinde gerçekleşen reform hareketlerinin, modern Türkiye Cumhuriyeti'nin ortaya çıkmasındaki etkilerinin Cumhuriyet dönemi çağdaşlaşma hareketine giden süreçteki etkilerinin değerlendirilmesi sorusuna yanıt aranacaktır. Makalenin ilerleyen bölümlerinde, Osmanlı modernleşme sürecinin modern Türkiye'nin kuruluşuna siyasal, toplumsal ve idari alanlardaki etkilerinin analizi sunulmaya çalışılacaktır. Bu doğrultuda makalede; Osmanlı reform hareketini,

Cumhuriyet çağdaşlaşma hareketinden ayıran farklar ve benzerliklerin analizine yönelik sorulara yanıt aranacaktır. Makalede bu doğrultuda yöntem olarak literatür taraması yapılarak, Osmanlı modernleşme aşamaları ve erken dönem Cumhuriyet çağdaşlaşma hareketi, devamlılık ve değişim esasına bağlı olarak tarihsel bir süreç dahilinde değerlendirilmiştir.

## **MODERNLEŞME**

Modernleşme kavramı, geleneğe dayalı toplumsal ve siyasal değerlerin yerine modern ölçütlerin geçiş sürecini ifade eder. Modernleşme süreci tarihsel olarak incelendiğinde Rönesans'ın ardından 17. ve 18. yüzyılları kapsayan Aydınlanma Çağı ile başladığı kabul edilmektedir. 19. yüzyılda pozitivist bilim anlayışı ve sanayi devriminin ortaya çıkışı ise Batı'nın ekonomik gücünün artmasına yol açmıştır. Bu noktada modernleşme kavramı; yeni bir bilim anlayışı, yeni bir siyasal düzen ve yeni bir iktisadi düşünce yapısını ortaya koyarak Batı toplumlarının yaşadıkları doğal bir süreci tanımlamaktadır. Modern olanın Batı dışı toplumlar tarafından talep edilmesiyle modernleşme kavramı ortaya çıkmıştır (Çetin, 2019, s. 12-13).

Aydınlanma hareketiyle doğrudan ilişkili olan modernleşme kavramını bütün yönleriyle betimleyebilecek bir tanımlamayı olanaksız gören J.W School, bilimsel bilgiyi kabul etmekte ve modernleşmenin mevcut bilimsel bilginin toplumsal yaşamın tüm alanlarına ve etkinliklerine egemen kılınması olduğunu öne sürmektedir (Canatan, 1995, s. 35). İnsan aklını ön plana çıkaran Aydınlanma hareketine bağlı oluşan modernleşme kavramı Kellner'in tanımlamasıyla, hepsi birden modern dünyayı meydana getiren bireyselleşme, sekülerleşme, endüstrileşme, kentleşme, bürokratikleşme ve rasyonelleşme süreçlerini kapsayan bir terimdir (Urhan, 2019, s. 139). Modernleşme kavramı, Comte'un pozitivist sosyolojisinde, Marx'ın tarih anlayışının bazı boyutlarında ve Weber'in ussallık nosyonunun belirli yorumlarında görebileceğimiz geleneksel toplumdan, modern topluma geçişte tarihsel gelişmenin modern ve evrensel aklın ortaya çıkış süreci olarak görülmektedir (Kahraman ve Keyman, 2019, s. 77-78). Modernleşme kavramını; modernlik, modernleşmiş ve modernleşen toplumlar olarak değerlendiren Smith ise modernleşmiş ve modernleşen toplumların evrensel kabul edilen modern değerleri içselleştirdikçe modernleştirdiklerini savunur. Bu süreçte değişimin devrimci bir nitelik taşıdığını belirten Smith, geleneksellikten modernliğe geçişte yaşanan toplumsal dönüşümün elit bir azınlığın devrimci geleneği temsil ettiğini belirtmektedir (Smith, 1996, s. 87-90).

Klasik düşünürlerin, toplumsal değişmeyi Batı merkezli bir toplumsal olgu olarak ele almaları sebebiyle batılılaşma kavramının tek yönlü, doğrusal bir perspektifle değerlendirilmesi eleştirilere sebep olmuştur. Bu bağlamda Daniel Lerner, modernleşmeyi Batılılaşmayla özdeş görmekte, S.N. Eisenstadt ise modernleşmeyi Batı Avrupa'da geliştirilmiş olan toplumsal, siyasal ve ekonomik bir gelişme süreci olarak tanımlamıştır. Batılılaşma kavramı, Batı Avrupa'da yaşanan tarihsel süreçlerin meydana getirdiği bir kavram olmasının yanı sıra Batılılaşma kavramının Batı dışında yaşanan modernleşme süreçlerini ifade etmedeki sınırlılığı ve modernleşme kavramının anlamsal açıdan

kapsayıcılığı, batılılaşma ve modernleşme kavramları arasındaki ayrışmanın sebebi olarak gösterilebilir (Solmaz, 2011, s. 42-43).

Batı dışı modernleşmenin tarihi, Charles Taylor'ın "kendime ve bana mahsus varoluş biçimine karşı dürüst olma ideali", olarak tanımladığı modern birey oluşturulmadan uygulanan modernizasyon ile şekillenmektedir. Batı dışı modernleşme açısından modernleşme ile bireycilik arasındaki ayrılma devlet merkezli modernleşme çabalarının sadece politik olanla sınırlandırılmadan, modernleşmeyi kültürel tanımlama alanlarına yerleştirerek bir araç haline gelmektedir. Norbert Elias'ın tanımlamasıyla modernleşme, Batı'nın üstünlük bilincini ifade eder ve Batılı yaşam tarzını modernleşmiş olanın taşıyıcısı olarak empoze eder. Bu noktada Türk modernleşmesi, Bourdieu'nün tabiriyle "habitus" düzeyinde etkili olan, geleneksel düzen içindeki Osmanlı'dan, Batılı Türk'e doğru evrilen bir medeniyet değişimi olarak yorumlanabilir (Göle, 2019, s. 70).

Partha Chaterjee modernleşme kavramını, Batı'ya karşı Batı terimleriyle gerçekleşen bir süreç olarak değerlendirir. Modernleşme sürecini toplumların kendilerine özgü tarihleri kapsamında modernleşme istemine dönüşme süreci ise Vattimo'nun terimiyle "objektif tarihe" dönüştürülmesi noktasında Batı terimleriyle ulus devlet ekseninde yeniden kurulmasıdır. Bu bağlamda Türk modernleşme süreci, siyasal bir sömürge süreci yaşamadan, imparatorluktan ulus devlete geçişinde önemli bir örnek oluşturmaktadır (Kahraman ve Keyman, 2019, s. 74).

## **OSMANLI İMPARATORLUĞU'NUN MODERNLEŞME SÜRECİ**

Osmanlı İmparatorluğu'nun gerileme döneminde gerçekleşen askeri yenilgiler ve toprak kayıpları devletin otoritesini zayıflatırken, askeri başarısızlıklar idari yönetimin zayıflamasına sebep olmuştur. Batı'daki siyasal gelişmelerin ve ekonomik kalkınmanın gerisinde kalan Osmanlı için modernleşme ilk aşamada, askeri alanda yaşanan yenilgilerin sebebini Batı'nın sahip olduğu modern teknik üstünlükte görülmesiyle bu alanda başlamıştır (Ülken, 2019, s. 5-12). Bu doğrultuda Avrupa modeline göre eğitim veren modern askeri okullar kurularak, modern askeri teknikleri kullanabilen yetkin askeri personel oluşturulması amaçlanmıştır (Findley, 2019, s. 33). Ancak 3. Selim dönemine kadar yapılan askeri reformlar yapısal çözülmeyi engellemede etkisiz kalmış, Osmanlı'da esas anlamda modernleşme süreci 3. Selim reformları ile başlamıştır (Akşin, 2009, s. 23).

Osmanlı modernleşme sürecinde 3. Selim dönemi Avrupa örnek alınarak reformlar gerçekleştirilmesini amaçlaması bakımından önemlidir. 3. Selim döneminde Avrupa devletleri ile ilişkiler geliştirilerek Avrupa başkentlerinde diplomatik elçilikler açılmaya başlanmıştır (Findley, 2019, s. 34). 3. Selim dönemi reform hareketleri ile askeri ve iktisadi alanlarda köklü yenilikler başlamıştır. 3. Selim, reformlara karşı çıkan Yeniçerilere karşı yeni düzen anlamına gelen Nizamı Cedid ordusunu kurmuştur (Tazegül, 2005, s. 70-71). 3. Selim, Nizamı Cedid olarak adlandırılan reform uygulamaları ile mevcut orduyu modern devletin gerekliliklerine uygun olarak yenileyerek, Osmanlı'nın askeri alanda etkin bir duruma gelmesini amaçlarken aynı zamanda idari ve mali

alanlarda düzenlemeler ile devletin merkezi otoritesini güçlendirmeyi hedeflemiştir (Zürcher, 2018, s. 38-39).

Osmanlı İmparatorluğu'nda 3. Selim döneminde başlayan ve 2. Mahmud döneminde devam eden Avrupa'yı model alarak başlatılan reform hareketleri bizzat devlet tarafından başlatılmıştır (Karpas, 2020, s. 15). 2. Mahmud, 3. Selim'in amaçladığı reform uygulamalarını yeniden ele alarak, devletin gerilemesini durdurmak amacıyla köklü reform uygulamalarını başlatmıştır. (Tazegül, 2005, s. 73). Osmanlı modernleşme süreci içinde 2. Mahmud'un modern bir bürokrasi oluşturarak bürokratik örgütlenmeyi ve devletin yapısını güçlendirme politikası, Osmanlı reform hareketlerinin izleyeceği yolu belirlemiştir (Zürcher, 2018, s. 56).

2. Mahmud, Yeniçeri Ocağı'nı kaldırmasının ardından gerçekleştirmeyi amaçladığı köklü reformları uygulamıştır. 2. Mahmud'un merkezileşme politikasına dayalı reform uygulamaları on dokuzuncu yüzyıl reformcularının takip edeceği yolu belirlemesi açısından önemlidir (Lewis, 2020, s. 112). Osmanlı modernleşme sürecinde 2. Mahmud'un devlet otoritesini güçlendirmeye yönelik politikası, Avrupa'nın örnek alınarak reformların uygulanması bakımından Tanzimat dönemi modernleşme hareketlerine zemin hazırlamıştır (Kona, 2005, s. 85).

## **TANZİMAT DÖNEMİ REFORMLARI**

Osmanlı modernleşme sürecinde Tanzimat dönemi reformları esas itibariyle zayıflayan devlet otoritesini güçlendirmenin bir aracı olarak ortaya çıkmıştır (İnalçık ve Seyitdanlıoğlu, 2006, s. 350). Osmanlı'da askeri alanda başlayan reform hareketleri, Tanzimat ile siyasi ve hukuki bir görünüm kazanmıştır. Tanzimat reform hareketlerinin belirli bir ilke dâhilinde uygulanmasını sağlayarak, Osmanlı devleti içinde yaşayan bütün tebaanın eşitliğini ilan ederken aynı zamanda reform hareketleri ile devletin geçirdiği değişime bağlı olarak Osmanlı'da yeni bir devlet zihniyetini ifade eder (Ülken, 2019, s. 27). Bu yönüyle Tanzimat, modernleşme hareketinin askeri alanla sınırlandırılmadan, idari ve siyasi alanlarda da reform düzenlemelerini amaçlaması açısından Osmanlı modernleşme sürecinde bir başlangıç noktasıdır (Duda, 1989, s. 57). Tanzimat, Avrupa'nın model alınarak askeri reform, mali sorunları çözme, yönetim düzeninde yenilik fikirlerinin aşaması bağlamında çeşitli politik uygulama ve yeniliklerin başlangıç noktasını ifade eder (Kalaycıoğlu ve Sarıbay, 2019, s. 22-23).

Tanzimat döneminde gerçekleşen reformlar, 2. Mahmud'un uyguladığı merkezileşme politikasına dayanan reform uygulamalarının devamı olmakla birlikte temelde dört amacı içermektedir. Bunlar; Osmanlı imparatorluğu içinde yer alan tüm tebaanın hayat ve mülkiyet gibi temel haklarının yasalar dâhilinde güvence altına alınması, zorunlu askerlik sistemi düzenlemesinin getirilmesi, mali alanda yeni bir vergilendirme sisteminin düzenlenmesi ve imparatorluk içinde yaşayan tüm tebaanın yasalar önünde eşit kabul edilmesi (Zürcher, 2018, s. 70). Tanzimat döneminde devletin, tüm tebaanın eşitlik ilkesi ve kanunun üstünlüğü gözetilerek temel haklarının yasalar dâhilinde güvence altına alması, Osmanlı modernleşme süreci içinde Tanzimat döneminin anayasal gelişim sürecindeki önemini ortaya koymaktadır (Ortaylı, 2016, s. 141).

Tanzimat Fermanı'nın ilanı ile tüm vatandaşların gelirleri ile orantılı bir biçimde vergi verebilmesini sağlamak amacıyla düzenlenmeler yapılmış ve askerlik yükümlülüğü din farkı gözetmeksizin tüm vatandaşlara getirilmiştir (İnalcık ve Seyitdanlıoğlu, 2006, s. 259). Tanzimat Fermanı, İmparatorluk içinde yaşayan tüm yönetilen kesimin can güvenliğini ve dini inancını güvence altına alırken aynı zamanda kimsenin yargılanmadan cezalandırılmayacağını ve mülk haklarının elinden alınamayacağı dair hükümleri içermektedir. Ancak bu güvenceyi hükümdarın inisiyatifine göre değil, çıkarılan kanun ve düzenlemelere göre verilmesi, hukuk devleti olma yolunda ilk önemli aşamayı ifade etmektedir (Ortaylı, 2016, s. 115-116). Tanzimat Fermanı'nın bu özelliği, Tanzimat sonrası ortaya çıkan anayasal monarşi istekleri ve demokratik gelişme sürecinin başlangıcını oluşturması bakımından önemlidir.

Tanzimat Fermanı yarı anayasal bir özellik barındırırken, kurulan danışma meclisleri ile Osmanlı devletinde yarı anayasal bir danışma meclisi oluşturularak modern hukuk anlayışına geçilmesi amaçlanmıştır (İnalcık ve Seyitdanlıoğlu, 2006, s. 259). Tanzimat döneminde hukuksal alanda gerçekleşen reformlarla, devletin idari yapısı modern Batılı hukuk esaslarına göre yeniden düzenlenmiştir. Bu doğrultuda; Avrupa kaynaklı hukuk sistemi esas alınarak modern mahkemeler kurulmuştur (Ülken, 2019, s. 31). Tanzimat döneminde idari alanda geleneksel şeri hukuktan ayrılarak, Ceza kanununun ilanı ile mezhep, din ve sınıf farkı gözetmeksizin bütün Osmanlıları kapsamı, Osmanlı'nın modern hukuk anlayışını benimsemesi bakımından önemli bir gelişme olarak görülebilir (Ortaylı, 2016, s. 208). Ayrıca geleneksel şeriat hukuku ve Avrupa medeni hukuk kuralları dâhilinde oluşturulan mecelle, Osmanlı'da modern bir hukuk düzeni oluşturma çabası bakımından modernleşme sürecinde önemli bir gelişmeyi ifade eder (Berkes, 2020, s. 221).

Tanzimat döneminde merkezi yönetimin içinde yer alan çeşitli düzeylerdeki meclislerin yanı sıra yerel yönetimleri de kapsayacak aşamalı meclis hiyerarşisi kurulmuştur. Kurulan bu meclislerde yer alan üyelerin seçimler gerçekleştirilerek belirlenmesi, Osmanlı siyasi yapısında parlamenter sisteme giden önemli bir aşamayı ifade eder (İnalcık ve Seyitdanlıoğlu, 2006, s. 264).

Tanzimat döneminde idari ve hukuki alanlarda gerçekleştirilen reformların yanında, mali ve eğitim alanlarında da reformlar gerçekleştirilmiştir. Avrupa'nın bilim ve tekniğinin gerisinde kalan Osmanlı için reformlar, devletin iktisadi ve kültürel gelişmesini sağlayarak modern devletin gerekliliklerine uygun olan bir eğitim ve mali düzenlemeler gerçekleştirilmesi amaçlanmıştır (Ahmad, 2019a, s. 39). Bu doğrultuda en önemli reform hareketleri eğitim alanında gerçekleşmiştir. Bu dönem Rüştüye Bakanlığı kurulmuş ve askeri rüştiyeler açılmıştır. Ayrıca kurulan Meclis-i Daim-i Maarif Umumiye ile öğretim kurumlarının devlet otoritesi altına alınması amaçlanmıştır. Ancak bir yandan medreselerin varlığı bir yandan ise Batı tarzı eğitim veren okulların açılması Cumhuriyet dönemine kadar sürecek olan eğitimde düalist bir yapıya sebep olmuştur (Tazegül, 2005, s. 77).

Tanzimat döneminde eğitim alanında gerçekleştirilen reformlar, devletin modern bilim ve tekniği kullanabilen bürokrasi ve ordu içinde yetkin kadroların oluşturulması en önemli konulardan biri



olmuştur (Zürcher, 2018, s. 82). Bu doğrultuda Ziraat Mektebi ve Baytar Mektebi gibi meslek okulları açılmış, eğitim düzenlenmesi reformu doğrultusunda modern eğitim sistemi esaslarına dayalı, ilk derece Sıbyan ve Rüştüye okulları ve ikinci derecede yer alan idadi ve sultani adındaki yüksekokullar kurulmuştur. Ayrıca Tanzimat döneminde kurulan Mektebi Sultani ve Mülkiye gibi okullar Osmanlı aydın sınıfını meydana getirmesi bakımından önemlidir (Ortaylı, 2016, s. 214-216).

Tanzimat döneminde gerçekleşen iktisadi reformlar Tanzimat'ın temelini meydana getirirken aynı zamanda idari alanda uygulanan reformların mali merkezîyetçilik düzenlemelerini gerçekleştirmek amacıyla bir araç olarak kullanılmıştır. Bu doğrultuda; vergilendirme düzeninin denetiminin merkezde toplanılmasını sağlayarak maliye idaresinin düzenlenmesi ve gelirlerin doğrudan merkezi devlet hazinesinde toplanarak, giderlerin de aynı yerden ödenmesi düzenlenmesi ile modern maliye idaresinin kurulması amaçlanmıştır (İnalçık ve Seyitdanlıoğlu, 2006, s. 113). İktisadi alanda gerçekleşen adil vergilendirme sisteminin getirilmesi ve özel mülkiyet kavramının yasalar ile güvence altına alınarak benimsenmesi, Osmanlı modernleşmesinin iktisadi alandaki en önemli dönüm noktalarından birini oluşturmuştur (Zürcher, 2018, s. 79).

Tanzimat reformları gerçekleştirdiği yapısal değişikliklerle Osmanlı idari ve toplumsal düzeninde önemli dönüşümleri beraberinde getirmiştir (Mardin, 2018, s. 30). Ancak Tanzimat dönemi reformlarına sadece hukuki, idari ve mali alanlarla sınırlandırmak, Tanzimat'a bütünsel bir bakış açısıyla bakabilmeyi zorlaştırır. Tanzimat, yeni bir okur kitlesinin oluşması ve burjuva özelliği taşıyan aydın bir sınıfın ortaya çıkmasını sağlaması bakımından sınırlı olmakla birlikte kültürel bir devrim özelliği barındırmaktadır. Tanzimat bu yönüyle Cumhuriyet döneminde gerçekleşecek olan harf ve dil devrimleri ile en önemli aşamaya gelen kültür devriminin başlangıç noktasını ifade eder (Findley, 2019, s. 117). Tanzimat ile Osmanlı devletinin Avrupa ile siyasi, ekonomik ve kültürel ilişkilerinin artması sonucunda Osmanlı devlet ve toplumsal yapısında önemli bir değişim meydana gelmiştir (Karpat, 2020, s. 54). Tanzimat döneminde devlet tarafından çıkarılan Takvim-i Vakayı ve Şinasi tarafından çıkarılan Tasvir-i Efkar gazeteleri, bizzat devlet tarafından başlatılan reform hareketlerinin, aydınlar tarafından benimsenmesi sonucu aşamalı bir biçimde topluma yansıma sürecinin başlangıcı olarak kabul edilebilir (Ülken, 2019, s. 34-35).

Öte yandan, Tanzimat dönemi Osmanlı idari yapısının modernleştirilmesinde ve ulusal ayrılıkçı hareketlere karşı devleti bir arada tutabilmek adına merkezileştirme politikasında önemli ilerlemelerin sağlandığı bir dönemi ifade eder (Ortaylı, 2016, s. 137). Bu noktada Tanzimat reformları, savunma amaçlı reform hareketleri temelinde şekillenmiştir. Bu süreçte idari ve eğitim alanlarında gerçekleşen reformlar ile yeni bir elit sınıf ortaya çıkmış ve Osmanlı modernleşmesinde siyasi, idari, toplumsal dönüşümlere sebep olması bakımından Tanzimat sonrası dönemi etkilemiştir (Findley, 2019, s. 88). Tanzimat, Avrupa'nın bilim ve teknikteki üstünlüğünü kabul eden ve Avrupa'yı model alan reform hareketleri ile bürokratik düzenlemeler gerçekleştirilmiştir. İdari düzenlemelerde, askeri ve eğitim alanlarında Avrupa örnek alınarak gerçekleştirilen reform hareketleri Osmanlı imparatorluğu içinde

her alanda görülebilen düalist bir yapıya yol açmıştır (Karpat, 2020, s. 49). Tanzimat döneminde gerçekleşen reformlar modern Türkiye'nin ortaya çıkmasında siyasal ve toplumsal devrimleri meydana getirecek yetkinliğe sahip yönetici elitin oluşmasını sağlaması açısından Osmanlı modernleşmesinde önemli bir süreç olarak öne çıkar (Lewis, 2020, s. 177). Bu yönüyle Tanzimat dönemi modern Türkiye'nin ortaya çıkmasında kritik bir aşamayı ifade eder.

## **BİRİNCİ MEŞRUTİYET DÖNEMİ MODERNLEŞME HAREKETLERİ**

Osmanlı modernleşme süreci Birinci Meşrutiyet dönemine kadar padişah ve devlet adamlarının sınırlı reform düzenlemeleri üzerinden gelişmiş, modernleşme çabaları da Meşrutiyet dönemine kadar kapsam ve etki açısından sınırlı kalmıştır. Osmanlı modernleşmesinde Meşrutiyet dönemleri önceki dönemlerden farklı olarak siyasal, kültürel ve toplumsal değişimlere yol açacak bir aydın sınıfı oluşturmuştur (Yamaner, 1999, s. 136). Tanzimat döneminde zayıflayan merkezi otoritenin güçlenmesi amacıyla eğitim alanında gerçekleşen reformlar çerçevesinde açılan Batı tarzı okullarda yetişen aydın sınıfın, Batı uygarlığının üstünlüğünü parlamentolu anayasal yönetime bağlamaları sonucu Osmanlı'nın ilk muhalif grubu ortaya çıkmıştır (Tazegül, 2005, s. 82). Osmanlı devletinde meşruti yönetime geçilmesinde önemli bir rol oynayan bu aydın sınıf, ilk modern muhalefet hareketi olarak ortaya çıkan Yeni Osmanlılardır. Yeni Osmanlılar, Avrupa'da eğitim alan ve Avrupa'daki anayasal gelişmelerden etkilenmekle birlikte Tanzimat döneminde gerçekleşen eğitim reformlarının sonucunda ortaya çıkmıştır (Ahmad, 2019b, s. 39). Tanzimat döneminin ardından Osmanlı devleti ekonomik ve siyasal alanlarda zayıflaması sonucu devlet yönetiminin yeniden düzenlenmesi ve ayrılıkçı ulusal hareketleri önlemek için devlet ile halk arasındaki ilişkileri yeniden düzenleyecek bir anayasa oluşturulması amacıyla meşruti rejim taraftarı olan Yeni Osmanlılar, Kanuni Esasiyi uygulamayı kabul ederek, Meşrutiyet rejimini ilan eden 2. Abdülhamid'i tahta geçirmiştir. (Kona, 2005, s. 95). Meşrutiyetin ilanı Osmanlı'da siyasal dönüşümler meydana getiren yeni bir dönemi başlatmıştır.

Osmanlı devletindeki ilk yazılı anayasa olma özelliği taşıyan Kanuni Esasi anayasası ve anayasal monarşi yönetiminin ilk dönemi olan Birinci Meşrutiyet dönemi, siyasal modernleşme süreci içinde önemli dönüm noktalarıdır (Tunaya, 2003, s. 3). Kanuni Esasi eşitlik ilkesini içermesi bakımından imparatorluk içindeki milletler arasında ortak bir Osmanlı vatani bilinci geliştirme amacı içermektedir (İnalçık, 2020, s. 78). Ancak hazırlanan anayasa Osmanlı toplumunun içinden çıkan siyasi, hukuki ve ekonomik istekleri ifade etmekten ziyade padişahın üstün otorite olarak kabul edildiği ve yetkilerini parlamentoda paylaştığı bir sistemi ifade eder (Tazegül, 2005, s. 83). İslam devleti olan Osmanlı'da Meşrutiyetin ilanıyla yürürlüğe giren Kanuni Esasi anayasası laik devletin temellerini meydana getiren bir belge olarak nitelendirilebilir. Bu noktada gerçekleştirilmesi hedeflenen reformlara; yarı İslamcı yarı Batıcı bir biçimde yaklaşılması, Osmanlı modernleşme sürecinde reform hareketlerinde başta eğitim alanında olmak üzere hemen hemen her alanda düalist bir yaklaşımla ele alınmasına sebep olmuştur (Ortaylı, 2016, s. 210-211).

Meclisi Mebusan üyelerinin padişaha karşı sorumluluk taşıması ve üyelerinin padişah tarafından seçilmesi, halkı temsil etme gücü olmayan ve feshi padişaha bağlı olan Kanuni Esasi'nin gerçek anlamda demokratik bir anayasal yönetimi ifade ettiği söylenemez. Ancak anayasal parlamenter yönetim sistemi kısa bir süre yürürlükte kalmasına rağmen gerçek anlamda meşruti yönetime giden yolu açmıştır (Kona, 2005, s. 96). Birinci Meşrutiyet döneminde anayasal meşruti yönetimi Abdülhamit'in parlamentoyu feshetmesiyle fiilen son bulmuştur. Bu durum sonucunda Osmanlı'da parlamenter meşruti yönetim sona ererek, istibdat devri başlamıştır. (Tunaya, 2003, s. 15). Birinci Meşrutiyet döneminde hukuki alandaki reformlar, Tanzimat döneminde başlatılan sürecin tamamlanması olarak nitelendirilebilir. Bu doğrultuda hukuk prosedürleri ve mahkemelerin düzenlenmesiyle, din dışı mahkemelerin kontrolü, kurulan Adalet Nezaretine bırakılmıştır. Adalet Nezareti ile ticaret, sivil ve ceza davalarında din dışı mahkeme sisteminin getirilmesi ile hukuk alanında önemli gelişmeler elde edilmiştir (Lewis, 2020, s. 249-250).

Kanuni Esasinin ilanı ile Osmanlı devletinde toplumun tümüne göre düzenlenen hukuksal reformlar; kültürel hayatı, eğitimi ve yazı dilini etkilemesi bakımından siyasal, sosyal ve kültürel alanlarda yenilikleri meydana getirmiştir (Ortaylı, 2016, s. 182). Birinci Meşrutiyet dönemi, basına karşı uygulanan yoğun sansür uygulamalarıyla da öne çıkmaktadır. Devletin resmi gazetesi olan Takvimi Vekayi gazetesi sansüre maruz kalmış ve 1890'da kapatılarak 1908'e kadar yayın yapamamıştır (Findley, 2019, s. 160). Öte yandan gazetelerin, kitap ve dergilerin tirajı önemli oranda artmıştır. Yayınlarda siyasal ve toplumsal olayların tartışılması yasaklanırken, bilim, tarih, coğrafya ve edebiyat gibi alanlardaki yayınlar halkın Osmanlı dışındaki dünya hakkında fikir edinebilmesini sağlamıştır (Zürcher, 2018, s. 102). Birinci Meşrutiyet döneminde uygulanan sansüre rağmen, farklı alanlarda yayınlanan yayımlar ve Osmanlı toplumunda artan okuyucu kitlesi Türkiye'nin modernleşme sürecine önemli bir katkıda bulunmuştur (Findley, 2019, s. 256).

Birinci Meşrutiyet döneminde Osmanlı devleti ekonomik bunalımdan etkilenirken, borçlarını ödenemeyecek hale gelmesi mali alanda sorunlara sebep olmuştur. Mali sorunları çözebilmek için Düyunu Umumiye (Genel Borçlar İdaresi) kurulmuştur (Zürcher, 2018, s. 109). Bunun yanında ekonomi alanında öne çıkan gelişmelerden biri bankacılık girişimi olan Ziraat Bankasının kurulmasıdır. Çiftçilere düşük oranda faizli kredi sağlamak amacıyla kurulan Ziraat bankası yerli tasarruflardan sermaye birikimi sağlamak açısından devletin önemli bir girişimini meydana getirmiştir (Findley, 2019, s. 166). Bu dönem mali alanda gerçekleştirilen reform uygulamaları Osmanlı ekonomisinin gelişmesini sağlayarak Avrupalı devletlerin ekonomi üzerindeki etkisini sınırlandırmayı ve maliye denetimini merkezileştirilmesi amaçlanmıştır (Karpas, 2020, s. 79). Bu dönem tekstil üretimi artmış, iplik, kumaş, makine gibi birçok ithal ürünün kullanılması ile yeni yerli iş kolları ortaya çıkmıştır. Yerli üretim girişimlerinin artması ekonomik değişim ve sosyal değişim arasındaki önemli bağlantı göz önüne alındığında bu iki temel değişim alanının birbiriyle etkileşim içinde olması Osmanlı ve Türkiye'nin modernlik anlayışlarını etkileyip, şekillendirdiği söylenebilir (Findley, 2019, s. 174).

Tanzimat reformlarının ana eksenini oluşturan idari merkezileşme, Birinci Meşrutiyet döneminde haberleşme ve iletişim alanında gerçekleştirilen yenilikler ile sağlanabilmiştir. Bu doğrultuda ilk telgraf hatları ve ilk demiryolları inşa ettirilmiştir (Quataert, 2020, s. 107). Telgraf ağının kurulmasıyla merkezi hükümet ile taşra arasındaki haberleşme ve denetleme olanağı sağlanırken, demiryollarının inşası ile taşımacılıkta önemli bir devrime yol açmıştır (Zürcher, 2018, s. 101)

Birinci Meşrutiyet döneminde eğitim alanında gerçekleştirilen reformlarla, Meşrutiyet öncesi miras alınan; harbiye, mülkiye, askeri ve sivil tıp okulları, mühendishane ve bahriye gibi okullar genişletilmiş ve bu okullara ek olarak; hukuk, maliye, tıp, veterinerlik, mühendislik, polis, gümrük ve güzel sanatlar gibi alanlarda yeni mesleki yüksekokullar kurulmuştur (Lewis, 2020, s. 246). Birinci Meşrutiyet döneminde askeri, tıbbiye ve mülkiye gibi dönemin modern okullarında eğitim gören kesim, Osmanlı devleti içinde pozitif bilim doğrultusunda yetişen aydın sınıfın ortaya çıkmasına katkı sağlamıştır. Modern okullarda eğitim gören bu aydın sınıf, reform hareketlerindeki eksikliklere ve merkezi yönetimin otoriter gücüne tepki göstererek, devleti kurtarma esasına dayanan bir modernleşme modelini savunmuştur (Kona, 2005, s. 101). Eğitim alanında gerçekleşen reformlar sonucunda, Türkiye Cumhuriyeti'nin kuruluş kadrosunda yer alan birçok kişi Birinci Meşrutiyet döneminde açılan okullarda yetişmiştir.

Osmanlı devleti Birinci Meşrutiyetten istibdat yönetimine geçen dönemde; eğitim, askerlik, yönetim ve bayındırlık alanlarında önemli gelişmeler yaşanırken yanı sıra Osmanlı toplumu bu süreçte reformların getirdiği yeniliklerle önemli bir dönüşüm geçirmiştir (Findley, 2019, s. 190). Birinci Meşrutiyet döneminde parlamenter anayasal rejime dayanan yönetim sisteminin etkisiyle Osmanlı siyasal yapısına özgürlük, eşitlik gibi kavramların girmesi ve parlamenter demokrasi anlayışı gibi yenilikleri beraberinde getirmiştir (Tazegül, 2005, s. 82). Osmanlı içinde yaşanan zihniyet değişimi ile çeşitli fikir hareketleri ortaya çıkmış ve gelişen bu fikir hareketlerinin Cumhuriyet döneminde önemli yansımaları olmuştur. Meşrutiyet ile on dokuzuncu yüzyıldan beri devam eden Osmanlı'nın reform döneminin yerini inkılap dönemine devrettiği söylenebilir. Bu açıdan Meşrutiyet dönemi geleceğin inkılaplarının hazırlayan süreci başlatmıştır (Ortaylı, 2016, s. 303).

## **İKİNCİ MEŞRUTİYET DÖNEMİ MODERNLEŞME HAREKETLERİ**

İkinci Meşrutiyet dönemi genellikle Jön Türkler dönemi olarak adlandırılmıştır. İttihat ve Terakki Cemiyeti etrafında birleşen Jön Türk hareketi, 2. Abdülhamid döneminde yetişen dönemin modern okullarında eğitim gören Osmanlı aydın sınıfı tarafından kurulmuştur (Tunaya, 2003, s. 130-131). Mülkiye, harbiye ve tıbbiye gibi dönemin modern okullarında yetişen Jön Türkler, vatanı kurtarma temelinde şekillenen bir modernleşme modeli ortaya koymuşlardır. Jön Türkler Osmanlı'nın modernleşme politikasındaki yetersizliklere ve merkezi yönetimin otoriter gücüne karşı bir tepki hareketi olarak ortaya çıkmıştır (Kona, 2005, s. 101-103). Jön Türkler, Abdülhamid yönetiminin sona ermesinde önemli bir rol oynarken, anayasal parlamenter yönetim sistemini yeniden ilan etmek amacıyla Osmanlı'nın örgütlü ilk muhalefeti İttihat ve Terakki Cemiyetini kurmuşlardır (Zürcher,

2018, s. 111). Jön Türkler, Osmanlı'nın geleneksel siyasal düzeninde özgün bir siyasal kimlik olarak ortaya çıkmıştır (Ortaylı, 2016, s. 300). İttihat ve Terakki başlangıçta parlamento dışında askerlerin, sivil bürokratların ve aydınların ilgisiyle kısa sürede gelişen gayri resmi bir oluşum olarak kurulmuştur. Ancak 1908 Jön Türk devriminin ardından anayasal parlamenter rejimin yeniden ilanı ile kurulan hükümette parti grubu olarak etkin bir yer almıştır (Tazegül, 2005, s. 84).

1908 Jön Türk devrimi ile Osmanlı İmparatorluğunda önemli dönüşümler meydana gelmiştir. Jön Türk devrimi sonrasında Osmanlı imparatorluğu anayasal bir saltanat yönetimine dönüşmekle birlikte parlamenter meşruti rejimin tekrar ilan edilmesiyle bu dönem, Cumhuriyet döneminde kurulacak parlamenter sisteminin temelini oluşturması bakımından önemlidir (Findley, 2019, s. 200). Jön Türk devrimi, Abdülhamid rejiminin istibdat yönetimine karşı askıya alınmış parlamenter meşruti yönetim düzenini geri getirmeyi amaçlayan bir harekettir (Georgeon, 2020, s. 24). Jön Türk devrimi modern Türkiye tarihinin başlangıç noktasını oluşturmasının yanı sıra demokrasiye dayalı parlamenter Cumhuriyet rejimine giden süreci etkilemesi bakımından, Türk siyasal hayatında ortaya çıkacak önemli dönüşümlere geçiş sürecini ifade eder (Tazegül, 2005, s. 85).

Jön Türk hareketinin temelinde, Tanzimat dönemi devlet adamları ve Birinci Meşrutiyet döneminde öne çıkan Yeni Osmanlılar gibi devletin nasıl kurtarılacağına ilişkin soruya çözüm getirebilme çabası bulunur. Bu sorunun çözümüne yönelik Osmanlı'da devleti kurtarma ekseninde şekillenen reform hareketleri modern Türkiye Cumhuriyeti'nin ortaya çıkışında önemli ve etkin bir yere sahip olmuştur (Lewis, 2020, s. 288). Osmanlı modernleşme sürecinde Jön Türklerin, Tanzimat devlet adamları ve Yeni Osmanlılardan farklı olarak modernleşme hareketine ilk kez devlet ve toplumu karşılıklı birlikte ele alarak, köklü bir değişimi amaçlayan, siyasal, kültürel ve sosyal araçları kullanarak modern devletin gerekliliklerine uygun modern bir devlet yönetim sisteminin oluşturmayı amaçlamışlardır (Karpata, 2020, s. 99). Bu noktada Osmanlı modernleşme süreci içinde İkinci Meşrutiyet dönemi, modernleşme hareketinin hız kazandığı bir dönem olarak öne çıkar (Lewis, 2020, s. 310).

Osmanlı modernleşme süreci içinde İkinci Meşrutiyet dönemi idari ve sosyal alanlarda gerçekleştirilen reformlarla Türkiye Cumhuriyeti'nin inşa sürecini etkilemesi bakımından önemlidir. Bu dönemde; bireysel konularda geleneksel Osmanlı idari yapısında yer alan dini kanun ve kurumları esas alan idari yapı terk edilerek, dini mahkemeler yerini Adliye Bakanlığına, vakıfların denetimi Evkaf Bakanlığına ve eğitim kurumlarının idaresi ise Maarif Bakanlığına devredilmiştir (Findley, 2019, s. 235).

İkinci Meşrutiyet döneminde gerek bireysel gerek aile meselelerinde esas kurum olan şeriata dayalı dini mahkemelerin Adliye Bakanlığına devredilmesi Osmanlı geleneksel idari yapısında yaşanan dönüşümü kavramak açısından önemlidir. Bu durum modern ve laik bir devlet düzenine geçişte önemli bir aşamayı ifade ederken aynı zamanda Cumhuriyet dönemi laik uygulamaların temelini oluşturduğu söylenebilir (Lewis, 2020, s. 311).

İkinci Meşrutiyet döneminde Osmanlı ekonomisi; sermaye birikiminin olmadığı, sanayileşmemiş, geleneksel iktisat politikalarıyla yürütülen, dış borçlanmalar ve kapitülasyonların sebep olduğu mali bunalım içerisindeydi. Tüm bunları çözebilmek için milli iktisat politikası benimsenmiştir. Milli iktisat politikasıyla; kapitülasyonların kaldırılması ve milli sermaye oluşturmanın önceliği gibi mali düzenlemeleri içeren reformlar gerçekleştirilmiştir (Tunaya, 2003, s. 139-140). Milli iktisat politikası esas itibarıyla mali bağımsızlığı gerçekleştirmek amacıyla Osmanlı ekonomisini yabancıların denetiminden çıkartarak milli bir iktisat sistemi oluşturmayı hedeflemiştir. Bu amaçla Osmanlı devleti, İkinci Meşrutiyet döneminde dış ticareti geliştirme politikası ile yabancı yatırımı desteklerken vergi denetimi ve maliye düzenlemelerinde iyileştirmeler gerçekleştirmiştir. (Zürcher, 2018, s. 153). Tanzimat döneminden İkinci Meşrutiyet dönemine Osmanlı'da öne çıkan bir sosyal değişim söz konusudur. Ancak İkinci Meşrutiyet döneminde benimsenen milli iktisat politikası Osmanlı toplumsal yapısındaki sosyal dönüşümün hızını arttırmıştır (Karpat, 2020, s. 102). İkinci Meşrutiyet döneminde mali alanda yabancı yatırımlar artarken serbest girişim desteklenmiştir. Bu dönem mali alandaki bu gelişmelerin yanı sıra işçi örgütlenmeleri de ortaya çıkmıştır (Findley, 2019, s. 195).

İkinci Meşrutiyet döneminde eğitim alanında gerçekleştirilen reformlarla, eğitim imkânları kız öğrencileri de kapsayarak toplumsal eşitlik temelinde yaygınlaştırılmıştır. Bu dönem ilk ve ortaöğretimde eğitim gören kız öğrencilerin üniversitede de eğitim alabilmelerinin önü açılmıştır. Osmanlı toplumunda kadınlar sadece öğretmen ve hemşire gibi meslekleri yapabilirken bu gelişmelerle kadınların toplumsal hayatta doktor, hukukçu, memur gibi farklı meslek gruplarında yer almalarının önü açılmıştır (Lewis, 2020, s. 310). Bu dönem kız öğrenciler için temel eğitimin zorunlu hale getirilmesi ve kadınların üniversitede eğitim alabilmelerinin sağlanması, sosyal ve toplumsal yapıda kadın erkek eşitliği adına önemli gelişmeler olarak görülebilir (Findley, 2019, s. 235). Bu gelişmelerin Cumhuriyet döneminde kadınların toplumsal, siyasal, kültürel ve ekonomik alanlarda önemli rol oynamasını sağlayarak kadın erkek eşitliği açısından önemli dönüşümlere yol açacak reformların ilk adımını meydana getirdiği söylenebilir.

İkinci meşrutiyet dönemi siyasal modernleşme açısından ilk defa çoğulcu bir siyasal deneyimi başlatırken aynı zamanda dernek kurma hakkı ve toplanma özgürlüğü tanımlanmıştır. Türk siyasal tarihinde ilk kez deneyimlenen çoğulcu siyasal sistem başlatması ve çeşitli siyasal partiler, dernek ve gazetelerin kurulması, Cumhuriyet dönemi siyasal ve sosyal yapıyı etkilemesi bakımından önemlidir (Tunaya, 2003, s. 128). Osmanlı modernleşme sürecinde İkinci Meşrutiyet döneminin çoğulcu yapısı ile birbirinden farklı fikir akımlarının doğmasına sebep olması bakımından önemli bir aşamayı ifade eder. Bu dönem çıkarılan çeşitli dergi ve gazeteler aracılığıyla birbirinden farklı topluluk ve grupların savdukları fikir hareketleri gelişim göstermiştir. İkinci Meşrutiyet döneminde gelişim gösteren bu fikir hareketleri Cumhuriyet'in inşasında temel düşünsel hareketlerin temelini oluşturmuştur (Tazegül, 2005, s. 85). İkinci Meşrutiyet, farklı alanlarda birçok gazete ve dergilerin yayınlanmaya başladığı bir dönem olmanın yanında bu dönem kadınların çıkardığı dergiler ve kurulan feminist

dernekler ile Osmanlı modernleşme süreci içinde kadınların kültürel ve sosyal alanda belirgin ve etkili bir şekilde yer aldığı bir dönemdir (Findley, 2019, s. 194).

İkinci Meşrutiyet dönemi toplumsal ve sosyal alanlarda kadınların üstlendikleri kamusal roller Cumhuriyet'in kuruluş sürecinde kadınların yeni kurulan Türkiye Cumhuriyeti'nin inşasında etkin bir şekilde yer almalarını beraberinde getirmiştir (Ahmad, 2019b, s. 76). İkinci Meşrutiyet dönemi, Osmanlı İmparatorluğu'nun yıkılış sürecinde önemli bir dönemi ifade ederken, Türk siyasal hayatını birçok yönden etkilemesi açısından çok yönlü niteliğe sahiptir. İkinci Meşrutiyet döneminde Abdülhamid yönetiminin sona ermesi, Osmanlı devletinin sonunu simgelemesi ve Türkiye Cumhuriyeti'nin kuruluş temellerinin atıldığı süreci ifade etmesi bakımından Türk siyasal hayatında önemli bir yere sahiptir (Tunaya, 2003, s. 121). İkinci Meşrutiyet döneminde gerçekleşen reformlar tarihi, kültürel ve sosyal devamlılık içinde ele alındığında modern Türkiye Cumhuriyeti'nin ortaya çıkışında önemli bir etki ve dönüşümleri barındıran reformlar olarak değerlendirilebilir (Karpat, 2020, s. 102).

Jön Türkler, İkinci Meşrutiyet döneminde Osmanlı devletine Batı düşünce sisteminin taşıyıcısı olmuşlardır. Bu dönem öne sürdükleri siyasi ve idari alanlardaki fikirler Cumhuriyet döneminde gerçekleşen inkılapların temelini meydana getirmiştir (Tunaya, 2003, s. 107). İkinci Meşrutiyet döneminde vatan ve millet gibi kavramların benimsenmesiyle önemli dönüşümlere sebep olacak bir zihniyet değişimi yaşanmıştır. Bu zihniyet değişimi, Osmanlı'nın yıkılış sürecini etkilerken, Osmanlı yıkılışı sonrasında kurulan Türkiye Cumhuriyeti'nin inşa sürecinde önemli bir etkidir (Ahmad, 2019b, s. 76).

## **CUMHURİYET DÖNEMİ ÇAĞDAŞLAŞMA HAREKETİ**

Ulusal Kurtuluş Savaşının sonrasında Cumhuriyet'in ilan edilmesi ve hilafetin kaldırılmasının ardından, Osmanlı devletinin saltanata dayanan yönetim sistemi kaldırılarak, halkın egemenliğine dayanan Cumhuriyet rejimi kurulmuştur. Osmanlı geleneksel düzeninden kalan devletin siyasal yapısı içinde bulunan geleneksel ve dini kurumlar, Cumhuriyet'in kuruluşuyla yerini çağdaşlaşma esas alınarak inşa edilen yeni çağdaş yapılara bırakmıştır (Kili, 2006, s. 123). Cumhuriyet döneminde gerçekleşen modernleşme hareketi, Atatürk'ün çağdaş ilkelerine dayalı temel inkılapları içeren ve ulusal birliğe dayanan modern Türkiye Cumhuriyeti'ni kurmak amacıyla gerçekleştirilen bir çağdaşlaşma hareketidir (Karpat, 2020, s. 140).

Yeni kurulan Cumhuriyet rejimi ile yönetilen ve halkın egemenliğine dayanan Türkiye Cumhuriyeti'nin modern bir ulus devlete dönüşümü sürecinde Atatürk inkılapları esas alınarak, modern eğitim, hukuk ve sanayileşmiş modern bir ekonomi inşa etmek amaçlanmıştır (Ahmad, 2019a, s. 69). Cumhuriyetin ilanı sonrasında modern ulus inşa sürecinde çağdaşlaşma esas alınarak gerçekleştirilen Türk inkılap hareketi ile özellikle hukuk alanında düzenlemeler ve eğitim alanında çağdaş eğitim sistemini esas alan yenilikler gerçekleştirilmiştir (Tunaya, 2016, s. 123). Yeni kurulan Cumhuriyet rejiminde Atatürk'ün eğitim, hukuk, sosyal ve ekonomik alanlardaki inkılapları esas

alınarak gerçekleştirilen çağdaşlaşma hareketi modern Türkiye'nin inşası sürecinde yeni bir siyasi yapılanma meydana getirmiştir (Ülken, 2019, s. 515). Cumhuriyet'in inşası sürecinde radikal değişimler gerçekleştirilmesi, Atatürk devriminin ulusal bir çağdaşlaşma eylemi olmasının yanı sıra Atatürk döneminde gerçekleşen siyasal ve toplumsal alanlardaki yenilikler Türk siyasal sisteminde köklü bir değişim meydana gelmesine sebep olmuştur (Kili, 2006, s. 93). Cumhuriyet dönemi Türk modernleşmesinin dayandığı esas kaynak Atatürk ilke ve inkılapları olurken esas amacı ulusal birliğe dayanan ve laiklik temelinde oluşturulan modern bir ulus devlet inşasıdır (Tazegül, 2005, s. 102). Buna yönelik olarak anayasa dâhilindeki laiklik ilkesi, dinin devletten ayrılması esasına bağlamında kabul edilmiştir (Ülken, 2019, s. 514).

Atatürk'ün devrim modeli devletin siyasal yapı ve kurumlarında çağdaş anlamda yeni bir sistem ve yönetim şeklini ortaya koyarken, laik bir toplum temelinde cumhuriyetçi, demokratik ve özgürlükçü bir siyasal düzen kurmayı amaçlamıştır (Kili, 2006, s. 118). Yeni kurulan Türkiye Cumhuriyeti'nin inşası sürecinde modern bir devlet ve toplum yapısı oluşturabilmek amacıyla öncelikle inkılapçı laik kanunlaştırma hareketlerinin önünde engel oluşturan Osmanlı'dan kalan teokratik yapı ve kuruluşlar kaldırılmıştır (Tunaya, 2016, s. 110). Bu doğrultuda ulusal egemenliğe dayanan yönetim sisteminde gerçekleştirilen inkılapların laik niteliğine uygun olarak hilafet kaldırılmıştır (Kona, 2005, s. 133). Hilafetin kaldırılması çağdaşlaşma hareketinin önündeki engeli kaldırarak, siyasal egemenliğin tamamıyla ulusal birliğe devredilmesini sağlarken, saltanatın kaldırılması Atatürk devriminin, siyasal ve toplumsal etkileri olan ilk büyük adımıdır (Kili, 2005, s. 273-274).

Saltanatın ve hilafetin kaldırılması siyasal modernleşme açısından önemli bir devrim olurken, demokratikleşme sürecinin hızlanmasını sağlaması ve çağdaş devletin oluşum sürecinde siyasal yapıdaki ilk laikleşme aşaması olması açısından önemlidir (Tekin, 2008, s. 134). Saltanatın ve hilafetin kaldırılması, radikal değişimler olmakla birlikte Tanzimat döneminde hukuk ve eğitim sisteminin laikleştirilmesi, Cumhuriyet dönemindeki radikal yeniliklerin Tanzimat dönemi reform hareketlerinin bir uzantısı olarak da ortaya çıkmıştır (Zürcher, 2018, s. 206). Cumhuriyet döneminde siyasal modernleşme geleneksel Osmanlı yapısındaki dinsel otoritenin yerini ulusal birlik esasına dayalı laik bir yönetim şekline bırakırken, toplumsal modernleşme çağdaş toplumsal kurumlar esas alınarak uygulama yolu izlenmiştir (Kona, 2005, s. 127).

Osmanlı devletinin Cumhuriyet idaresine bıraktığı hukuk düzeni, dinsel kurallara dayalı hukuk anlayışını yansıtan şeriat yasalarını ve örfi hukuk düzenlemelerini içerir (Kili, 2005, s. 302). Ancak yeni kurulan Cumhuriyet rejimi ile yönetilen modern Türkiye'nin laik esaslara dayanan Cumhuriyet yönetimine uygun olarak şeriat ve örfi düzenlemeleri içeren Şeriye ve Evkaf Vekaleti kaldırılarak Diyanet İşleri Kurumu kurulmuştur (Akşin, 2009, s. 187). Halifeliğin kaldırılması, Şeriye vekaletinin kaldırılarak diyanet işleri müdürlüğüne dönüştürülmesi ve tevhidi tedrisat kanunu ile eğitimin birleştirilmesi yasası, Türk hukuk düzeninin modern esaslara göre yeniden düzenlemeye yönelik adımlardır (Ateş, 2010, s. 238).



Osmanlı devletinin şeriat hükümlerini içeren dine dayanan hukuk sistemi yerini, Cumhuriyet'in ilanı sonrasında Medeni Hukuk kapsamında hazırlanan Türk Medeni Kanunu almıştır. Medeni Kanun'un ilanı Cumhuriyet rejimi ile yönetilen Türkiye'de hukuk birliğini sağlarken, laik hukuk düzeninin yerleşmesini sağlamış ve kadın erkek eşitliği doğrultusunda uygulamaların gerçekleşmesini beraberinde getirmiştir (Tekin, 2008, s. 159-160). Cumhuriyet döneminde kadın erkek eşitliği ve kadın hakları konusunda önemli atılımlar gerçekleşmiştir. Bu dönem kadınlara seçme ve seçilme hakkı tanınmış ve kadınların siyasal alanda katılımı sağlanmıştır (Tazegül, 2005, s. 107).

Cumhuriyet döneminde eğitim alanındaki devrimler, Türk modernleşme hareketini önemli ölçüde şekillendirmiştir (Kili, 2006, s. 92). Cumhuriyetin ilanı ile laik eğitim sisteminin yerleşebilmesini sağlamak amacıyla medreseler kaldırılmış ve İstanbul Üniversitesine bağlı İlahiyat Fakültesi kurulmuştur (Zürcher, 2018, s. 221). Cumhuriyet'in kurulmasıyla gerçekleşen laik reformlar, Atatürk'ün laiklik ilkesi bağlamında ifade bulan ve dini kurum ve kuruluşları devlet denetimine alarak, Osmanlı imparatorluğu döneminden kalan idari ve eğitim alanlarındaki kurumsal ikilikleri ortadan kaldırmayı amaçlamıştır (Findley, 2019, s. 252). Osmanlı İmparatorluk döneminden kalan dini ve modern okulların varlığı eğitim sisteminde düalist bir yapıya yol açmıştır. Cumhuriyet döneminde ilan edilen Tevhidi Tedrisat Kanunu ile tüm eğitim okulları Milli Eğitim Bakanlığı'na bağlanarak eğitimdeki ikilik ortadan kaldırılmıştır (Karpat, 2020, s. 146).

Ayrıca bu dönem gerçekleşen üniversite reformu ile ziraat fakültesi, hukuk fakültesi, siyasal bilgiler fakültesi ve dil tarih fakültesi gibi çeşitli alanlarda fakülteler kurulmuştur (Tekin, 2008, s. 174-175). Cumhuriyet döneminde eğitim alanında gerçekleştirilen eğitimin birleştirilmesi, okuryazar oranının artırılması ve gerçekleştirilen eğitim seferberliği ile Türk ulusal birliğini çağdaş uygarlık düzeyinde ileri taşıyacak kuşakların yetiştirilmesi amaçlanmıştır (Ateş, 2010, s. 247).

Cumhuriyet döneminde kültür devriminin ilk önemli aşaması, Arap harflerinin yerine harf devrimi ile Türk harflerinin getirilmesidir. Harf devrimi, Cumhuriyetin çağdaş esaslarına yönelik bir devrim olmasının yanında modern ulus devletinin inşası sürecinde toplumsal ve kültürel açıdan önemli bir aşamayı ifade eder (Akşin, 2009, s. 201-202). Cumhuriyet döneminde kurulan Halkevleri ve Türk Devrim Tarihi Enstitüsü ile toplumun düşünsel gelişimi ve eğitim düzeyini arttırmak amaçlanmıştır (Kili, 2006, s. 157). Arap harflerinin kaldırılarak Latin harflerinin kabul edilmesi; dine dayalı Osmanlı devletinden, demokrasiye dayalı laik toplumun inşası sürecinde çağdaş Türk toplumu yaratma amacıyla gerçekleşen en önemli yeniliklerden biridir (Karpat, 2020, s. 153). Bu uygulamalarla amaçlanan esas gaye; Osmanlı'dan kalan dinsel kimlikten çıkarak, Cumhuriyetin getirdiği laik niteliklere dayanan ulusal Türk kimliğinin ve ulusal Türk bilincinin yerleşmesini sağlamaktır (Tazegül, 2005, s. 102).

Cumhuriyet döneminde Osmanlı geleneksel yönetim düzeninden, çağdaş esaslara dayalı ulusal bir devlet yönetim düzeni kurmak amacıyla milli birliği güçlendirmeye yönelik atılımlar gerçekleştirilmiştir. Bu doğrultuda; Atatürk tarafından Türk Dil Kurumu ve Türk Tarih Kurumu

kurulmuştur (Kili, 2006, s. 156). Türk Tarih Kurumunun kurulmasıyla amaçlanan Osmanlı İmparatorluk döneminden kalan geleneksel tarih anlayışının yerine milli tarih anlayışının benimsenmesini sağlamaktır. Türk Dil Kurumunun kuruluşu ise Arap harfleri kaldırılmasının ardından ilan edilen harf devrimi sonrasında Türkçe'nin bir bilim dili olması amaçlanmıştır (Tekin, 2008, s. 169-170).

Cumhuriyet döneminde ekonomik kalkınma atılımları iktisadi anlamda cumhuriyetçi, devletçi ve aynı zamanda serbest piyasa anlayışını içeren bir modernleşme projesi olarak ele alınarak ulusal ve toplumsal kalkınma amaçlanmıştır (Toker ve Tekin, 2002, s. 103). Bu amaçla iktisadi alanda yabancı etkisine karşı yerli bir sanayi altyapısı oluşturmak adına önemli atılımlar gerçekleştirilmiştir. Bu dönem özel sektörü ve yabancı yatırımı desteklemekle birlikte, yabancılara ait işletmeleri devletleştirme politikası izlenmiştir (Akşin, 2009, s. 218). Cumhuriyet döneminde ekonomi alanında ilk olarak Osmanlı'dan kalan aşar vergisi kaldırılarak, tarım kooperatifleri kurulmuştur. Ayrıca bu dönem demiryolları, maden işletmeleri ve limanlar yabancı denetiminden çıkarılarak, sanayi üretimini destekleyen yasayı içeren İş Kanunu çıkarılmıştır (Kili, 2006, s. 163). Gerçekleştirilen milli iktisat düzenlemesi ile Türk sanayisini güçlendirmek amacıyla Teşviki Sanayi Kanunu ilan edilmiştir. Ayrıca bu dönemde devletin mali altyapısını geliştirmeye yönelik; Ziraat Bankası yeniden düzenlenmiş, Sanayi Bankası ve İş Bankası kurulmuştur (Zürcher, 2018, s. 231).

Cumhuriyet döneminde ekonomi alanında gerçekleştirilen en önemli atılımlardan biri uygulanan beş yıllık sanayi planıdır. Bu dönem uygulanan beş yıllık sanayi planı çağdaşlaşma modelinin, ekonomi alanında uygulanan ilk başarılı örneğidir (Kili, 2006, s. 164). Cumhuriyet döneminde ekonomi alanında gerçekleşen sanayileşme politikası sonucu dokuma, kâğıt, maden gibi sanayi alanlarına yapılan yatırımlarla ekonomide modernleşme adına önemli atılımlar gerçekleştirilmiştir (Tazegül, 2005, s. 106). Cumhuriyet döneminde ekonomide gerçekleşen atılımlarla, Türkiye'de sanayinin temelini atıldığı söylenebilir.

Cumhuriyet dönemi Türk modernleşme hareketi, çağdaş uygarlık düzeyine ulaşma hedefiyle çağdaşlaşma, kalkınma ve ulusal birliğe dayanan bir çağdaşlaşma modelini esas almıştır. Cumhuriyet döneminde siyasal, toplumsal, ekonomik ve kültürel alanlarda toplumu da içine alarak makro düzeyde gerçekleştirilen yenilikler bütünsel bir yaklaşımla gerçekleştirilen ilk Türk çağdaşlaşma hareketi olması bakımından önemli bir dönemi ifade eder (Kili, 2006, s. 92-94)

## **OSMANLI REFORM HAREKETİNDEN CUMHURİYET ÇAĞDAŞLAŞMA HAREKETİNE**

Tanzimat ve Meşrutiyet dönemleri sürecinden, Cumhuriyet dönemine kadar reform hareketleri esas olarak askeri, idari ve siyasi alanda gerçekleştiği söylenebilir. Tanzimat döneminde modernleşmeyi bir yöntem dâhilinde sunan yaklaşım, Cumhuriyet'in kurulmasıyla bütünsel anlamda ilk Türk modernleşme hareketini meydana getirmiştir (Toker ve Tekin, 2002, s. 82-83). Osmanlı geleneksel toplumundan modern topluma geçiş sürecinde ulusal devlet kurma, ulusallaşma süreci, ulusal bir

kültür temelinde toplumsal yapıyı inşa etme gibi aşamalar Cumhuriyet dönemi çağdaşlaşma hareketini Cumhuriyet'in ulusçu, laik, cumhuriyetçi yapısı dâhilinde gerçekleştirmiştir (Kili, 2005, s. 308). Radikal bir değişimin sonucu olarak gerçekleşen Cumhuriyet dönemi çağdaşlaşma hareketi, nitelik ve sonuçları bakımından Osmanlı İmparatorluğu döneminde gerçekleşen reform hareketlerinden farklılık gösterir. Cumhuriyet döneminde siyasal modernleşme, geleneksel Osmanlı yapısındaki dinsel otoritenin yerini ulusal birlik esasına dayalı laik bir yönetim şeklini yansıtmaya, toplumsal modernleşme çağdaş toplumsal kurumlar esas alınarak uygulama politikası benimsenmiştir (Kona, 2005, s. 126-127). Osmanlı'da devletin bütünlüğünü korumak amacıyla başlayan reform hareketleri ile pozitif ilimleri içeren okulların açılması ve bu okullarda yetişen neslin Cumhuriyet'in kuruluş kadrolarını oluşturması Osmanlı Türk modernleşmesinin devamlılık düzleminde ele alınmasını gerektirir (İnalçık, 2020, s. 80). Osmanlı monarşisinin deneyimlediği anayasal monarşi süreci Cumhuriyet dönemine parlamento, siyasal parti ve basın gibi siyasal oluşumları miras bırakmıştır. Çok uluslu imparatorluk yönetiminden, ulusal birliğe dayanan Cumhuriyet yönetimine geçişte; eğitim sistemini, mali sistemini ve yönetim örgütlenmesini Osmanlı'dan miras almıştır. Cumhuriyet'in doktorları, hukukçuları ve tarihçileri Osmanlı son devrinin aydın kadrolarından çıkmıştır (Ortaylı, 2016, s. 37).

Osmanlı İmparatorluğu'nun yıkılmasının ardından yeni kurulan Türkiye Cumhuriyeti'nde siyasal, toplumsal ve iktisadi alanlarda yeniden inşa edilen bir modernleşme çabası ve ulus devlet sürecine geçiş söz konusudur (Aydın, 2020, s. 93). Türkiye'nin modernleşme süreci, Osmanlı'da başlayan reform hareketlerinin devamlılığının yanında, Osmanlı kozmopolit yapısına karşı tanımlanmıştır. Bu noktada Osmanlı'nın kozmopolit yapısına uygun modernleşme arayışına rağmen Cumhuriyet dönemi modernleşme hareketi, ulusal birlik temelinde milli değerler ve ulusal söylem üzerinde yükselmiştir (Göle, 2002, s. 62).

Cumhuriyet döneminde gerçekleşen çağdaşlaşma hareketleri, Osmanlı reform hareketleri ile kıyaslandığında Cumhuriyet döneminde devrimsel nitelikte önemli dönüşümlere sebep olan devlet ve toplum bir arada ele alınarak gerçekleşen çağdaşlaşma hareketi, Osmanlı döneminde gerçekleşen reform hareketleri gibi dış baskılar sonucu değil, radikal değişimleri amaçlayan, iç dinamiklerle gerçekleşen bütünsel bir çağdaşlaşma modeli ortaya koymuştur (Tekin, 2008, s. 132).

Cumhuriyet dönemi modernleşme sürecini Osmanlı modernleşme sürecinden ayıran en önemli fark; modernleşme hareketinin devleti yıkılmaktan kurtaracak bir araç olarak kullanılmaktan çıkarak, çağdaşlaşma modeli esas alınarak ulus devlet bilinciyle şekillenen temel bir amaç haline gelmesidir (Tazegül, 2005, s. 99). Osmanlı'da devletin modernleşmesiyle sınırlandırılan sorunsal, Cumhuriyet döneminde yerini toplumsal modernleşme sorunsalına bırakmıştır. Bu açıdan Cumhuriyet dönemi modernleşmesi modern kurumların oluşturulmasının ardından, toplumun modernleştirilmesi sorunsalına odaklanılmıştır. Bu yönüyle Osmanlı'dan Cumhuriyet'e modernleşmede yaşanan en önemli değişim, modernleşmenin öznesinin değişimidir (Çetin, 2019, s. 24). Ancak modernleşmede

yaşanan değişimin algılanış biçimine baktığımızda, Cumhuriyet modernleşmesinin Osmanlı ile devamını oluşturan unsur olan toplumsal değişimin, toplum adına devlet eliyle gerçekleştirilmesidir (Coşar, 2019, s. 68).

Türk modernleşme süreci toplumsal düzeyde tarih, dil, kültür, hukuk, eğitim gibi unsurları modernleşme aracı olarak kullanılarak, modernleşmeyi toplum ve devleti bütünlük dâhilinde ele almasıyla en önemli atılımı Cumhuriyet sürecinde göstermiştir (Çetin, 2019, s. 25). Cumhuriyet döneminde gerçekleşen Türk modernleşmesi, bütünsel bir çağdaşlaşma hareketini ifade eder. Bu noktada Batı bilim ve teknolojisini almak kadar kültür ve felsefi alt yapıyı da bünyeye taşımak amaçlanmıştır. Dolayısıyla Cumhuriyet dönemi çağdaşlaşma hareketi, bilim, teknik, felsefe ve kültürü bir arada ele alarak çağdaşlaşmaya bütünsel bir bakış açısıyla yaklaşmıştır (Akşin, 2009, s. 223-224). Bu bütünsel bakış açısı modern Türkiye'nin kuruluşunda toplumsal, siyasal ve sosyal yapıyı etkilemesi bakımından önemlidir.

## SONUÇ

Osmanlı'da askeri alanda merkezi otoriteyi güçlendirmeye yönelik devlet tarafından başlatılan reform hareketleri, meşrutiyet dönemleri ile padişahın ve devlet adamlarının bireysel etkisinden çıkarak Osmanlı aydın sınıfı tarafından talep edilmiş ve Osmanlı devletinde idari, siyasal ve toplumsal dönüşümleri meydana getirmiştir. Makalede yer alan, Osmanlı reform hareketlerinin Cumhuriyet dönemi çağdaşlaşma hareketine değişim ve bütünsel süreklilik dâhilindeki etkisi sorusuna yönelik olarak; çok uluslu Osmanlı imparatorluğundan ulusal birliğe dayanan modern Türkiye'nin ulus devlete dönüşümü belirli bir süreç dâhilinde gerçekleşerek siyasal, idari, ekonomik ve toplumsal alanlarda dönüşümleri meydana getirmiştir. İmparatorluk yönetiminden ulus devlete dönüşüm sürecinde iktidarın meşrutiyet kaynağının dinsel otoriteden çıkarak, halkın demokratik seçimlerinin belirleyici olmasıyla siyasal ve toplumsal alanda önemli dönüşümleri beraberinde getirirken, modern Türkiye'nin oluşumunda önemli bir aşamayı ifade eder. Dolayısıyla iki yüzyılı kapsayan Osmanlı modernleşme süreci içinde idari, siyasal, toplumsal, eğitim ve iktisadi alanlarda gerçekleşen reform hareketleri, modern Türkiye Cumhuriyeti'nin kuruluşunu etkilemiştir.

Osmanlı modernleşme süreci devletin yapısında meydana gelen değişimler kadar toplumsal yapıda da köklü değişimleri beraberinde getiren ve bütünsel bir süreklilik dâhilinde modern Türkiye Cumhuriyeti'nin kuruluşuyla devam eden bir süreci ifade eder. Çok uluslu imparatorluk rejiminden Cumhuriyet yönetimine geçişte bu değişim süreci, siyasal, sosyal, ekonomik ve kültürel alanlarda birbirini tamamlayan bütünsel bir çağdaşlaşma modeli ortaya koyarak, modern Türkiye Cumhuriyeti'nin inşası amaçlanmıştır. Osmanlı'dan Türkiye Cumhuriyeti'ne geçişte modernleşme süreci bir anlamda ulus devlet yaratma süreci olarak nitelendirilebilir. Çok uluslu Osmanlı İmparatorluğu'nun yıkılmasının ardından ulusal birliğe dayanan modern Türkiye Cumhuriyeti'nin kurulmasıyla, meşrutiyetini teokrasiden alan geleneksel Osmanlı düzeni son bularak, halkın

demokratik seçimlerinin bağlayıcılığı olduğu Türkiye Cumhuriyeti'nin anayasal ilkeleri belirleyici olmaya başlamıştır.

Makalede yer alan Tanzimat, Birinci ve İkinci Meşrutiyet dönemlerinde gerçekleşen reform hareketlerinin, modern Türkiye'nin ortaya çıkmasındaki etkilerinin Cumhuriyet dönemi çağdaşlaşma hareketine giden süreçteki etkilerinin değerlendirilmesi sorusuna yönelik olarak; Tanzimat dönemi reformları, Osmanlı modernleşme sürecinde idari, siyasi ve toplumsal dönüşümlere sebep olmasının yanı sıra Tanzimat sonrası dönemi etkilemesi ve Osmanlı-Türk modernleşme sürecinin başlangıcı olması bakımından öne çıkmaktadır. Bunun yanı sıra Tanzimat dönemi reformları, modern Türkiye'nin ortaya çıkmasında siyasi ve toplumsal dönüşümleri meydana getirecek yönetici eliten yetişmesini sağlaması bakımından modernleşme sürecinde önemli bir aşamayı ifade eder. Ancak Tanzimat dönemi reformlarının düalist yapısı Osmanlı modernleşmesinde yapısal bir özellik olarak ortaya çıkarken, Cumhuriyet dönemine kadar olan reform hareketlerinin istenilen düzeyde gerçekleşmemesine sebep olmuştur. Birinci Meşrutiyet dönemi reformlarının modern Türkiye'nin ortaya çıkmasındaki etkisine baktığımızda, anayasal monarşi yönetiminin ortaya çıkışı ile idari ve siyasi modernleşme sürecinde önemli bir aşamayı meydana getirmesi ve modern okullarda eğitim gören aydın bir sınıfın oluşması öne çıkar. Birinci Meşrutiyet döneminde açılan okullarda yetişen bu aydın sınıf, Cumhuriyet'in kuruluş kadrosunda yer alan birçok kişinin bulunması bakımından önemlidir. Bunun yanında Birinci Meşrutiyet döneminde gerçekleşen reformlar, siyasi, sosyal ve kültürel hayatı etkileyerek, Osmanlı toplum düzeninde yenilikler meydana getirmesi açısından modern Türkiye'nin ortaya çıkışında önemli bir süreci ifade eder. İkinci Meşrutiyet dönemi reformları ise Cumhuriyet rejimine giden süreci etkilemesi bakımından Osmanlı-Türk modernleşme sürecinde önemli dönüşümlere sebep olan bir geçiş sürecini ifade eder. İkinci Meşrutiyet dönemi reformları, köklü bir değişim temelinde siyasi, sosyal ve kültürel araçları kullanarak modern bir devlet yönetim sistemi oluşturmayı amaçlaması bakımından modern Türkiye Cumhuriyeti'nin ortaya çıkışında önemli bir yere sahiptir. İkinci Meşrutiyet dönemi reformları, modern Türkiye'nin kuruluşunda önemli bir aşamayı ifade ederken aynı zamanda Cumhuriyet dönemi laik uygulamaların temelini oluşturmuştur. Bunların yanı sıra İkinci Meşrutiyet döneminde gerçekleşen siyasi, idari, mali ve eğitim alanlarında gerçekleşen modernleşme çabaları, Cumhuriyet dönemindeki siyasi ve sosyal yapıyı etkilemesi ve Cumhuriyet'in kuruluş kadrolarını etkilemesi bakımından önemlidir.

Makalede yer alan, Osmanlı reform hareketlerinin Cumhuriyet çağdaşlaşma hareketinden ayıran farklar ve benzerliklerin ifade edilmesi sorusuna yönelik olarak; Osmanlı reform hareketleri bir yandan siyasi, idari ve ekonomik alanlarda zayıflayan devlet otoritesini güçlendirmenin bir aracı olarak ortaya çıkarken bir yandan da devleti yıkılış sürecinden kurtarma hedefiyle gerçekleşmiştir. Ancak devrimsel olarak nitelendirilebilecek radikal değişimleri esas alan Cumhuriyet dönemi çağdaşlaşma hareketi devlet ve toplumu bir arada ele alarak modernleşme hareketine bütünsel bir bakış açısıyla, çağdaş esaslara dayalı modern bir devlet yapısı oluşturmayı amaçlamıştır.

Osmanlı reform hareketlerini, Cumhuriyet çağdaşlaşma hareketinden ayıran temel fark; Osmanlı'da yönetimin yapısını, siyasal, hukuksal işleyişi, toplumsal yapı ve düzenlemeleri, reformların nitelik ve kapsamını belirleyen esas öge devletin teokratik yönetim şeklidir. Bu durum Osmanlı modernleşme sürecinin bir yandan dine dayalı görünüm sergilerken bir yandan Batı'yı örnek model alınarak, gerçekleşen reformların düalist bir yapı oluşturarak istenilen düzeye gelememesine yol açmıştır. Ancak Cumhuriyet döneminde dinin devletten ayrılması esasına bağlı olarak, devletin yapısı, siyasi erki, hukuksal işleyişi, idari yapısı, toplumsal kuruluşların düzenlenmeleri ve eğitim sistemi gibi alanlarda bütünsel olarak gerçekleştirilen çağdaşlaşma hareketi, Cumhuriyet'in laik niteliğine bağlı olarak laik ve çağdaş esaslara bağlı olarak gerçekleştirilmiştir.

Saltanata dayalı geleneksel Osmanlı yönetim düzeninden laik esaslara dayalı ulusal bir Cumhuriyet yönetim şekline geçiş sürecinde Türkiye Cumhuriyeti, Osmanlı dönemindeki reform hareketlerinden farklı olarak devlet ve toplumu bir arada ele alan bütünsel bir çağdaşlaşma modeli izlenmiştir. Geleneksel devlet düzeninden modern devlet düzenine geçişte Osmanlı'da bürokrasinin, eğitimin, askeri yapının, mali düzenin ve siyasal kurumlarda gerçekleşen reform hareketleri ile Osmanlı'nın idari, siyasi, iktisadi ve toplumsal alanlarında önemli dönüşümler meydana gelirken bu değişimlerin Cumhuriyet dönemine giden süreçte önemli etkileri olmuştur.

Sonuç olarak makalede, Osmanlı modernleşme sürecinin modern Türkiye'nin kuruluşuna siyasal, toplumsal ve idari alanlardaki etkileri incelendiğinde; Osmanlı'da devleti kurtarma temelinde şekillenen reform hareketlerinin, Cumhuriyet döneminde radikal değişimleri esas alan bütünsel çağdaşlaşma modeli ile modern Türkiye Cumhuriyeti'ni ortaya çıkartan koşulları hazırlaması bakımından önemli bir süreci ifade ettiği söylenebilir. Osmanlı İmparatorluğu'nun anayasal parlamenter monarşi sürecinde çeşitli siyasal partilerin, gazetelerin ve derneklerin kuruluşu ve basın gibi oluşumlar, Cumhuriyet döneminde siyasal ve sosyal yapıyı etkilemesi bakımından önemlidir. Cumhuriyet döneminde çağdaşlaşma modeline dayanan inkılap hareketleri, Osmanlı İmparatorluğu'ndan kalan saltanata dayalı devlet düzeninden, ulusun egemenlik ve bağımsızlığına dayanan Cumhuriyet yönetim sistemine geçişte gerçekleştirilen köklü değişimleri ifade etmesi bakımından önemlidir.

## KAYNAKÇA

- Acemoglu, D., & Robinson, J. A. (2013). *Why nations fail: the origins of power, prosperity and poverty*. Londra: Profile Books.
- Ahmad, F. (2019a). *Modern Türkiye'nin oluşumu* (17. baskı). (Çev. Y. Alogan). İstanbul: Kaynak Yayınları.
- Ahmad, F. (2019b). *Bir kimlik peşinde Türkiye* (6. baskı). (Çev. S. C. Karadeli). İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Akşin, S. (2009). *Kısa Türkiye tarihi* (9. baskı). İstanbul: Türkiye İş Bankası Yayınları.
- Ateş, T. (2010). *Türk devrim tarihi* (6. baskı). İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Aydın, H. (2020). Modern ulus devletin doğuşuyla Türkiye'nin ulus devlet oluşumuna giden yol ve Kurtuluş Savaşı'nın etkisi. U. Y. Asal (Ed.), *Türk modernleşmesinde devlet, toplum ve ekonomi* içinde (s. 81-102). Ankara: Nobel Akademik Yayınları.
- Berkes, N. (2020). *Türkiye'de çağdaşlaşma* (31. baskı). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Canatan, K. (1995). *Bir değişim süreci olarak modernleşme*. İstanbul: İnsan Yayınları.
- Coşar, S. (2019). Türk modernleşmesi: aklileşme, patoloji, tıkanma. *Türk toplumu ve gelişme teorisi* içinde (s. 65-77). Ankara: Doğu Batı Yayınları.
- Çetin, H. (2019). Gelenek ve değişim arasında kriz: Türk modernleşmesi. *Modernliğin gölgesinde gelenek* içinde (s. 11-41). İstanbul: Doğu Batı Yayınları.
- Duda, H. W. (1989). *19. yüzyılın sonu ile 20. yüzyılın başında Türkiye'de hilafetten cumhuriyete geçiş*. (Çev. A. Güzel). Ankara: Türk Kültürünü Araştırma Enstitüsü Yayınları.
- Findley, C. V. (2019). *Modern Türkiye tarihi* (7. baskı). (Çev. G. Ayas). İstanbul: Timaş Yayınları.
- Georgeon, F. (2020). *Osmanlı Türk modernleşmesi 1900-1930* (5. baskı). (Çev. A. Berktaş). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Göle, N. (2002). Batı dışı modernlik: kavram üzerine. T. Bora, & M. Gültekinil (Ed.), *Modern Türkiye'de siyasi düşünce modernleşme ve batıcılık* içinde (s. 56-68). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Göle, N. (2019). Batı dışı modernlik üzerine bir ilk desen. *Doğu ne? batı ne?* içinde (s. 63-72). Ankara: Doğu Batı Yayınları.
- İnalcık, H. (2020). İkinci binde Türkler. *Binyılın muhasebesi* içinde (s. 67-86). Ankara: Doğu Batı Yayınları.
- İnalcık, H., & Seyitdanlıoğlu, M. (2006). *Tanzimat değişim sürecinde Osmanlı İmparatorluğu*. Ankara: Phoenix Yayınları.

- Kahraman, H. B., & Keyman, E. F. (2019). Kemalizm, oryantalizm ve modernite. *Doğu ne? batı ne?* içinde (s. 73-86). Ankara: Doğu Batı Yayınları.
- Kalaycıoğlu, E., & Sarıbay, A. Y. (2019). Tanzimat: modernleşme arayışı ve politik değişim. E. Kalaycıoğlu, & A. Y. Sarıbay (Ed.), *Türk siyasal hayatı Türkiye'de politik değişim ve modernleşme* içinde (s. 19-43). Bursa: Sentez Yayınları.
- Karpat, K. H. (2020). *Kısa Türkiye tarihi 1800-2012* (10. baskı). İstanbul: Timaş Yayınları.
- Kili, S. (2005). *Türk devrim tarihi* (9. baskı). İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Kili, S. (2006). *Atatürk devrimi bir çağdaşlaşma modeli* (10. baskı). İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Kona, G. (2005). *Batı'da aydınlanma doğuda batılılaşma*. İstanbul: Okumuş Adam Yayınları.
- Lewis, B. (2020). *Modern Türkiye'nin doğuşu* (11. baskı). (Çev. B. B. Turna). Ankara: Arkadaş Yayınları.
- Mardin, Ş. (2018). *Türk modernleşmesi* (26. baskı). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Ortaylı, İ. (2016). *İmparatorluğun en uzun yüzyılı* (44. baskı). İstanbul: Timaş Yayınları.
- Quataert, D. (2020). *Osmanlı İmparatorluğu 1700-1922* (11. baskı). (Çev. A. Berktaş). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Smith, A. D. (1996). *Toplumsal değişme anlayışı*. (Çev. Ü. Oskay). Ankara: Gündoğan Yayınları.
- Solmaz, B. (2011). Modernlik ve modernleşme kuramlarına yöneltilen eleştiriler. *Selçuk Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 32(32), 35-58.
- Tazegül, M. (2005). *Modernleşme sürecinde Türkiye*. İstanbul: Babil Yayınları.
- Tekin, N. T. (2008). *Anahatlarıyla Türkiye Cumhuriyeti tarihi* (4. baskı). İstanbul: Çantay Yayınları.
- Toker, N., & Tekin, S. (2002). Batıcı siyasal düşüncenin karakteristikleri ve evreleri: kamusuz cumhuriyetten kamusuz demokrasiye. T. Bora, & M. Gültekingil (Ed.), *Modern Türkiye'de siyasi düşünce modernleşme ve batıcılık* içinde (s. 82-106). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Tunaya, T. Z. (2003). *Türkiye'de siyasal gelişmeler (1876-1938) Kanun-ı Esasi ve Meşrutiyet dönemi* (2. baskı). İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Tunaya, T. Z. (2016). *Türkiye'nin siyasi hayatında batılılaşma hareketleri* (3. baskı). İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Urhan, V. (2019). Modernizm, postmodernizm ve personalizm. *Türk toplumu ve gelişme teorisi* içinde (s. 137-161). İstanbul: Doğu Batı Yayınları.
- Ülken, H. Z. (2019). *Türkiye'de çağdaş düşünce tarihi* (16. baskı). İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.



Yamaner, Ő. (1999). *Atatürk öncesi ve sonrası kültürel değişim*. İstanbul: Toplumsal Dönüşüm Yayınları.

Zürcher, E. J. (2018). *Modernleşen Türkiye'nin tarihi* (4. baskı). (Çev. Y. Saner). İstanbul: İletişim Yayınları.