

Amaç ve Kapsam

AURUM Sosyal Bilimler Dergisi Haziran ve Aralık aylarında yılda iki kere yayımlanan İngilizce ve Türkçe makaleler kabul eden, uluslararası hakemli bir sosyal bilimler dergisidir. *AURUM SBD*, bunlarla sınırlı olmamakla birlikte uluslararası ilişkiler, siyaset bilimi ve kamu yönetimi, ekonomi, işletme, hukuk, sosyoloji, psikoloji ve güzel sanatlar alanlarında makaleler kabul etmektedir. Derginin amacı sosyal bilimler ekseninde eleştirel araştırmalar, disiplinlerin sınırlarının dışına çıkan kuramsal tartışmalar ve ampirik analizler için bir tartışma platformu oluşturmaktır. *AURUM SBD* disiplinler arası ve karşılaştırmalı çalışmaları teşvik etmektedir.

AURUM SBD, derginin kapsam çeşitliliğini yansıtan özgün makale, kitap eleştirisi ve eleştiri makalesi yayımlamaktadır. Dergi aynı zamanda özel tematik sayılar hazırlamak üzere konuk editörleri davet etmektedir. Her makale yayımlanmadan önce çift-kör hakemlik sürecinden geçer. *AURUM SBD*'nin önceliği, yayımlanan eserlerin sosyal bilimler alanına özgün katkılar yapacak, güçlü, kuramsal ve/veya ampirik niteliklere sahip çalışmalar olmasıdır.

Aims and Scope

AURUM Journal of Social Sciences (JSS) is an international, peer-reviewed social science journal published biannually in June and December, accepting manuscripts both in English and Turkish. AURUM JSS welcomes contributions in, but not limited to, the disciplines of international relations, political science and public administration, economy, business administration, law, sociology, psychology, and fine arts. The aim of the journal is to provide a forum for critical scholarship across the social sciences, for theoretical debates and empirical analyses that move away from narrow disciplinary focus. AURUM JSS strongly encourages interdisciplinary and comparative research.

AURUM JSS publishes original research articles, book reviews, and review articles that reflect the diversity of the journal's scope. The journal also invites guest editors for special issues. Each submission goes through a double-blind review process. AURUM JSS policy is that published articles make original and strong theoretical and/or empirical contributions in their scholarly fields.

Yazışma ve İnternet Adresi / E-mail and website

e-mail: aurumsosyalbilimler@altinbas.edu.tr

web: <https://dergipark.org.tr/pub/aurum>

İletişim / Contact

Altınbaş Üniversitesi, Mahmutbey Dilmenler Cad. No. 26, 34217 Bağcılar – İSTANBUL

Yayın Aralığı / Publication Frequency:

Yılda 2 sayı – 6 ayda bir / *Published biannually – every 6 months*

Dil / Language: Türkçe – İngilizce / *Turkish – English*

Yazım Kuralları / Guide for Contributors

<http://aurum.altinbas.edu.tr/tr/sosyal-bilimler-dergisi>

Dizgi / Typesetting

Sultan ÖZER

Baskı / Print

Sena Ofset

Yayın Tarihi / Date of Publication

Haziran 2022 / *June 2022*

ISSN: 2458-9896

E-ISSN: 2822-3683

AURUM

SOSYAL BİLİMLER DERGİSİ
JOURNAL OF SOCIAL SCIENCES

Sahibi / Owner

Altınbaş Üniversitesi, Mütevelli Heyeti Başkanı
Altınbaş University, President of the Board of Trustees
Ali ALTINBAŞ

Genel Koordinatör / General Coordinator

Çağrı ERHAN

Editör Kurulu / Editors

Dilek ŞİRVANLI ÖZEN (Baş Editör / Editor-in-Chief)
Tolga DEMİRYOL (Editör/ Editor)
Aslı YILMAZ UÇAR (Alan Editörü / Section Editor)
Başak GÜNEŞ (Alan Editörü / Section Editor)
Berna EKAL (Alan Editörü / Section Editor)
Berna KARAÇALI (Alan Editörü / Section Editor)
Duygu TAŞFİLİZ (Alan Editörü / Section Editor)
Ersin EMBEL (Alan Editörü / Section Editor)
Murad CANBULUT (Alan Editörü / Section Editor)
Nevzat Barış VARDAR (Alan Editörü / Section Editor)
Mücahid AYKUT (Yardımcı Editör / Associate Editor)
Rüya YÜKSEL (Yardımcı Editör / Associate Editor)
Simay KIZILKAYA (Yardımcı Editör / Associate Editor)
Tayfun MERTAN (Yardımcı Editör / Associate Editor)

Dil Editörleri / Language Editors

Merve ÖZDEMİR ÇETİNKAYA
Turgut TURUNÇ

Yayın Kurulu / Editorial Board

Abdullah AÇIK (Dokuz Eylül Üniversitesi)
Ahmet Serhat ERKMEN (Altınbaş Üniversitesi)
Alper KALİBER (Altınbaş Üniversitesi)
Atilla ÇİFTER (Altınbaş Üniversitesi)
Ayla ESEN (Bahçeşehir Üniversitesi)
Aylin İLDEN KOÇKAR (İstanbul Bilgi Üniversitesi)
Aytül Ayşe CENGİZ (Anadolu Üniversitesi)
Berna AKÇINAR (Işık Üniversitesi)
Burak Emre GÜRİSOY (Altınbaş Üniversitesi)
Cansu YILDIRIM (Dokuz Eylül Üniversitesi)
Didem DANIŞ (Galatasaray Üniversitesi)
Diğdem SOYALTIN COLELLA (Altınbaş Üniversitesi)
Emre ESEN (İstanbul Üniversitesi)
Erol ÜLKER (Işık Üniversitesi)
Fatoş ALTINBAŞ (Altınbaş Üniversitesi)
Hasan SINAR (Altınbaş Üniversitesi)
Janet BARIŞ (Altınbaş Üniversitesi)
Muhittin SAĞNAK (İzmir Katip Çelebi Üniversitesi)
Nihan AKDEMİR (İstanbul Topkapı Üniversitesi)

Danışma Kurulu / Advisory Board

Uğurcan AKYÜZ, İstanbul Ayvansaray Üniversitesi

Ali ALP, TOBB Ekonomi ve Teknoloji Üniversitesi

Ayşegül ALTINBAŞ, Altınbaş Üniversitesi

Barrie AXFORD, Oxford Brookes University

Ali DAYIOĞLU, Yakın Doğu Üniversitesi

Ahmet DRISS, Centre des Etudes Méditerranéennes et Internationales - Tunis

Devrim ERBİL, Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi

François GEORGEON, EHES

Boris JELEV, St.Cyril and St. Methodius University

Ahmet Kasım HAN, İstanbul Aydın Üniversitesi

Cemal KAFADAR, Harvard University

Hasan KÖNİ, Kültür Üniversitesi

Heinz-Peter MANSEL, Köln University

Antje NÖTZOLD, Chemnitz University

Kaan H. ÖKTEN, Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi

Çınar ÖZEN, Ankara Üniversitesi

Alessandro QUARENGHI, Milan Catholic University

Şükran ŞIPKA, Altınbaş Üniversitesi

Alexandre TOURMAKINE, Institut National Des Langues Et Civilisations Orientales (Inalco), Fransa

Zehra YILMAZ, Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi

AURUM Sosyal Bilimler Dergisi, **İdealOnline veritabanı, Ulrich's Periodicals Directory, Neliti, Directory of Research Journals Indexing (DRJI), ResearchBib (Academic Resource Index), Index Copernicus, Asos Index, CiteFactor, ProQuest Central, ProQuest Turkey Database, Rootindex, International Institute of Organized Research (I2OR), Infobase index, Biblioteca IBT-CCG UNAM, Eurasian Scientific Journal Index (ESJI), SOBIAD** gibi ulusal ve uluslararası indekslerde/veritabanlarında taranmaktadır.

AURUM Journal of Social Sciences is indexed in a number of national and international databases such as **İdealOnline, Ulrich's Periodicals Directory, Neliti, Directory of Research Journals Indexing (DRJI), ResearchBib (Academic Resource Index) and Index Copernicus, Asos Index, CiteFactor, ProQuest Central, ProQuest Turkey Database, Rootindex, International Institute of Organized Research (I2OR), Infobase index, Biblioteca IBT-CCG UNAM, Eurasian Scientific Journal Index (ESJI), SOBIAD.**

Etik İlkeler ve Yayın Politikası

AURUM Sosyal Bilimler Dergisi makale kabulü ve yayımında yayın etiği ilkelerini gözetir. Dergi ile bağlantılı tüm yazar, editör ve hakemlerin tâbi olduğu bu ilkelerin amacı tüm yayın sürecinin tarafları tatmin edecek dürüstlük içinde yürütülmesini güvence altına almaktır.

Hakem Politikaları Beyanı

AURUM Sosyal Bilimler Dergisi'ne gönderilen tüm makaleler kapsamlı bir hakem değerlendirme sürecine tâbi tutulur. Bu süreçte tüm makaleler ilgili alan editörü tarafından ön incelemeden geçirilir. Editörün incelemesinden geçen çalışma, çift taraflı kör hakemlik uygulaması çerçevesinde konu ile ilgili iki hakemin değerlendirmesine sunulur. Editörler, yazarlar ve hakemler arasındaki tüm yazışmalar gizlilik içinde yürütülür.

Dergi editörlerinin etik sorumlulukları

AURUM SBD editörleri aşağıda belirtilen etik ilkelere ve yayın politikalarına uyacaklarını taahhüt ederler:

- AURUM SBD editörleri dergiye yayımlanmak amacıyla gönderilen her bir makaleyi tarafsız gözle değerlendirirler. Yazarlar arasında ırk, din, uyruk, cinsiyet, yaş veya bağlı bulunulan kurum ayrımı yapmaksızın, her makaleyi değeri ölçüsünde, liyakat esasına göre değerlendirirler.
- Hakem değerlendirme süreci, tamamen gizli tutulur, herhangi bir makale hakkında, değerlendirme sürecine dahil olanlar hariç kimseyle herhangi bir bilgi paylaşılmaz.
- Editör; herhangi bir yazar, hakem veya diğer bir editöre yönelik yetkiyi/görevi kötüye kullanma iddialarına ilişkin bir ihbar olması durumunda söz konusu olayı araştırmakla yükümlüdür.

- AURUM SBD editörleri derginin etik standartlarına uymayan ve/veya derginin kapsamı dışında kalan bir makaleyi hakem incelemesine girmeden önce reddetme hakkına sahiptir.
- Editörler dergiye yayımlanmak amacıyla gönderilen makalelere yönelik işlemleri zamanında tamamlamakla yükümlüdürler.
- Editörler, kişisel veya mali açıdan çıkar çatışması yaşayabileceklerini düşündükleri bir makalenin yayımlanma sürecine dahil olmazlar. Böyle bir durumda, ilgili makaleler inceleme için başka bir editöre yönlendirilir.
- Dergide yayımlanmış bir makalenin ana fikrinde, içeriğinde veya sonuçlarında hata/yanlışlık olduğuna dair katı ve ikna edici bir delilin editöre ulaştırılması halinde editör, yayın kurulu ile istişare ederek bir düzeltme yazısı yayınlatır.

Yazarların etik sorumlulukları

AURUM SBD, tüm yazarların aşağıda belirtilen etik standartlara uymasını beklemektedir:

- Yazarlardan çalışmanın ana fikrine veya tasarımına; çalışmada kullanılan verilerin edinilmesine, analizine veya yorumlanmasına somut katkılarda bulunmuş olmaları; veyahut makalenin yazımına veya revizyonuna doğrudan katkıda bulunmuş olmaları beklenir.
- Yazarlar makalelerini yazarken konuk yazarlığa (makalenin yazımında yer almamış bir kişinin yazar listesine eklenmesi) veya gölge yazarlığa (herhangi bir kişinin makalenin yazım sürecine dahil olması fakat yazar listesinde adının geçmemesi) yer vermekten kaçınılmalıdır.
- Makale dergiye gönderilmeden önce, yazar listesi ve sırası ile ilgili fikir birliğine varılmalı, (dergi ile yazışmadan) sorumlu yazarın kim olacağına karar verilmelidir. Yazar ismi sırası gibi makalenin detayları hakkında tüm eş yazarların fikir birliği içinde olmalarını ve bağlı olunan tüm kurumların isimlerinin makalede yer almasını sağlamak sorumlu yazarın görevidir.
- Makalenin geliştirilmesine katkı sağlamış fakat yazar sıfatı taşımayan kişiler ile yayın desteği ve/veya başka destekler sağlamış olan kurumlara da makalede teşekkür edilmelidir.
- Dergiye yalnızca özgün eserler gönderilmelidir. İntihal eylemini çok ciddi bir suç olarak kabul eden AURUM SBD, intihal yapıldığı tespit edilen makaleleri değerlendirmeye almayacaktır. Tüm makaleler olası intihal vakalarına karşı editörlerimiz tarafından intihal tespit yazılımları kullanılarak kontrol edilmektedir.
- Bu denetimde, intihal oranı kabul edilen düzeyin üzerinde çıkan makaleler derhal reddedilecektir.
- Aynı makale (aynı/benzer makalenin farklı dillerdeki versiyonları dahil) birden fazla dergiye yayımlanmak amacıyla gönderilemez.
- Makalede sadece konuyla ilgili atıflara yer verilmelidir. Çalışma ile alakası olmayan atıfların kullanılması kesinlikle önerilmez. Aynı şekilde, konuyla/amaçla ilişkisi olmayan, atıf sayısını arttırmak amacıyla yazarın kendine yaptığı atıflar etik kabul edilmez.
- Yazarlar, makalenin geliştirilmesinde etkisi olan finansal veya başka türlü çıkar unsurlarını bildirmekle yükümlüdürler.
- TR Dizin Kriterleri uyarınca makale sonunda; Araştırmacıların Katkı Oranı beyanına, varsa Destek ve Teşekkür Beyanına, Çatışma Beyanına yer verilmelidir.

Hakemlerin etik sorumlulukları

Makaleleri değerlendirecek tüm hakemlerin aşağıda belirtilen etik davranış ilke ve kurallarına uymaları beklenmektedir:

- AURUM SBD'ye sunulan tüm makalelerin değerlendirme süreci çift taraflı kör hakemlik sistemiyle yürütülür.
- Hakemlerin herhangi bir makaleyi değerlendirmeyi kabul etmeden önce, makalenin kendi uzmanlık alanları ile ilgili olduğundan emin olmaları beklenir.
- Hakemler sunulan makaleleri tarafsız bir gözle değerlendirirler. Yazarlar arasında ırk, din, uyruk, cinsiyet, yaş veya kurum ayrımı gözetmezler, her bir makaleyi nitelikleri doğrultusunda değerlendirirler.
- Tarafsızlıklarına etki edecek herhangi bir ilişkinin varlığı söz konusu olduğunda bunu beyan etmekle yükümlüdürler.
- Makale değerlendirme süreci gizli tutulmalıdır. Hakemler, değerlendirme sürecine dahil olan kişiler dışında herhangi bir kişi ile makale hakkında bilgi paylaşamazlar, yazışma yapamazlar.
- Hakemler yapıcı, kanıta dayalı, ve inandırıcı bir değerlendirme raporu sunmaya özen göstermelidirler.
- Hakemler, raporlarında makalesini değerlendirdikleri kişi başta olmak üzere, herhangi bir kişinin itibarını zedeleyebilecek ifadeler kullanmaktan kaçınılmalıdır.
- Hakemlerin raporlarını zamanında teslim etmeleri, rapor tesliminde gecikme olursa bunu editöre bildirmeleri beklenir.
- Hakemler, değerlendirdikleri makale ile daha önce yayınlanmış veya değerlendirme sürecinde olan herhangi bir makale arasında dikkat çeken bir benzerlik görmeleri halinde, editörü bu durumdan haberdar etmelidirler.

- Makale değerlendirme süreci sırasında elde edilen herhangi bir bilgi, başka kişilere (hakemin kendisi dahil olmak üzere) ve kurumlara fayda veya zarar sağlayacak şekilde veyahut başka kişi ve kurumların itibarını sarsmak amacıyla kullanılamaz.

Editorial Policies and Ethical Guidelines

AURUM Journal of Social Sciences (JSS) adheres to rigorous publishing ethics involving authors, editors as well as reviewers. Its editorial policies and ethical guidelines aim to maintain the integrity of the whole publication process.

Peer Review Statement

All research articles in AURUM Journal of Social Sciences undergo rigorous peer review, based on initial editor screening and anonymized refereeing by two anonymous referees. All correspondence between the editorial office, authors, and reviewers is considered private and confidential.

Ethical guidelines for journal editors

The editors of AURUM JSS are committed to adhering to the following policies and ethical guidelines:

- The editors of AURUM JSS give unbiased consideration to each manuscript submitted for publication. They judge each on its merits, without regard to race, religion, nationality, sex, seniority, or institutional affiliation of the author(s).
- They keep the peer-review process entirely confidential, and do not share information about a manuscript with anyone outside of the peer-review process.
- If a journal editor receives a credible allegation of misconduct by an author, reviewer, or journal editor, then s/he has a duty to investigate the matter further.
- The editors of AURUM JSS may reject a manuscript without formal peer review if it fails to comply with the ethical standards of the journal and outside its scope.
- They are responsible for processing submissions in due time.
- The editors need to decline considering any manuscript that may have a conflict of interest with themselves. Such manuscripts will be re-assigned to another editor.
- If a journal editor receives convincing evidence that the main substance or conclusions of an article published in the journal are incorrect, then, in consultation with the editorial board, s/he ensures the publication of an appropriate note of correction.

Ethical guidelines for authors

AURUM JSS expects all authors to adhere to the following ethical standards:

- Each author is expected to have made substantial contributions to the conception or design of the work; or the acquisition, analysis, or interpretation of data; or have drafted the work or substantively revised it.
- Authors must avoid gift (guest) authorship where someone is added to the list of authors who has not been involved in writing the paper; and ghost authorship where someone has been involved in writing the paper but is not included in the list of authors.
- Prior to submission, the authorship list and order must be agreed upon between all authors, and they must also agree on who will take on the role of the corresponding author. It is the responsibility of the corresponding author to reach a consensus with all co-authors regarding all aspects of the article including the authorship order and to ensure all correct affiliations have been listed.
- Individuals who participated in the development of a manuscript but do not qualify as an author should be acknowledged. Organizations that provided support in terms of funding and/or other resources should also be acknowledged.
- Authors must ensure submitted manuscripts are the original works of the author(s). AURUM considers plagiarism a serious offense and is committed to eliminating manuscripts with possible cases of plagiarism from its review and publication process. The editors use plagiarism detection software to check each manuscript for possible cases of plagiarism.

Manuscripts that are found to contain an unacceptable level of similarity with other published works are immediately rejected.

- Authors must avoid duplicate submissions. They must ensure the submitted manuscript is not under consideration by another journal. Duplicate submission also includes the submission of the same/similar manuscript in different languages to different journals.

- Authors should include only relevant citations. Inclusion of citations that are not relevant to the work is strongly discouraged. Similarly, irrelevant self-citation to increase one's citation is unethical.
- Authors should disclose all financial/relevant interests that may have influenced the development of the manuscript.
- According to TR Index Criteria, The Statement on the Contribution of the Researchers; The Statement on Support and Acknowledgement, if there is any; and The Statement on Conflict should be indicated.

Ethical guidelines for reviewers

AURUM JSS expects all peer reviewers to follow the code of conduct and ethical guidelines below:

- Each submission in AURUM JSS goes through a double-blind review process.
- Before accepting to review a manuscript, reviewers should ensure that the manuscript is within their area of expertise.
- Reviewers must give unbiased consideration to each manuscript submitted. They should judge each on its merits, without regard to race, religion, nationality, sex, seniority, or institutional affiliation of the author(s).
- They must declare any conflict of interest before agreeing to review a manuscript. This includes any relationship with the author that may bias their review.
- Reviewers must keep the peer review process confidential. They must not share information or correspondence about a manuscript with anyone outside of the peer-review process.
- Reviewers need to provide a constructive, evidence-based, and appropriately substantial peer review report.
- Reviewers must avoid making statements in their report which might be deemed as impugning any person's reputation.
- Reviewers need to submit their report on time and should inform the editor if this is not possible.
- Reviewers should call to the journal editor's attention any significant similarity between the manuscript under consideration and any published paper or submitted manuscripts of which they are aware.
- They must not use information obtained during the peer-review process for their own or any other person's or organization's advantage, or to disadvantage or discredit others.

İçindekiler / Contents

9-12 **Editörden / Editorial**

ARAŞTIRMA MAKALESİ / RESEARCH ARTICLE

- 13-27 **Bölünmüş Toplumlarda Anayasa Yapımı: Güney Afrika Deneyimi**
Constitution-Making Processes in Divided Societies: The South African Experience
Sevtap YOKUŞ
- 29-47 **Inequality in Education Among Turkish Young Individuals, 1988-2020**
Türkiye'de Gençlerde Eğitim Eşitsizliği, 1988-2020
Nursel AYDINER AVŞAR, Bengi YANIK İLHAN
- 49-64 **Covid Döneminde Finansal Varlıklar Arasındaki Nedensellik Farklılaşması**
Causality Differentiation Between Financial Assets During Covid Era
Hidayet GÜNEŞ
- 65-92 **The Effect of Dimensions of Brand Experience on Dimensions of Purchasing Cosmetic Products: A Comparison of Flormar and Mac Brands**
Marka Deneyimi Boyutlarının Kozmetik Ürün Satın Alma Boyutlarına Etkisi: Flormar ve Mac Markalarının Karşılaştırılması
Gözde SULA AVERBEK, Nurettin Ozan BAKIR
- 93-106 **Violence as A Form of Political Conduct: The Case of the Islamic State**
Bir Siyasi Davranış Biçimi Olarak Şiddet: İslam Devleti Örneği
Jülide KARAKOÇ

KİTAP İNCELEMESİ / BOOK REVIEW

- 107-110 **The Three Ecologies, Félix Guattari, The Athlone Press, 2000, 96 pp., Translated by Ian Pindar and Paul Sutton, ISBN: 0-485-00408-9**
Yunus KARA

Editörden

Ağırlıklı olarak ekonomi, güzel sanatlar, hukuk, işletme, psikoloji, siyaset bilimi ve kamu yönetimi, sosyoloji ve uluslararası ilişkiler alanlarında makaleler kabul eden AURUM Sosyal Bilimler Dergi'mizin 2022 yılı Haziran sayısı ile sizlerle birlikteyiz. Özgün araştırma makalelerine ek olarak, kitap incelemesi, sanat eleştirisi ve tartışma yazılarının da yer aldığı dergimizin bu sayısında birbirinden değerli beş araştırma makalesi ve bir kitap eleştirisine yer verdik.

Bu sayımızın ilk makalesi "Bölünmüş Toplumlarda Anayasa Yapımı: Güney Afrika Deneyimi" başlığını taşımakta. Sevtap Yokuş bu çalışmada, bölünmüş toplumdaki anayasa yapım süreçlerine ve bunun örneklerinden biri olan Güney Afrika'nın yasama sürecine odaklanmakta. Anayasal düzenlemeler ve tercihler kadar anayasa yapım yöntemlerinin de demokratik anayasa açısından belirleyici olduğu belirtilen makalede, Güney Afrika anayasa yapım sürecinin, başarılı bir demokratikleşme örneği olduğu belirtilmektedir. Güney Afrika deneyiminin, çatışma çözümünde anayasa yapım yönteminin ne denli belirleyici olduğunu göstermesi bakımından da önem arz ettiği ifa ediliyor.

Sayımızın ikinci makalesi Bengi Yanık İlhan ve Nursel Aydınır Avşar'ın "Türkiye'de Gençlerde Eğitim Eşitsizliği, 1988-2020" başlığını taşımakta. Çalışmada, 1988-2020 dönemi Hane Halkı İşgücü Anketi verilerini kullanılarak, Türkiye'deki genç nüfusun (15-29 yaş grubu) eğitim eşitsizliğindeki değişimi irdelenmiştir. Çalışmanın bulguları, Türkiye'de 1988-2020 arasında hem genç erkekler hem de genç kadınlar için ortalama eğitim süresinin arttığını; Gini katsayısı ile hesaplanan eğitim eşitsizliğinin ise azaldığını göstermektedir. Öte yandan, anılan bulgular zorunlu eğitim süresinin artmasının hem ortalama eğitim süresi hem de eğitim eşitsizliği bakımından olumlu etkileri olduğunu göstermekle birlikte, eğitimde toplumsal cinsiyet eşitliği açısından henüz istenen düzeye gelmediği de belirtilmektedir.

Dergimizde yer alan bir diğer makalemiz, Covid dönemine ekonomik açıdan bakan, "Covid Döneminde Finansal Varlıklar Arasındaki Nedensellik Farklılaşması" başlıklı çalışmadır. Çalışmada, Covid pandemisinin her alanda olduğu gibi ekonomik düzende de eski düzenden farklılıklar içerdiği, dolayısıyla yatırımcıların finansal varlık seçiminde daha dikkatli ve seçici davranmaları gerektiği bildirilmektedir. Bu noktada yeni koşullara uyum sağlayamayanların zorluklarla karşılaşabileceği, uyum sağlayan yatırımcıların ise getirilerini arttırabilecekleri vurgulanmaktadır. Anılan noktadan hareketle bu çalışmada, Türkiye'deki çeşitli finansal varlıklar arasındaki nedensellik ilişkisinin Covid döneminde farklılaşıp farklılaşmadığı irdelenmiştir. Sonuçta, Türkiye'deki finansal piyasa ve varlıklar arasındaki nedensellik ilişkisi üzerinde Covid pandemisinin etkisinin olduğu görülmüş ve piyasa oyuncularının fonlarını yönetirken ortaya çıkan yeni durumları göz önünde bulundurarak yatırımlarını gerçekleştirmeleri önerisinde bulunulmuştur.

Bu sayımızda yer alan bir diğer çalışma ise, pazarlama odaklı olup, Gözde Sula Averbek ve Nurettin Ozan Bakır'ın "Marka Deneyimi Boyutlarının Kozmetik Ürün Satın Alma Boyutlarına Etkisi: Flormar ve Mac Markalarının Karşılaştırılması" başlığını taşımaktadır. Çalışmada, Mac ve Flormar markaları kullanılarak, marka deneyimi boyutlarının kozmetik ürün satın alma boyutlarına etkisi incelenmiştir. 4 boyut ve 12 ifadeden oluşan marka deneyimi ölçeği ile 3 boyut 13 ifadeden oluşan kozmetik ürün satın alma boyutları ölçeği kullanılarak yapılan çalışmada, marka deneyiminin duygusal ve duygusal boyutunun kozmetik ürün satın alma boyutları üzerinde etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Bu sayımızda yer alan son çalışma, şiddet kavramına uluslararası ilişkiler bakış açısıyla irdelenmektedir. "Bir Siyasi Davranış Biçimi Olarak Şiddet: İslam Devlet Örneği" başlığını taşıyan çalışmada, Hannah Arendt'in güç ile şiddeti birbirinden ayıran ve güç tehdit edildiğinde veya başarısızlığa uğradığında şiddetin ortaya çıktığını iddia eden yaklaşımından hareketle, İslam Devleti'nin şiddet kullanmasının, Ortadoğu'da istikrarlı bir iktidar kuramamasının bir sonucu olduğunu görüşü irdelenmektedir. Çalışmada ayrıca, İslam Devletinin şiddet kullanmasının bölgesel sonuçları da ele alınmaktadır.

Sayımızda yukarıda kısaca özetlenen araştırma makalelerine ek olarak, bir tane de kitap eleştirine yer verdik. Giderek sanayileşen ve teknolojikleşen kent ortamında gelişen insanların daha fazla yeşile ve doğaya özlemine odaklanan bu kitap Félix Guattari tarafından kaleme alınan “The Three Ecologies” isimli kitaptır. The Athlone Press tarafından yayımlanan kitap, Ian Pindar ve Paul Sutton tarafından tercüme edilmiştir.

Keyifli okumalar dileriz.

Prof. Dr. Dilek ŞİRVANLI ÖZEN, Altınbaş Üniversitesi, dilek.sirvanliozen@altinbas.edu.tr
Baş Editör

Editorial

We present our latest issue of June 2022 of AURUM Journal of Social Sciences which heavily accepts articles from disciplines of economy, fine arts, law, management, psychology, political science and public administration, sociology, and international relations. In this issue of our journal, which includes book reviews, art critics and discussion articles as well as the original research articles in general, we give coverage to five research articles and one book review.

The first article of this issue is titled as "Constitution-Making Processes in Divided Societies: The South African Experience". In this study, Sevtap Yokuş focuses on constitution-making processes in divided societies and an example of it which is the legislation processes in South Africa. In the article, which states that constitution-making methods are as determinant as constitutional regulations and preferences in terms of democratic constitution, it is indicated that constitution-making process in South Africa is a successful example of democratization. It is pointed out that South Africa experience have importance in terms of showing how determinant the constitution-making method is in conflict resolution.

The second article of our issue is titled as "Inequality in Education among Turkish Young Individuals, 1988-2020" by Bengi Yanık İlhan and Nursel Aydiner Aşar. In the study, the changes in education inequality in the youth population (15-29 age group) is examined by using the data from Household Labor Force Survey of 1988-2000 period. The findings of the study show that the average years of schooling increases for both young men and young women in Turkey while education inequality measured by the Gini coefficient decreases. On the other hand, even though aforementioned findings show that the increase in the duration of compulsory education has positive implications in terms of both average years of schooling and education inequality, they also indicate that gender equality in education could not reached the desired levels yet.

Another article in our journal is the study titled "Causality Differentiation Between Financial Assets During Covid Era" which examines Covid era from an economic perspective. In the study, it is stated that the Covid pandemic has differences from the old order in the economic order, as it does in every field, and therefore, investors must be more careful and selective in the selection of financial assets. In this regard, it is underlined that investors who cannot adapt to new conditions may face difficulties while those who adapt can increase their returns. Based on this regard, in this study it is examined whether the causality relationship between various financial assets in Turkey differed during the Covid period. In conclusion, it is observed that the Covid pandemic has an effect on the causal relationship between the financial market and assets in Turkey and it is suggested for market players to realize their investments by considering the new situations that have emerged while managing their funds in terms of their own fund returns.

Another study in this issue, which focuses on marketing, is titled as "The Effect of Dimensions of Brand Experience on Dimensions of Purchasing Cosmetic Products: A Comparison of Flormar and Mac Brands" by Gözde Sula Averbek ve Nurettin Ozan Bakır. In the study, the effect of brand experience dimensions on cosmetic product purchasing dimensions was examined based on Mac and Flormar brands. In this study which uses brand experience scale consisting of 4 dimensions and 12 items, and cosmetic product purchasing dimensions scale consisting of 3 dimensions and 13 items, it is concluded that the sensory and affective dimensions of brand experience have an effect on the cosmetic product purchasing dimensions.

The last article of this issue examines the concept of violence from the perspective of international relations. In this study, titled as "Violence as A Form of Political Conduct: The Case of the Islamic State", based on Hannah Arendt's

approach, which distinguishes power and violence and claims that violence appears when power is threatened or fails, the argument that the use of violence by Islamic State (IS) is a result of its inability to establish a stable power base in the Middle East is examined. The article also addresses the regional consequences of the IS' use of violence. In addition to the briefly summarized research articles above, our issue also includes one book review. This book, which focuses on people's craving for much more green and nature in an increasingly industrialized and technologicalized urban environment, is "The Three Ecologies" written by Félix Guattari. The book which is published by The Athlone Press, is translated by Ian Pindar and Paul Sutton.

Happy reading.

Prof. Dilek ŞİRVANLI ÖZEN, Altınbaş University, dilek.sirvanliozen@altinbas.edu.tr
Editor-in-Chief

ARAŞTIRMA MAKALESİ / RESEARCH ARTICLE

BÖLÜNÜMÜŞ TOPLUMLARDA ANAYASA YAPIMI: GÜNEY AFRIKA DENEYİMİ

Prof. Dr. Sevtap YOKUŞ¹¹Altınbaş Üniversitesi, Hukuk Fakültesi, İstanbul

sevtap.yokus@altinbas.edu.tr, sevtapyokus@hotmail.com ORCID ID:0299-7429-0001-0000

GELİŞ TARİHİ/RECEIVED DATE: 01.04.2022 KABUL TARİHİ/ACCEPTED DATE: 26.05.2022

Yokuş, S. (2022). Bölünmüş Toplumlarda Anayasa Yapımı: Güney Afrika Deneyimi.

Aurum Sosyal Bilimler Dergisi, 7(1), 13-27.

Öz

Bölünmüş toplumlarda anayasa yapım süreçleri, demokratik anayasa bakımından çok daha büyük önem taşır. Anayasal düzenlemeler ve tercihler kadar anayasa yapım yöntemleri de demokratik anayasa açısından belirleyicidirler. Demokratik anayasa yapımı süreçleri, toplumun bütün kesimlerinin katılımına açık olarak yürütülür. Katılımcı anayasa yapım örneklerinden en orijinal ve en çarpıcı olanı, Güney Afrika Anayasası inşa sürecidir. Bu süreç, ayrımcı Apartheid rejiminden demokrasiye geçişi sağladı. Kurucu Meclis, Anayasa inşa sürecini güvenilir kılmak amacıyla, şeffaflık ve katılımcılık ilkelerini sürece hâkim kılmaya çalıştı. Güney Afrika anayasa yapım süreci, başarılı bir demokratikleşme örneğidir. Güney Afrika deneyimi, çatışma çözümünde anayasa yapım yönteminin ne denli belirleyici olduğunu göstermesi bakımından da önemlidir.

Anahtar kelimeler: Bölünmüş toplumlar, Anayasa yapım süreci, Demokratikleşme, Katılımcılık, Çatışma çözümü.

CONSTITUTION-MAKING PROCESSES IN DIVIDED SOCIETIES: THE SOUTH AFRICAN EXPERIENCE

Abstract

In divided societies, constitution-making processes are important in the context of drafting a democratic constitution. Constitution-making methods are as vital as constitutional regulations and preferences in terms of a democratic constitution. Processes of democratic constitution-making must be open to participants from all segments of the society. The most original and striking example of participatory constitution-making is the South African constitution-making process. This process provided a transition from the

Apartheid regime to democracy. To make the constitution-making process reliable, the Constitutional Assembly endeavored to make the principles of transparency and participation prevail during the process. The South African constitution-making process is an example of a successful democratization. The South African experience is also of importance in demonstrating how decisive the constitution-making method is in conflict resolution.

Keywords: Divided societies, Constitution-making process, Democratization, Participation, Conflict resolution.

1. GİRİŞ

Demokratik anayasacılık, tarihsel düzlemde, bireylerin hak ve özgürlüklerini koruma temelli toplumsal düzen hedefiyle ortaya çıkmıştır. Anayasacılık hareketlerinin düşünsel temelleri erken dönemlere uzanmaktadır. Doğal haklar teorisi, insan haklarının bugünkü anlamına başlangıç oluşturduğu gibi, toplumsal sözleşme kuramıyla demokratik anayasacılığın da temellerini atmıştır.

İktidarların meşruiyet arayışı, demokratik seçimlerin ötesinde halkın onayından geçmiş anayasalar yoluyla karşılık bulmuştur. Çeşitli biçimlerde ortaya çıkan fiili iktidarlar, demokratik meşruiyet kazanmak amacıyla anayasa hazırlamak ve halk oyuna sunmak yoluna giderler.

Demokratik bir süreç izlenerek hazırlanmış, özgürlüklere dayalı demokratik içerikte bir anayasa, toplumları toplumsal ve siyasal kırılmalardan alıkoyabilir. Aynı şekilde, çatışan kutuplaşmış toplumlar da özgürlüklere dayalı demokratik bir anayasa ve bu tür bir anayasa hazırlığına doğru oluşturulan demokratik koşullarla, içinde buldukları çatışma ve kutuplaşma atmosferini aşabilirler. Güney Afrika, bu yöntemi başarıyla uygulayan örnek ülke olmuştur.

2. BÖLÜNmüş TOPLUMLARDA ANAYASA YAPIM USULÜ

“Bölünmüş toplum”; etnik, kültürel, dinsel ve diğer ayrıştırıcı özellikler nedeniyle çeşitli düzeylerde çatışma yaşayan toplumu ifade etmek için kullanılmaktadır. “Bölünmüş toplum” ifadesi yerine “kutuplaşmış toplum” ifadesi de kullanılmaktadır.

Derinden bölünmüş toplumlarda, din, dil, etnisite gibi farklılıklar ekseninde yaşanan bölünmeler nedeniyle ortaya çıkan çatışmalar radikalliği üretir. Muhalefetin bir gün iktidar olabileceğine ilişkin demokratik siyasetin ön kabulü, bu tür toplumlarda geçerli değildir. Bölünmüş toplumlarda çatışan taraflar; siyasi partiler, dini kurumlar, sivil toplum kuruluşları gibi çeşitli çatışan organizasyonlara sahip olurlar ve bu tür organizasyonlar da siyasi çatışma içerisine girerler. Çatışma, bölünmüş toplumun en önemli göstergesini oluşturur. Bununla birlikte, bölünmüş toplumlarda çatışma, şiddet içermeyebileceği gibi şiddet boyutunda da ortaya çıkabilir. Bölünmüş toplum tanımı kapsamında çatışma şiddet içermek zorunda değildir (Orhan, 2020). Şiddet içersin ya da içermesin, bölünmüş toplumla bütünleşen çatışmaların aşılmasında anayasal uzlaşma başlıca yöntem olarak karşımıza çıkmaktadır.

Kural olarak, kültürel hak ve özgürlükleri de kapsayacak şekilde, hak ve özgürlükleri güvenceleyen anayasalar, anayasanın uygulandığı toplum üzerinde çatışmaları önleyici bir etki yaratır. Bu bağlamda, bölünmüş toplumlara uygulanan anayasaların içerdiği kimlik tanımlamaları da oldukça önemlidir.

Toplumun gerçekte sahip olduğu çoğulcu yapısının siyasal olarak belirlenememesi, hukuksal dayanaklarının oluşturulamaması ya da çoğulcu yapının siyasal-hukuksal düzleme yansıtılmasına ilişkin engellerin ortadan kaldırılamamış olması, toplumsal ve siyasal çatışmaların doğmasına neden olur. Bu nedenle, belirtilen türdeki çatışmaların çözümü yönünde anayasal yöntemlerin geliştirilmesi ve anayasa içeriğinde çoğulcu yapının korunmasının temellerinin atılması zorunlu hale gelir (Yokuş, 2013).

Anayasa, kültürel veya etnik olarak homojen bir halkın belirli kimliğini temsil etmez. Aksine, siyasi meseleleri çözmekle ilgili prosedürler üzerine bir minimum konsensus temeli üzerinden bir toplumun bütünlüğünü sağlar. Yani, anayasa demokratik bir düzen içinde çatışma çözümünün prosedür ve kurumlarını kurar. Bu yönlü çözüm önerileri, Jürgen Habermas tarafından anayasal öğreti kapsamında "anayasal yurtseverlik" (constitutional patriotism) kavrayışıyla, ayrıntılı bir şekilde önerilmiştir. Anayasal yurtseverlik kavramı, siyasi birliğin ortak göstergesi olarak "ethnos"un yerine siyasi kültürün geçmesini önerir. Yalnızca bu tarz paylaşılmış bir siyasi kimlik "çok kültürlü toplum içinde farklı yaşam şekillerinin beraber yaşamasının hem çeşitliliğinin hem de tamlığının/sağlamlığının farkındalığını artırabilir." Bu tarz bir siyasi kimliğin odak noktası devletin işlerliğini sağlayan ortak demokratik prosedürlerdir. Anayasal yurtseverlik, spesifik bir kültürel topluluk yerine, anayasanın demokratik ilkelerine sadakati gerektirir (Lerner, 2011). Demokratik anayasacılık aynı zamanda, toplumsal bölünmüşlükten kaynaklı çatışmaların giderilmesinde de bir yöntem olarak kullanılır.

Bölünmüş toplumlarda olağan siyasal süreçler gibi anayasa yapım süreci de türdeş toplumlara göre çok daha büyük güçlükler içermektedir. Anayasa metninde ifadesini bulan kazançlar ve kayıplar daha uzun vadeli olduğu ve anayasalar normal kanunlara göre daha zor değişme koşullarına bağlı olduğu için anayasa yapım sürecinde bölünmüş toplumun kesimleri arasında çatışmaların şiddetlenme tehlikesi doğar. Siyasal sistem üzerinde ağır baskı yaratan bu tür bir süreç, siyasal çatışmaları, temel sorunlara ilişkin uyuşmazlıkları yoğunlaştırabilir. Bu tür durumlarda anayasa tartışmaları, uzlaşma aracı olmak yerine gerilimin yükselmesine neden olabilir (Özbudun, 2019).

Kutuplaşmış toplumlarda anayasa hazırlama süreci, çatışmayı derinleştirme riskini taşıdığı gibi, çatışmayı yumuşatma olanaklarını da yaratabilir. Çatışmalı ya da bölünmüş bir toplumda, anayasa hazırlama sürecinin çatışmayı yumuşatma ve uzlaşma zeminini oluşturma olanağı, tercih edilen anayasa yapımı yönteminin türüne ve niteliğine bağlı olarak değişir. Demokratik anayasa yapımı için süreç, toplumsal uzlaşmayı en yüksek seviyede sağlayabilmek amacıyla toplumun bütün kesimlerinin katılımına açık olarak yürütülür. Demokratik anayasa yapımına katılım, geniş tabanlı da olsa, toplumun farklı kesimlerinin temsilcileri konumundaki sivil ve siyasi elitlerle dar kapsamlı da olsa, toplumsal kesimlerin, aynı masa etrafında buluşmalarını sağlar. Demokratik anayasa yapımında süreç, toplumun farklı kesimleri arasında

diyalog ve müzakere ortamı yaratır. Böylece, anayasa üzerindeki görüşmeler, tartışmalar ve pazarlıklar, toplumsal kesimler arasındaki zıtlıkların azalmasına hizmet edebilir. Dolayısıyla, anayasa hazırlama süreci, taraflar arasındaki anayasal tercihlere dair bir uzlaşma zemini oluşturabilir (Erdem, 2021).

Derinden bölünmüş toplumlarda, “aşamalı anayasa yapımı” bir yöntem olarak kullanılmaktadır. Bu yöntem “perakendeci” yöntem de denmektedir. Kutuplaşmış toplumlarda anayasa yapım usulü, en az anayasanın içeriği kadar önemlidir. Anayasa yapımının radikal bir süreç olduğu göz önüne alındığında, bölünmüş toplumda bu tür bir sürecin ne denli kırılabilir olabileceği tahmin edilebilir. Bu nedenle, bölünmüş toplumlarda anayasa yapımında kullanılan geleneksel usuller yeterli olmayabilir. Aşamalı anayasa yapımı usulünde, toplumun bölünmesine neden olan konuların, anayasa yapım aşamasında göz ardı edilmesi yöntemi izlenir. Böylece, çatışmaya neden olan faktörlere ilişkin düzenlemeler, anayasanın yapımı aşamasında ötelenmiş olur.

Kutuplaşmış toplumlarda anayasa yapımında, perakendeci yöntemde, anayasa hazırlanırken mutlaka bir yönde karar verilmesi gerekmekte, aksine anayasa yapımı sürecinin çatışmaları körüklenme riski de göz önüne bulunarak temel konuların çözüme kavuşturulması zamana bırakılmaktadır. Anayasaların temel siyasi metinler olması, kanunlardan üstün konumu ve genellikle zor değiştirilmesi nedeniyle, anayasa yapım süreçlerinin kutuplaşmış bir toplumda gruplar arasında daha yoğun bir çekişme alanına dönüşebilmektedir. Perakendeci yöntemde kutuplaşmış toplumlara içerik açısından bir dayatma söz konusu olmayıp; özerklik, seçim sistemleri gibi konular öne alınmaz. Perakendeci yöntemde esas olan anayasa yapım sürecidir. Yapım süreci açısından da kesin sonuçlar yerine zamana yayılmış bir şekilde kararların alınması savunulmaktadır. Kararların zamana bırakılmasıyla, çatışmanın daha da derinleşmesi önlenmektedir. Öte yandan, anayasal metinlerde kesin tercihlerin yapılmamış olması, zaman içerisinde toplumun kendi yapısına göre devlet biçiminin de şekillenmesi anlamına gelmekte ve bu sayede toplumsal uzlaşmanın yavaş yavaş sağlanması ve nihai çözüme ulaşılabilmesi hedeflenmektedir (Çattık, 2018).

Anayasa yapımında çoğulcu bir yöntemin kullanılması, yapım sürecinin bir başlangıç olarak kabul edilmesi, kimlik tanımlarından kaçınılarak kolektif tanımlara yönelmesi, tartışmalı konuların ertelenerek, bu konulardaki kararların siyasi alana aktarılması, aşamalı/perakendeci anayasa özellikleri olarak sıralanabilir (Erdem, 2022).

Anayasa yapma sürecinde halkın katılımından, genellikle halkın en son noktada anayasanın oylanmasına katılımı anlaşılmaktadır. Oysa çoğulcu toplum yapısı içerisinde ve özellikle bölünmüş toplumlarda, halkın içinde yer aldığı örgütlü gruplar aracılığıyla sürece dahil edilmesi önem taşımaktadır. Demokratik bir anayasa için, yapım aşamasında da halkın talepleriyle süreci ilerleten güç olması bir zorunluluktur. Halktan gelmeyen bir anayasa yapma talebini temel alan bir anayasa yapma sürecinin baştan sakatlanacağı açıktır. Bölünmüş toplumlarda anayasa hazırlığında halkın kararı ve kararlılığı ile başlatılan süreçte, sivil toplumun ve siyasal partilerin aktif katılımı, tesadüfi ya da isteğe bağlı değildir. Bölünmüş toplumda

anayasa hazırlığında süreç, bilinçli bir şekilde organize edilecek bir tasarım çerçevesinde yürütülmelidir. Bölünmüş toplumlarda hazırlık aşamasında gerçek anlamda toplumsal oyu sağlanmadığı sürece ortaya çıkacak metin tepeden inme olacağı için, böyle bir anayasa toplumsal barışı temin edecek ve kalıcı olmayı başaracak bir metin olmayacaktır. Herhangi bir anayasa yapım süreci yerine herkesin kazandığı bir anayasa yapım süreci inşa edilmelidir. Ancak bu sayede ortaya çıkan anayasa, herkesin anayasası olacaktır. Bu açıdan, Güney Afrika örneğinde anayasa hazırlığı süreci esas olarak, halkın katılımı olanaklarının yaratılmasıyla olgunlaştırılmıştır (Uluşahin, 2011).

Katılımcı Anayasa yapımında yöntem, süreç odaklıdır. Bu yöntemde, toplumsal katmanların katılımına açık bir müzakere süreci hedeflenir. Bu amaçla, toplumsal katmanların katılımını sağlayacak mekanizmalar oluşturulur. Toplumsal dışlanmaya izin verilmez, toplumsal katmanların gerçek temsilcilerine ve doğrudan bireylere ulaşılır. Toplumsal katmanlarla siyasi ve toplumsal aktörler arasındaki iletişim kanalları da açık tutulur. Yerel ve bölgesel düzeyde de bu olanaklar yaratılır. Katılımcı anayasa yapımı, temsili demokrasinin dar kalıpları içerisinde işleyen geleneksel anayasa yapım yöntemlerinden farklı olarak, anayasa yapımını elitler düzeyinde tutmaz. Katılımcı anayasacılık, anayasa yapım sürecine geniş ve aktif katılımı sağlayarak, anayasayı doğrudan halkın eseri haline getirir. Toplumda çoğunluğu oluşturan grubun ya da grupların görüşlerinin anayasaya yansıtılması yerine, belli başlı bütün toplumsal grupların bir araya gelmesi ve ortak ilkeler ve normlar üzerinde buluşmaları sağlanır. Bu amaçla katılımcı anayasacılık, diyalog ve müzakere araçlarının etkin kullanımını öngörür. Böylece, demokrasiye ve istikrarlı bir anayasal düzene barışçı bir geçişin temelini oluşturan 'toplumsal oyu sağlanmış olur. Bu özellikleri ve işlevleri sayesinde süreç odaklı katılımcı anayasa yapımı, derinden bölünmüş toplumlarda yaşanan çatışmaları yumuşatmada hatta sonlandırmada, demokratik istikrarı sağlamada ve kalıcı barışı inşa etmede etkili bir yöntemdir. Dolayısıyla, süreç odaklı katılımcı anayasa yapımı, çatışma çözümünde elverişli bir yöntemdir (Erdem, 2021).

Güney Afrika barış süreci deneyimi aynı zamanda derinden bölünmüş toplum olarak anayasa yapımında biricik örneği oluşturmaktadır. Gerçekten Güney Afrika'da, katılımcılık ve kapsayıcılık temelinde geliştirilen bir anayasa yapım süreci yaşanmıştır. Güney Afrika'da çözümü hedefleyen anayasa yapım süreci, aynı zamanda bir barış anlaşması sürecine dönüştürülmüştür (Sachs, 2021). Bölünmüş toplumlarda sosyo-ekonomik eşitsizlik yaygın görülen bir durum olduğu halde; katılımcılık ve kapsayıcılık, bölünmüş birçok toplumda sosyo-ekonomik eşitsizlik koşullarında da sürdürülebilmiştir. Güney Afrika, sosyo-ekonomik eşitsizliklere rağmen katılımcılık ve kapsayıcılık ilkelerinin uygulanabildiği örneklerin başında gelmektedir (Orhan, 2020).

Güney Afrika'da, ayrımcı Apartheid rejiminin sona ermesinin ardından 10 Aralık 1996'da onaylanan ve 7 Şubat 1997'de yürürlüğe giren Anayasanın hazırlandığı süreç, günümüzün en orijinal, en katılımcı ve en demokratik anayasa hazırlama süreci olarak kabul edilmektedir. Güney Afrika'da anayasa sürecinin en büyük başarısı, bölünmüş bir toplumu; insan haklarına son derece saygılı, demokratik bir metnin etrafında birleştirmesidir. Anayasaların hazırlanış süreçleri, içerikleri üzerinde belirleyici bir etkiye

sahip olduğu için son derece önemlidir. Güney Afrika, 1994 yılında yürürlüğe giren Geçici Anayasasıyla yetinmemiş, güçlü bir siyasi iradeyle özgürlükleri çok güçlü bir şekilde ifade eden ve garanti altına alan demokratik bir anayasa yönünde bir tür toplumsal seferberlik yöntemini izlemiştir. Anayasanın gerçekten “toplumun sözleşmesi” olabilmesi için yöntemler geliştirilmiş, süreçte ortaya çıkan birçok soruya çözüm aranmıştır. Bir yandan halkı bilgilendirmenin, eğitmenin, ilgisini çekmenin ve katılımını teşvik etmenin yolları düşünülmüş, diğer yandan sivil katılım yoluyla altı çizilen hususların ve önerilerin nasıl değerlendirileceğine ve anayasa metninde nasıl yer alacağına dair özenli çalışmalar yapılmıştır. Bu doğrultuda, anayasa yapım süreci, demokratik bir yapıya kavuşmanın ve toplumsal barışı sağlamanın bir aracı olarak görülmüştür (Sak ve Özçer, 2007).

3. GÜNEY AFRIKA’NIN DEMOKRATİK ANAYASA ÖNCESİ KOŞULLARI

İrk ayrımcılığı, İkinci Dünya Savaşı, sonrasında itibaren 20. yüzyılın en büyük suçlarından biri olarak kabul edilmekteydi. Hem Güney Afrika’da hem de Güney Afrika dışında, bu rejime karşı olan gruplar, uzun yıllar aleyhe çalışmalar yürütmüş, bunun sonucunda ülkeye karşı ciddi tepkiler gelişmiştir. Apartheid rejiminin, savaş sonrası insan hakları söylemini radikal bir biçimde reddetmesi, uluslararası toplumda da şiddetli bir şekilde karşı koymaya uğramıştır. Dolayısıyla, Güney Afrika’daki rejime karşı uluslararası örgütler de mücadeleye girmişlerdir. Özellikle İkinci Dünya Savaşı’ndan sonra Apartheid uygulamaları hem Birleşmiş Milletler hem de Uluslararası Çalışma Örgütü (ILO) için temel bir insan hakları sorunu haline gelmiştir. Apartheid rejimi uygulamalarına karşı Birleşmiş Milletler’in yanı sıra ILO’nun da aktif bir mücadele sergilediği görülmüştür. Afrikalı ülkelerin ILO’da etkinliklerinin artması Apartheid şiddetinin ILO nezdinde gündemde kalmasında önemli bir faktör olmuştur (Gümü, 2020).

Güney Afrika’da İkinci Dünya Savaşından sonra “beyaz” nüfusa hizmet eden Ulusal Parti (NP)’nin 1948’de iktidara gelmesiyle katı ayrımcı yasalar uygulanmaya başlanmıştır. İrkçi yasalarla çerçevesi çizilen Apartheid rejimi, beyaz olmayan gruplar aleyhine ayrımı öngören, beyaz nüfusun siyahlardan üstün olduğu düşüncesine dayanan bir sistem oluşturmuştur. Kırk yıl süren siyahlar ve beyazlar arasındaki gerilimin ve şiddet olaylarının giderek şiddetlenmesi ile ülkenin kaçınılmaz olarak ırklar arası bir savaşa sürüklenmesi, seksenli yıllardan itibaren yeni gelişmeleri beraberinde getirmiştir. İnsan hakları kapsamında, ilk zamanlarda sınırlı siyasal haklar tanınmış ve bazı reformlara gidilmiştir. 1990’lar ise Güney Afrika için radikal çözüm sürecini getirmiştir (Sak ve Özçer, 2007).

Güney Afrika’da çözüme ilişkin adımlar, liderler düzeyinde görüşmelerle başlamıştır. 1980’lerde, beyaz hükümet, bazı siyasal değişikliklerle ortaya çıkan çatışmayı aşmaya çalışmış ama barış reformları başarısızlıkla sonuçlanmıştır. 1985-1989 yılları arasında da bir sonuca varamayan barış görüşmeleri sürmüştür. Mandela’nın serbest bırakılması sonucunda ancak ciddi anlamda çözüm yolu açılabilmiştir. Bu arada, kurulan Demokratik Birleşik Cephe, çatışmayı sonlandırma yönünde oluşan uluslararası baskıya da katkıda bulunmuştur. Birleşik Demokratik Cephe yöntem olarak, ülkenin yönetilemez hale gelmesini sağlamaya çalışmış başaramasa da bu çabalar sonucunda, ülkenin güvenlik temelli kontrol maliyeti yükselmiştir. Güney Afrika’nın çatışma çözümü yoluna girmesinde esas olarak uluslararası baskılar çok

etkili olmuştur. Uluslararası şirketler, ırk ayrımına karşı durmuşlar ve yatırımları geri çekmekle tehdit etmiştir. Dolayısıyla, çözüme yönelmede bir diğer belirleyici faktör, ekonomik krizler olmuştur (Frost, 2011).

Güney Afrika'nın toplumsal ve siyasal barışa yönelmesinde çok farklı etmenler rol oynamıştır. Dünyada Doğu Blokuna ilişkin gelişmeler, Güney Afrika için de 1990 yılındaki değişimin yolunu açmıştır. Dünyadaki bu gelişmeler, Apartheid rejiminin son devlet başkanı olan Frederik Willem de Klerk'i de değişim için harekete geçirmiştir. İnsan hakları alanındaki gelişmelerle birlikte, Apartheid rejimi, uluslararası ilişkiler açısından, en temel suçları işleyen bir rejime dönüşmüştür. 1950 ile 1980 yılları arasında sürgünde örgütlü bulunan Afrika Ulusal Kongresi (ANC), Güney Afrika'daki bütün etnik toplulukların sözcüsü haline gelmiştir. 1980'li yıllarda, yani resmi görüşmelerin başlamasından önce, iş adamı, akademisyen ve siyasetçilerin dahil olduğu bir dizi gizli toplantı yapılmış, bu toplantılar, taraflar arasında güvenin ve iyi niyetin inşasına olumlu etki yapmıştır. Güney Afrika'da ANC yönetimiyle görüşmeler yapılarak, azami ve asgari taleplerinin neler olduğu anlaşılmaya çalışılmıştır. Taraflar arasındaki en önemli anlaşma ise, hazırlanacak anayasanın, batı demokrasisinin belirlediği kural ve standartlara uygunluğu konusunda olmuştur. 1990'lı yıllara gelindiğinde, ANC'nin de kurulu rejimin de bir açmazı girdiği, artık açıkça görülebilmektedir. Siyasal anlamda bir açmazı varıldığının farkına varılması, görüşmelerin başlamasını sağlayan en önemli etken, 1990'da Nelson Mandela'nın salıverilmesi de çözüm yolunda en önemli dönemeç olmuştur. Liderleri müzakere masasına oturmaya ikna etmek için, başta Amerika, Britanya ve Fransa olmak üzere dünyanın her yanından diplomatlar ülkeye gelmiştir. Müzakere masasında bulunan tarafların önde gelen isimler, müzakerelerin kesilmesi ya da çökmesi durumunda dünyanın, Güney Afrika'yı çözümsüzlüğe mahkûm bir yer olarak göreceğinin farkına varmıştır. Müzakereler süresince, felaket boyutunda aksilikler yaşanmasına rağmen, sonuçta nispi temsil sistemine göre, o dönem mevcut olan çok sayıda siyasi partinin katılımıyla, Ulusal Birlik Hükümeti kurulmuştur. Böylece, bütün büyük partilerin, kabinede yer alma olanağı sağlanmıştır. Ulusal Birlik Hükümeti hem siyahlara hem de beyazlara güven vererek, ANC'nin zamanla hükümete bütünüyle hâkim olma sürecini kolaylaştırmıştır (Spence, 2012).

Apartheid Rejimi nedeniyle Güney Afrika'ya uluslararası boyutta uygulanan yaptırımların, müzakere sürecinin geliştirilmesine büyük katkısı olmuştur. Örneğin, Amerika Birleşik Devletleri'nin tıp hizmetlerinin çekilmesi yaptırımı, Güney Afrika'da bu alandaki hizmetleri oldukça olumsuz etkilemiştir. Dünya genelinde Apartheid Rejiminin sonlandırılması gereği baskısı, ANC tarafından örgütlenen bir iç kalkışma ve Beyaz azınlıkta zihniyet dönüşümü bir araya geldiğinde çözüme dönük yapıcı bir sürece girilmiştir. Güney Afrika'da çözüm için resmi kolaylaştırıcılar yerine teknik danışmanlar çalışmıştır. Anayasa ve hukuk konularında teknik destekler alınmıştır. Teknik destek verenler, genelde Güney Afrikalılar olsa da dışarıdan uzmanlar da teknik destek verenler arasına katılmıştır. Bu tür danışmanlar toplumda itibarı olanlar arasından seçilmiştir. Amerika Birleşik Devletlerinden teknik destekçiler de sürece destek vermiştir (Meyer, 2019).

Güney Afrika'da geçmişle yüzleşme, çözüm sürecinde etkili bir yol olarak kullanılmıştır. Aslında, Hakikatleri Araştırma Komisyonu, çatışma çözümü deneyimini yaşayan farklı ülkelerde de oluşturulmuştur. Bununla birlikte bu nitelikteki komisyonlar, oluşturuldukları tüm ülkelerde aynı şekilde oluşturulmadıkları gibi aynı şekilde de çalışmamışlardır. Hakikatlerle yüzleşmede, konu sınırı ve süre bakımından ne kadar geriye gidileceğinin belirlenmesi önemlidir. Bu bağlamda her zaman, Hakikatleri Araştırma Komisyonları birtakım riskler taşımaktadır. Örneğin, Komisyon yeterince donanımlı değilse bu bir risktir. Diğer yönden Komisyon, doğruları ortaya çıkarır ama bu doğrular çatışmayı arttırabilir. Bir başka önemli konu da Komisyonun ceza adaletine başvurup başvuramayacağıdır. Bu konuda insan hakları savunucularının talebi, ceza yargılamasının olması ve hesap verilebilirliğin sağlanmasıdır. Güney Afrika'daki Hakikatleri Araştırma Komisyonu, çok etkili olmuştur, çünkü bu Komisyona ayrıca af yetkisi de verilmiştir. Failler, tüm suçlarını itiraf ediyorsa ancak affedilmeleri mümkün kılınmıştır. Herkesin hikayelerini anlatma hakkı bulunmakla birlikte, ifade verenlerin bir kısmı, Komisyona ifadelerini gizli vermiştir (Hayner, 2011).

Güney Afrika Hakikat ve Uzlaşma Komisyonu, nesnel gerçeğe ulaşmaya kilitlenerek, bir kurum ya da bu yönlü işlev yüklenmiş bir araç olmakla kalmadığı gibi, sürecin kendisinin, sonucu da belirleyeceği görüşünü savunan demokratik görüşün somutlaşmasına da hizmet etmiştir. Gerçekten oldukça karmaşık koşullarda Komisyon, bir bütün olarak siyasal kültürün dönüşümünü sağlayacak yönde, demokratik bir bakışa imkân ve zemin oluşturmuştur (Sancar, 2011).

Güney Afrika'da Hakikat Komisyonu kurulması düşüncesi ilk olarak 1992 yılı başlarında teklif edilmiş ama nasıl çalışacağı konusu netlik kazanmamıştır. Hakikat komisyonlarının nasıl oluşacağı ve nasıl çalışacağı yönündeki tartışmalar, Nelson Mandela'nın 1994 yılında devlet başkanı seçilmesinden sonra yoğunluk kazanmıştır. Geçici Anayasa için 1993 yılı sonlarında yapılan müzakerelerde en büyük ihtilaf, hükümetin ve ordunun haksızlıklardan sorumlu tutulan kişiler için dayattığı af konusunda yaşanmıştır. Müzakereler sonucunda, Anayasanın başlangıcına siyasi nedenlerle geçmişte yaşanan çatışmalar sırasındaki ihmal ve suçların affedilmesi ifadesi konularak ancak uzlaşma sağlanabilmiştir. Güney Afrika Parlamentosu, 1995 yılı ortalarında çıkarılan "Ulusal Birlik ve Uzlaşmayı Teşvik Yasası" ile oluşturulan komisyon ile geçmişe dönük soruşturmalara yönelmiştir. Bu komisyona kapsamlı soruşturma olanağını sağlayacak şekilde oldukça geniş yetkiler verilmiştir. Komisyonun, bireysel af, mekân arama, delillere el koyma, tanıkları mahkemeye çağırma, tanık koruma programını uygulama yetkileriyle donatılmıştır. Hakikat ve Uzlaşma Komisyonu, özel duruşmalarla önemli kurumlar üzerinde yoğunlaşarak, bu kurumların geçmişteki kötü muamelelere katkılarını sorgulamıştır. Bu kurumlar arasında; din, adalet, iş, sağlık sektörü, basın, cezaevleri ve silahlı kuvvetlere ait kurumlar olmuştur. Komisyondaki sorgulamalar kapsamında, bazı kişilerle ilgili ayrıca özel oturumlar olmuştur (Hayner, 2011).

Seçimlerden hemen sonra kurulmuş olan Hakikat ve Uzlaşma Komisyonunun çalışmalarının topluma hem olumlu hem de olumsuz yansımaları olmuştur. Apartheid rejiminden dolayı acı çekenler komisyona verdikleri ifade ve kanıtlarla kısmen yaşadıkları acıları hafifletirken, bir yandan da hükümeti zor durumda bırakmıştır. Hükümet, kendi üyelerinin yaptığı bir kısım kötü muameleleri, Hakikat ve Uzlaşma Komisyonunun çalışmalarına dahil etmediği gerekçesiyle; taraflı olduğu, çifte standart uyguladığı

şeklinde eleştirilmiştir. Geçmişle yüzleşmede dezavantajlı konumdaki Hükümet; anayasa konusunda gerekli hazırlıklar yapıp, geçiş süreci parlamentosu oluştuktan sonra, anayasa müzakerelerine devam etme ve tarafların anlaşacağı bir anayasanın hazırlanması yoluyla ancak avantajlı bir konuma geçebilmiştir (Spence, 2012).

Müzakere sürecine yönelik atılan ilk adım, siyasi yasakların kaldırılması olmuştur. Siyasi yasakların kaldırılması sonucunda, Apartheid karşıtı örgüt olarak Afrika Ulusal Kongresi (ANC) ve lideri Nelson Mandela, Ulusal Parti (NP) ile müzakere sürecinin yolunu açmıştır. 1991'in Kasım ayında All Party Congress (APC/CODER) adında, bütün partilerin katıldıkları bir kongre kurulmuştur. Bu kongrenin yeni bir rejime giden yolda uzlaşma ile ortak karar alması öngörülmüştür. Uzlaşma arayışında, kapanmamış yaraların gerginlik yaratmaması için, aynı yılın Aralık ayında NP resmi olarak, Apartheid döneminin politikaları için özür dilemiş ve ANC'nin geçici bir hükümet kurulması yönündeki teklifini kabul etmiştir. Süreç başlatılmadan önce Başkan Klerk için aşılması gereken bir başka sorun ise, müzakerelere karşı tavır alan bazı gruplar olmuştur. Bu grupları etkisiz kılmak için, 1992'nin başında, sadece "beyaz" nüfusun katılacağı tartışmalı bir referandum düzenlenmiştir. Referandumda reform sürecinin devamı ve müzakerelerle bir anayasa yapılması önerisi %68 oy ile kabul görmüştür. Oylamaya katılım, bazı bölgelerde %95'leri bulmuştur. Sonuçlar uzlaşmaya yönelik çabaların daha da artırılmasına ve etkinleştirilmesine yol açmıştır. Bunu izleyen dönemde müzakereler, geçici yönetimden sonra oluşturulacak demokratik rejim için yeni bir anayasa yapımı üzerine yoğunlaşmıştır (Sak ve Özçer, 2007).

4. GÜNEY AFRIKA'NIN TOPLUMSAL BARIŞINDA ANAYASANIN ROLÜ

Güney Afrika'da demokratik yeni anayasa yapım süreci, barışın sağlanması açısından yaşamsal bir önem taşımıştır. Barışa dönük hazırlıklarda kilit rol üstlenen anayasa yapım sürecinin, kapsayıcı olması zorunluluğu inancı egemen kılınmıştır. Bu zorunluluk, genel olarak müzakerelerin kapsayıcılığının zorunluluğu ile bir arada düşünülmüştür. Toplumun tüm kesimlerinin barış sürecine desteğinin sağlanması hedeflenmiştir. Seçimlerden sonraki ilk meclisin kuruculuk yapacağı kararına varılmıştır. Meclis çalışmalarının şeffaflığı sağlanmıştır. Anayasa, sağlanan bu koşullar sayesinde büyük bir meşruiyet kazanmıştır (Ebrahim, 2019).

Güney Afrika'da anayasa hazırlıkları tamamlanincaya kadar geçen sürede "yapıcı iletişim", ilkesi kullanılmıştır. Anayasayı hazırlayacak birimler kapsamındaki yerel komiteler de barış süreci için belirlenen bu tür dinamiklerle ortaya çıkmıştır. 1990'dan Mandela'nın Cumhurbaşkanı olduğu 1994'e kadar barış süreciyle eş zamanlı olarak şiddet de sürmüştür. Bu arada 1991'de barış anlaşmasını izleyen dönemde Hükümet çevrelerinde ANC gibi Komünist Parti üzerindeki yasakların da kaldırılması gündeme gelmiştir. ANC, Komünist Parti ile ilişkide olduğu için, anayasa hazırlığı sırasında "yapıcı iletişim" ilkesi doğrultusunda, Komünist Parti üzerindeki yasaklar da kaldırılmıştır. Anayasa müzakerelerinin formatı üzerine çalışmalar dönemi aynı zamanda sürecin tasarlanması olarak görülmüştür. Sürecin içeriği kadar planlanması da önemsenmiştir. Süreçte farklı talepler nedeniyle tekrarlanan çatışmalar, anayasal düzeyde bireysel hakların herkes için korunması temeline dönüldüğünde ancak aşılabilmektedir. Anayasa

konusunda temel bir ilke olarak, grup hakları ya da azınlık hakları fikri terk edilmiştir. Güney Afrika Anayasası'nda grup haklarına ilişkin bir hükme yer verilmemiştir. Herkes için eşit haklar temelinde bir çözüme gidilmiştir. Hükümet tarafı da beyaz azınlıklar için veto imkanları dayatmalarından vazgeçmiştir. (Meyer, 2019). Irksal temele dayanmayan demokratik bir anayasa hedeflenmiştir. Barış süreci ekseninde müzakerelerde üzerinde uzlaşmış ilkelerin anayasaya zerkedilmesi yöntemine gidilmiştir. Anayasa yapım sürecinde yüksek bir temsil aranarak, anayasa hukukçuları tarafından hazırlanmayan Anayasa, Anayasa Mahkemesi'nin denetiminde tutulmuştur. Dolayısıyla, Anayasa Mahkemesi'nin kendisi de anayasa yapım sürecinin parçası olmuştur (Sachs, 2021).

Güney Afrika'da anayasa hazırlık sürecinde çeşitli ilkeler öne çıkmıştır. Başlıca ilkeler; danışma, katılım ve uzlaşma olarak belirtilmektedir. Anayasanın benimsenmesi hedefiyle halkın hazırlık sürecine katılımı sağlanırken bir yandan da zihni dönüşüm yaşanmıştır. Gerçekten, Güney Afrika'daki anayasa yapım sürecinde, en fazla göze çarpan, toplumsal ve siyasal koşullarda uzun bir zamana yayılan değişim ve dönüşümdür. Güney Afrika deneyimi, anayasa hazırlığı bakımından son derece özgün nitelikler taşımaktadır. 1990-1997 yılları arasında anayasa yapım süreci, halkın da iki milyon önergeyle katıldığı bir demokratik sürece dönüştürülmüştür. Güney Afrika'da anayasal süreç, barış anlaşmasının imzalanmasından sonra başlamış ve böylece geçiş süreci başlatılmıştır. Anayasa yapım sürecinin başlamasından önceki dönemle anayasa hazırlık süreciyle birlikte varılan sonuç arasında toplumsal ve siyasal boyutta çok büyük bir fark ortaya çıkmıştır. Gerçekten, ayrımcılığın en üst düzeyde olduğu, etnik gruplar arasındaki çatışmaların yaşandığı, sosyal eşitsizliklerin büyük olduğu Güney Afrika'da yeni Anayasa sürecinin en büyük başarısı; eğitim düzeyinin düşüklüğü ve kültürel farklar nedeniyle çok farklı özelemleri ve hedefleri olan toplumu, insan haklarına dayanan, demokratik bir metin etrafında birleştirmiş olmasıdır. Daha da önemlisi, anayasa yapım süreci, bir yandan demokratik bir yapıya ulaştırırken bir yandan da toplumsal barışı sağlamada araç olmuştur. Güney Afrika'da bu başarının en başta gelen kaynağı, sürece katılan tarafların en zor zamanlarda bile olabildiğince müzakereci bir tutum sergilemiş olmasıdır. Bu durum, müzakerelerle her bir tarafın demokrasi ve temel özgürlükler dışındaki konularda, gerektiğinde ödün verebilmesi olarak tanımlanmıştır. Apartheid rejiminin sona erdirilmesi yönünde giderek yoğunlaşan uluslararası baskının anayasa yapım sürecinde önde gelen etken olduğu ileri sürülse de özgürlüklerin ve demokrasinin sağlanması yönünde güçlü bir siyasi iradeyle birlikte Güney Afrika'da anayasa yapım süreci, toplumsal barışı sağlayacak bir tür proje olarak yürütülmüştür (Sak ve Özçer, 2007).

Güney Afrika'da önce bir Haklar Bildirgesi oluşturulmuş, ardından Anayasa'nın oluşumuna gidilmiş ve hazırlanan Haklar Bildirgesi Anayasanın ilk kısmına yerleştirilmiştir. Şiddeti önlemek için haklar boyutunun öne çıkarılması gereksinimi, hakların iktidar paylaşımının temelini oluşturacağı düşüncesi ve toplumsal kesimlerin hakları yerine bireylerin haklarının öne çıkarılması hedefi, Haklar Bildirgesinin ortaya çıkarılmasının temellerini oluşturmuştur. Güney Afrika'da Siyahlar, azınlıktaki bir toplumsal kesimi oluşturmadığı için, yetki devri ya da özerklik üzerinden yöntemler geliştirmek yerine, yaygın olarak bireysel hakların geliştirilmesi yöntemi kullanılmıştır. Bu yöntemle ilgili Anayasa tartışmaları sırasında

büyük kırılmalar da yaşanmıştır. Bireysel haklar temelli yaklaşıma karşı duruşlar da olmuştur. Sonuçta, bireysel hakların anayasal düzeyde belirlenmesi fikrinde uzlaşmıştır. Haklar Bildirgesi, dar bir enstrüman olarak düşünülmeyp, geniş kapsamlı ele alınmıştır. Anayasa, bireysel hakları belirlemekle kalmamış, bireysel hakların korunmasını sağlayacak kurumların kurulmasını da hükme bağlamıştır (Sachs, 2019).

Anayasa yapım süreci birçok küçük siyasal partiyi de bir araya getirmiştir. Güney Afrika anayasa hazırlık sürecinde, özellikle toplumsal çatışmada tarafların etkin katılımını sağlayan bir usul izlenmiştir. Afrika Ulusal Kongresi (ANC)'nin de Güney Afrika Hükümetinin de ayrı ayrı anayasa taslakları bulunmakla birlikte, hiçbiri kendi taslağını dayatıcı bir yol izlememiştir. Taraflar hazırladıkları anayasa taslaklarını, tartışılmak üzere masaya koymuştur. Çok partili uzlaşma forumu oluşturularak ortak ilkeler belirlenmiştir. Bu ilkeler, hiçbir şekilde ihlal edilemeyecek hak ve özgürlüklerle ilgili olmuştur. Yeni bir anayasa yapılanı kadar yürürlükte kalması kararlaştırılan 1994 tarihli geçici anayasa halkoyuna sunulurak kabul edilmiştir. Geçici anayasa ile bir Milli Birlik Hükümeti oluşturulmuş, Senato ve Millet Meclisi'nden oluşan yeni bir kurucu meclis meydana getirilmesi kararlaştırılmıştır. Geçici Anayasa herhangi bir tarafın görüşlerinin tamamının anayasaya aktarılmasından ziyade bir orta yol üzerine inşa edilen ilkeler temeline dayanan bir anayasa olarak doğmuştur. Bu çerçevede oluşturulmuş geçici anayasa, 1996'ya yani yeni anayasanın onaylanmasına dek yürürlükte kalmıştır. Bu süreçte yeni anayasaya halkın katkısının nasıl sağlanacağı da tartışılmıştır. Akademisyenlerin ve sivil toplum örgütlerinin görüşlerine başvurulmuştur. Akademisyenlerden oluşan teknik ekip, haklar bildirgeleriyle Güney Afrika'nın kültürel, tarihsel ve diğer unsurlar bakımından koşullarını değerlendirmişlerdir. Çatışmanın tarafları, benzer ülke deneyimlerinden kopyalamaya kaçmadan yararlanmışlardır. Taraflar esas olarak; anayasanın tarihsel kültürel değerleri içeren geçmişi konusunda ve geleceğe birlikte nasıl yürüneceğini gösteren bir metin olması konusunda uzlaşmışlardır (Doidge, 2009).

Güney Afrika Geçici Anayasası, anayasal ilkelerin (temel paktın) ışığında tesis edilmiştir. Bu ilkeler; ülkenin, modern ve liberal bir model ekseninde biçimleneceği ve her daim tümüyle bağımsız ve yetkin bir anayasa mahkemesi tarafından korunan bir anayasal devlet olacağı yönündeki bir toplumsal uzlaşmaya dayanmıştır. Güney Afrika'nın başarılı anayasa yapım sürecinin merkezinde, tüm süreç boyunca uygulanan ve gelecekte daha büyük anlaşmaların yapıtaşları olacak küçük ölçekli anlaşmalar veya 'pakt'lar üzerinde uzlaşmaya varma yöntemi bulunmaktadır. 1994 tarihli Geçici Anayasa, seçilmiş temsilcilerin katılımı olmaksızın hazırlanan bir geçiş dönemi aracı olmuşken, 1996 (nihaî) Güney Afrika Anayasası, 1994 yılında seçilen ve özel kurucu yetkilerle (anayasa yapım yetkisiyle) donatılmış olan Parlamento'nun eseri olarak ortaya çıkmıştır (Thomashausen, 2011).

Güney Afrika Cumhuriyeti'ni kuran 1996 tarihli Anayasa, başarılı katılımcı anayasa yapımının örneklerinden biri olarak kabul edilmektedir. Anayasa hazırlığında katılımın ötesinde, katılan bireylerin ya da kurumların görüşlerinin de anayasanın içeriğine etki etmesine olanak tanıyacak araçlar kullanılmıştır. Açıklık, şeffaflık, erişilebilirlik ve hesap verebilirlik özelliklerinin sağlanabilmesi için toplum ve medya ile ilişkilere önem verilmiş, kamuoyu anayasa hakkında bilgilendirilmiştir. Bilgilendirme sürecine halk

doğrudan erişim olanaklarına da kavuşturulmuştur. Örneğin, ücretsiz telefon hatları ve farklı kamusal imkânlar oluşturularak kamuoyunun sürekli bir biçimde sürece katılması sağlanmıştır. Bununla birlikte, sürece dönük çeşitli anketler kullanılarak, sürecin başarısı ölçülmeye çalışılmıştır. Anayasa hazırlığında, medya organları da anayasal konuların tartışıldığı önemli bir platform olmuştur. Gazeteler, televizyon ve radyo programlarında “Anayasal Tartışmalar” başlığı altında forumlar düzenlenmiştir. Tartışmalara, Anayasa Meclisi’nden, siyasi partilerden, sivil toplum örgütlerinden ve halktan temsilciler katılmıştır. Benzer biçimde Anayasa Meclisi de resmi bir gazete çıkararak gelişmelerden halkı haberdar etmiştir. Bu şekilde ortaya çıkan Güney Afrika Anayasası’nı meydana getiren tarihsel deneyim, benzer deneyimleri yaşayan ülkeler açısından önemli dersler alınmasını sağlamıştır (Gülener, 2011).

Güney Afrika’da müzakere süreci kapsamlı olduğu için Anayasa referandumuna bile sunulmamıştır. Bununla birlikte sadece Beyazlara yönelik bir referandum yapılmıştır. Buradaki hedef, sürecin ilerletilmesi olmuştur. Bu yolla Hükümet, Beyazların desteğini kazanmıştır. İçerik olarak Anayasa bireysel hakların gerçekleştirilmesi bakımından oldukça geniş tutulmuştur. Sonuçta Güney Afrika Anayasası bir tür idealler anayasası olmuştur. Anayasa esas olarak bireysel hakları belirlemiştir. Ancak Anayasa, kolektif katılıma da izin vermektedir. Örneğin, Anayasada Afrikaner hakların geliştirilmesi olanakları sağlanmıştır (Meyer, 2019).

Günümüzde Güney Afrika Anayasası, ulusal düzey, eyalet ve yerel düzey olarak üç yönetim düzeyi öngörmektedir. Ancak sistem, etnik gruplara özerklik tanıma şeklinde tasarlanmamıştır. Geçmişte ihmal edilmiş bölgelerin kalkınmasının sağlanması ve hizmetin eşit dağılımının gözetilmesi hedefleriyle ulusal hükümete yetki tanınmasına özellikle dikkat edilmiştir. Çok katmanlı yönetim sisteminin en önemli özelliği, “ortaklaşa yönetim”e ilişkin açık anayasal taahhüttür. Genel olarak eyaletler yetkilerini ulusal hükümetle paylaşmaktadır. Üç yönetim düzeyi arasındaki yetki paylaşımı sisteminin amacı, gelişmişlik ve hizmetler bakımından ortaya çıkmış olan eşitsizliğin giderilmesidir. Anayasa, eyaletlere ve yerel yönetimlere ilişkin yetkileri belirlemiş olsa da ulusal yönetimin, yasama ve yürütme yetkisine sahip olmadığı alan bulunmamaktadır. Güney Afrika’da, sağlık, eğitim, sosyal yardımlaşma gibi birçok konuda eş zamanlı bir şekilde hem ulusal yönetim hem de yerel yönetimler yasa yapabilir. Ancak bu eş zamanlılık, yerel yönetimlerin ancak ulusal yönetimin boşluk bıraktığı alanla sınırlıdır. Ulusal yönetimin girdiği alan açısından yerel yönetim yetkisini yitirmektedir (Murray, 2012).

Güney Afrika Anayasası, etnik köken, din, dil gibi tüm kimlik çıkarlarını tanımaktadır. Yargı da dahil olmak üzere, devlet memurluklarında farklı grupların eşit temsilini öngörmektedir. Kültürel ve dilsel haklarla ilgili etkin güvenceler sağlanmıştır. On resmi dil belirlenmiş olup, bunların dışındaki diller için de anayasal güvenceler oluşturulmuştur. Güney Afrikalıların, resmi dilde veya seçtikleri dilde eğitim alma hakları da bulunmaktadır (Murray, 2012).

5. SONUÇ

Güney Afrika’da, hakikatlerle yüzleşme yönteminden, anayasal yetki devrine ve demokratik hak ve

özgürlüklerin kazanılmasına kadar birçok boyutuyla işletilen süreç; sonuç itibarıyla anayasal yöntemlerle demokrasiye ulaşmayı anlatan bir döneme karşılık gelmektedir. Güney Afrika için demokratik anayasa hedefi ve bu yönlü çalışmalar, çatışma çözümünde esaslı bir yöntem olarak kullanılmıştır. Müzakerelerin başını sivil örgütlenmeler çekmiştir. İş dünyasından liderler ile dini liderler önemli roller oynamışlardır. Bu doğrultuda, barış fikrinin tabana yayılması oldukça önemsenmiştir. İçerisinde birçok aracı barındıran çatışma çözümü süreci, başarılı yönleriyle benzer durumlar için örnek değerindedir.

Türkiye’de özellikle 2001-2015 arası dönemde sivil-özgürlükçü demokratik bir anayasa arayışında önemli çalışmalar ortaya çıkarıldı. Bunların bir kısmı, Hükümet tarafından hazırlatılan Anayasa taslağı ya da Türkiye Büyük Millet Meclisi bünyesinde oluşturulan Meclis Anayasa uzlaşma Komisyonu çalışmaları gibi resmi düzeydeydi. Anayasa çalışmalarının hız kazandığı bu süreçte, karşılaştırmalı çalışmalar kapsamında farklı ülke deneyimleri de detaylı inceleme konuları arasındaydı. Aynı dönemde, özellikle farklı toplum kesimlerinin katılımının sağlanması, anayasa yapım sürecinde kapsayıcılık ilkesinin gerçekleşmesi temelinde önemli bulunmaktaydı. Güney Afrika Anayasa yapım süreci de bu bağlamda incelenen örneklerin başında gelmekteydi. Dolayısıyla, Türkiye’de olası yeni ve demokratik bir anayasa arayışında, Güney Afrika anayasa yapım süreci deneyimi konusundaki bilgi birikimi mutlaka değerlendirilecektir.

KAYNAKÇA

Çattık, M. (2018). Anayasacılık ve Kutuplaşmış Topumlarda Anayasa Yapımı, İstanbul Medipol Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi 5 (1), Bahar. <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/1102272>

Doidge, G. (2009). “Sivil Bir Anayasa Hazırlamayı Gözünüzde Büyütmeyin”, Serkan Köybaşı:söyleşi. <http://www.anayasa.org/index.php?view=article&catid=37%3Aspanya&id=154%3As...>

Ebrahim, E. (2019). “Müzakere Sürecinin başlamasını Sağlayan Koşullar”, Democratic Progress Institute Comparative Study, Güney Afrika, Pretoria 10 Haziran toplantı notları.

Erdem, F. H. (2021). “Kutuplaşmış Topumlarda Aşamalı Anayasa Yapım Yöntemi: Türkiye Örneği”, Türkiye’de Çatışma çözümü ve Anayasa Yapımı, Democratic Progress Institute Yayınları.

Erdem, F. H. (2022). “Constitution Making Process in a Polarised Society”, Democratic Progress Institute Online Assessment Meeting, 16 July.

Frost M. (2011). Democratic Progress Institute Comparative Study, King’s College Londra 25 Temmuz toplantı notları.

Gülener, S. (2011). “Anayasa Yapımında Yeni Bir Paradigma: Kapsayıcı, Katılımcı, Uzlaşmacı Anayasa yapım Süreçleri ve Çeşitli Örnekler”, Gazi Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi, Cilt:15, Yıl:2011, Sayı:3. <https://www.yumpu.com/tr/document/view/24500209/anayasa-yapamanda-yeni-bir-paradigma-gazi-aniversitesi>

Gümüő, İ. (2020). "Apartheid Döneminde Güney Afrika ve Uluslararası Çalışma Örgütü İlişkileri", Uluslararası Afro-Avrasya Araştırmaları Dergisi, Cilt:5, Sayı:10, Haziran, E-ISSN 2602-215X. <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/1173137>

Hayner, P. (2011). "Türkiye'de Çatışma Çözümü ve Anayasal Süreçler" Konferansı, Galatasaray Üniversitesi- İstanbul 18 Haziran 2011 sunum notları.

Lerner, H. (2011). Making Constitutions In Deeply Divided Societies, Cambridge University Press.

Meyer, R. (2019). "Güney Afrika Barış Sürecine Genel Bir Bakış" Democratic Progress Institute Comparative Study, Güney Afrika, Pretoria 10 Haziran toplantı notları.

Murray, C. (2012). "Çok Katmanlı Yönetim Sistemi Tasarlamak İki Yakın Dönem Ortak Yönetim Denemesi", Anayasa Hukuku Dergisi, Legal Yayınları, Cilt1, Sayı:1, 2012, s. 533-587.

Orhan, S. (2020). Bölünmüş Toplumlarda Anayasal Uzlaş, Orion Kitabevi, Ankara.

Özbudun, E. (2019). Anayasalcılık ve Demokrasi, Yetkin Yayınları, Ankara.

Sachs, A. (2021). "Barışın Hukuki Temelleri: Güney Afrika Deneyimi", Barışın Hukuki Temelleri: Kutuplaşmış Toplumlarda Anayasa Yapımı, Democratic Progress Institute, Online Meeting, 10.8.2021.

Sachs, A. (2019). "Güney Afrika Haklar Bildirgesini Taslak, Yapılan Tartışmalar ve Varılan Anlaşma Bakımından Tartışmak", Democratic Progress Institute Comparative Study, Güney Afrika, Cape Town 14 Haziran toplantı notları.

Sak G. ve Özçer, Ö. (2007). "Güney Afrika Anayasası: "Bir Ülkenin Ruhunu", https://www.tepav.org.tr/upload/files/1271250920r3257.Anayasa_Calisma_Metinleri_1.pdf

Sancar, M. (2011). Barış ve Çözüm Sürecinin Dinamikleri, Democratic Progress Institute Yayınları, London.

Spence, J. (2012). "Bölünmüş Toplumlarda Anayasa Yapımı: Güney Afrika Tecrübesi", Democratic Progress Institute Comparative Study, Kent, United Kingdom, 24 Haziran toplantı notları.

Thomashausen, A. (2011). "Güney Afrika'nın Siyasi Evriminde Anayasal İktidar ve Meşruluk", Çeviren: Ersoy Kontacı, Anayasa Yapımı ve Anayasal Değişim, Türkiye Barolar Birliği Uluslararası Sempozyum 19-20 Mart 2010, Ankara, s. 109-136.

Uluşahin, N. (2011). "Kutuplaşmış Bir Siyasal Sistemde Anayasa Yapmanın Güçlükleri e Türkiye'de Yeni Bir Temel Oydaşmaya Ulaşmayı Sağlayacak Çözüm Yolları", Hukuk ve İktisat Araştırmaları Dergisi, Cilt 3, No: 1, ISSN: 2146-0817. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/hiad/issue/7649/100135>

Yokuş, S. (2013). Türkiye'de Çatışma Çözümünde Anayasal Arayışlar, Seçkin Yayınları, Ankara.

RESEARCH ARTICLE/ARAŞTIRMA MAKALESİ

INEQUALITY IN EDUCATION AMONG TURKISH YOUNG INDIVIDUALS, 1988-2020

Nursel AYDINER AVŞAR¹, Bengi YANIK İLHAN²¹Akdeniz University, Serik School of Business Administration, Department of Economics and Finance,
Antalya

nurselavsar@akdeniz.edu.tr ORCID ID: 0000-0002-4228-9020

²Altınbaş University, School of Economics, Administrative and Social Sciences, Department of
Economics, Istanbul

bengi.ilhan@altinbas.edu.tr ORCID ID: 0000-0003-1578-8390

GELİŞ TARİHİ/RECEIVED DATE: 27.04.2022 KABUL TARİHİ/ACCEPTED DATE: 10.06.2022

Aydiner Avşar, N. & Yanık İlhan, B. (2022). Inequality in Education Among Turkish Young Individuals,
1988-2020. *Aurum Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(1), 29-47.**Abstract**

This paper studies the changes in education inequality in the youth population (15-29 age group) in Turkey using the Household Labour Force Survey data for the 1988-2020 period. The average year of schooling is calculated to investigate the changes in the level of educational attainment, and standard deviation in years of schooling and education Gini coefficient are calculated to examine how within-group education inequality changes over time. These statistics are calculated for young men and young women separately to also find out how gender inequality in educational attainment and education inequality changes over time. The findings of this study show that the average years of schooling increases for both young men and young women in Turkey while education inequality measured by the Gini coefficient decreases for both groups between 1988 and 2020. This seems to reflect the positive implications of the expansion in compulsory education for both average years of schooling and education inequality. Average years of schooling is higher for young men while education Gini is higher among young women despite the closing of the gender gap in both measures over time.

Keywords: Education inequality, Youth, Labour market, Turkey**TÜRKİYE'DE GENÇLERDE EĞİTİM EŞİTSİZLİĞİ, 1988-2020****Öz**

Bu makale, 1988-2020 dönemi Hanehalkı İşgücü Anketi verilerini kullanarak Türkiye'de genç nüfusta (15-29 yaş grubu) eğitim eşitsizliğindeki değişimi araştırmaktadır. Ortalama eğitim süresi, eğitim düzeyindeki

değişimleri değerlendirmek için standart sapma ve eğitim Gini katsayısı ise grup içi eğitim eşitsizliğini incelemek için hesaplanmaktadır. Bu istatistikler, genç kadınlar ve genç erkekler için ayrı ayrı hesaplanarak zaman içerisinde eğitim düzeyi ve eğitim eşitsizliğinde gözlenen toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin nasıl değiştiği değerlendirilmektedir. Çalışmanın bulguları, Türkiye’de 1988-2020 yılları arasında hem genç erkekler hem de genç kadınlar için ortalama eğitim süresinin arttığını ve Gini katsayısı ile hesaplanan eğitim eşitsizliğinin ise azaldığını göstermektedir. Bu bulgular, zorunlu eğitimin artmasının hem ortalama eğitim süresi hem de eğitim eşitsizliği bakımından olumlu etkilerini yansıtıyor görünmektedir. Her ne kadar eğitimde toplumsal cinsiyet eşitsizliği zamanla azalsa da ortalama eğitim süresi genç erkekler için, eğitim Gini katsayısı ise genç kadınlar için görece daha yüksektir.

Anahtar kelimeler: Eğitim eşitsizliği, Gençlik, İşgücü piyasası, Türkiye

1. INTRODUCTION

Youth is very crucial for a country to enhance its economic capacity since young individuals have an economic impact and social pressure. Understanding the needs and problems of the youth is important to build a sound economic environment for both current and future generations. Transition from school to work is central to improving the economic conditions of the youth and enhancing their contribution to the economy. In this context, accumulating higher human capital, decreasing inequalities in education, building closer relationships between educational institutions and industry are all important to make this transition smoother. Gender gaps in youth population are documented across almost all measures of educational and labour market statuses (Gökşen, Filiztekin, Smith, Çelik, Öker and Kuz, 2016). The gender dimension to school to work transition is therefore important and needs to be taken into consideration.

One of the difficulties that young individuals face after graduation is high unemployment during their transition from school to work. This is common for all countries around the world. From a macro level perspective, unemployment is due to structural failures of combining demand and supply in the labour market. From a micro level perspective, obtaining the first job after graduation is individual's first experience with the search process and takes longer time compared to someone with existing work experience. Additionally, not having found a job in a reasonable amount of time compared to their peers may discourage young individuals, and this may lead them to leave the labour force and become part of the youth population not in education, employment, or training (NEET). Social norms and stereotypes may also prevent young individuals, especially young women, from entering the labour market after graduation.

Examining the factors that affect young individuals' transition from school to other labour market statuses is important to improve the economic and social conditions of the youth. Among the youth, young women are more likely to be unemployed and more likely to be in NEET status than young men. Education is central to understanding the transition from school to work and the differences between young women and young men. Education is also critical for economic development as a

major determinant of a country's human capital stock. Both increasing education level and decreasing inequalities in education help foster economic development and provide individuals with equal opportunity in economic and social life.

Despite the considerable improvements in both the quantity and quality of education over time, education inequality has been continuing in Turkey. Yanık-İlhan & Aydın-İlhan (2021), Yanık-İlhan & Aydın-İlhan (2013), Yanık-İlhan (2012) and Tomul (2011) are major studies that examine education inequality in Turkey. None of them focuses on the youth population and investigates education inequality from the perspective of school to work transition. In this paper, we fill this gap in the literature and examine how education inequality changes over time for the youth population (ages 15–29) in Turkey, given its role in understanding the transition from school to work. We use the Turkish Household Labour Force Survey (HLFS) data from 1988 to 2020 to this end. We first calculate the average years of schooling (AYS) to measure the gap in educational attainment. We then calculate standard deviation in years of schooling and education Gini coefficient to measure within-group inequality. We make these calculations for total youth population, young women, and young men, respectively, to find out any gender differences, and discuss the implications of changes in education system for these figures. We also present a discussion of inequalities in access to distance education during the Covid-19 pandemic and examine the trends in internet usage and access across age groups and regions in Turkey in this context.

Following this introduction, section 2 presents an overview of education inequality concepts and its links to other forms of inequalities. Section 3 presents a discussion of the labour market participation of youth population both globally and in Turkey, and gives a short overview of the education system in Turkey. Section 4 introduces education inequalities by using different statistics. Section 5 presents education inequalities during the Covid-19 pandemic. Finally, section 6 concludes the paper by drawing some policy recommendations to reduce inequalities in education in the youth population, and support their smooth transition from school to work.

2. EDUCATION INEQUALITY AND OTHER FORMS OF INEQUALITIES

Increasing education levels and lowering education inequality both support economic development and provide individuals with equal opportunity in economic and social life. The private benefits of education include higher individual earnings and better social status for an individual. The social benefits refer to the positive spillover effects of education onto the society such as increased labour productivity and the benefits of having informed and socially responsible citizens.

Education inequality is highly interrelated with income inequality for several reasons. First, education is a key determinant of skill distribution and earnings. Second, education system influences the extent to which family background plays a role in one's educational attainment hence shapes income distribution. For example, in a society with a high-quality and accessible education system, family background

would play a relatively small role in explaining income distribution. In the opposite case, where family background is a key determinant of one's access to education opportunities, then education system can exacerbate existing inequalities in the society and lead to intergenerational transmission of disparities (Duman, 2008).

There is evidence for Turkey that the lowest income quintile has the lowest level of schooling, and hence education inequality is closely linked with income inequality. There were two trends that made the link between education inequality and income inequality strong in Turkey over time: the decline in education's share in total public expenditure, and the rise in the share of education spending on tertiary education. Especially the rise of tertiary education at the expense of lower levels of education mostly benefits the rich, who can afford sending their children to college with high out-of-pocket spending (Duman, 2008). Gender and family background factors such as household wealth, secondary or higher educational attainment of parents and family size are also important in understanding education inequality in Turkey (Ferreira and Gignoux, 2010).

Education inequality also has implications for gender inequality in the society. Gender gap in education adversely affects women's bargaining power in the household and position in the labour market. Gender inequality in education results in higher fertility and negatively affects household investment in the education and health of children (Blumberg, 2004). It implies overinvestment on less-talented men in comparison to able women and negatively affects productivity and economic growth (Boschini, 2004). Individual decision to get education and family's ability to do so are highly constrained by the economic and social environment, and therefore call for policy interventions to reduce gender gap in education (Berik et al., 2009).

3. LABOUR MARKET STATUS OF THE YOUTH POPULATION

There have been structural changes around the world since the late 1990s which have directly affected the dynamics of school to work transition. The expansion of higher education around the globe led to delayed adulthood, replacing old models of transitions from school to work. Many young people now stay in education after finishing high school as university education is seen as a necessary step to get a good job. Together with the expansion of vocational training in many countries, the current young generation has become the most educated generation on record. Education and training have replaced the old model of adulthood in the form of graduating from high school and getting a job at the age of 16 or 17 around the world (France, 2017). We first look at the changes in youth population's participation in the labour market at the global level and then examine the situation in Turkey.

3.1. Global Trends in Youth's Labour Market Status

Globally, changes in youth labour market indicators are in line with broad changes in the socioeconomic context for the youth. The labour force participation rate of young people (aged 15–24) has declined globally between 1999 and 2019. While this trend in labour force participation rate reflects the growth of secondary and tertiary education, it also reflects the substantial number of young people who are in

NEET status (corresponds to one-fifth of the youth globally). Young women are twice as likely as young men to be in NEET status. The gender gap in NEET status is striking in regions such as Southern Asia and the Arab States, where young women face social and cultural barriers to pursuing education or working outside the house (ILO, 2020).

The full potential of the NEET population is not utilized because they do not gain income and experience or enhance their education or skills even though many of them, especially young women, contribute to the economy through their unpaid work. There has been no significant decrease in the youth NEET rate in any region of the world since 2005 (ILO, 2020). It should be noted that young individuals are not equally vulnerable in terms of educational and employment opportunities. Vulnerability to being in NEET status is directly related to factors such as one's family background, gender segregation in the labour market, and the role of nationality/ethnicity (Rodriguez-Modroño, 2019).

For those in employment, young individuals are more likely to be employed in casual, temporary or part-time work than other groups, and hence face a delay in accessing well-paid and secure employment conditions. In this regard, underemployment, and not just unemployment, is an important issue for the youth as many graduates work in positions well below their skill level or in part time work (France, 2017). For example, globally 13 per cent of the young population in employment endure extreme poverty (defined as living on an income below US\$1.90 per day), and 17 per cent live in moderate poverty (an income below US\$3.20 per day). Three-fourths are in informal employment with higher rates in sub-Saharan Africa and Southern Asia. Wage inequality is also higher among young workers than among prime-age workers despite some improvement following the 2008 global economic crisis (ILO, 2020).

Young individuals also endure higher unemployment rates than adults as also discussed in the introduction. Globally, 13.6 per cent of the youth labour force is unemployed and there are significant differences across world regions. It ranges between under 9 per cent in Northern America and sub-Saharan Africa to 30 per cent in Northern Africa. Young women have higher unemployment rates than young men in most subregions of the world (ILO, 2020).

3.2. Youth in the Turkish Labour Market

Youth represents an untapped potential in many developing countries including Turkey. The share of young individuals (ages 15-24) in total population was 15.4 per cent in 2020, whereas the ratio of the population over 64 years of age was 9.5 per cent in the same year. This shows that Turkey has a young population and a demographic gift to design a sustainable pension scheme. Turkey also enjoys a window of opportunity with higher shares of younger cohorts in the working-age population (ETF, 2020).

The fertility rate was 1,76 per cent and the replacement rate was 2,1 percent in Turkey in 2020. This implies that the demographic window of opportunity is going to close soon in Turkey. Indeed, despite having a high share of young population, Turkey has been experiencing a decline in the youth

dependency ratio (i.e., the share of population at ages 0–24 per 100 population at ages 25–64), which was measured as 78.6 in 2020. Turkey is also projected to experience a sharp decline in the proportion of youth population over the longer term (up to 2040), according to the population projections carried out by the United Nations' Department of Economic and Social Affairs (UN-DESA) (ETF, 2020). Turkey should therefore benefit from its demographic window of opportunity before it closes.

Turkey however falls behind the EU average in various measures of school to work transition and youth integration in employment. For example, the share of young individuals (aged 15–24) in NEET status was close to 20 per cent for young men and 35 per cent for young women in Turkey in 2019; both ratios were around 10 per cent for the EU on average (ETF, 2020). For those in education, early school leaving or dropout rate, which is measured as the percentage of youth aged 18–24 with at lower secondary education who are no longer in education or training, is 30 per cent in Turkey; this is also much higher than the EU average of around 10 per cent (ETF, 2020). This is an important issue to address to mitigate the risk of social exclusion among early school leavers.

Among the 15–24 age group, unemployment rate was around 6 per cent in 1990 and between 8 and 15 per cent in the 2000s (Yanık-İlhan, 2012). It increased to 21 per cent in 2021, implying that Turkey is far from benefiting its demographic window of opportunity. Youth unemployment rate was higher than the EU average overall; and unemployment was more prevalent among young women than young men in Turkey in 2019 (ETF, 2020).

There is a large gender gap also in youth employment in Turkey. In 2019, the share of employed young men in total young male population (15–24 ages) was close to 45 per cent while the same ratio was only above 20 per cent for young women in Turkey. There is a much lower gender gap in youth employment in the EU on average. In terms of youth employment, a relevant indicator is employment rate of recent graduates (students who graduated at the upper secondary and tertiary levels, ISCED 3–8), measured over a period from one to three years after graduation by means of labour force surveys. Accordingly, the ratio was below 70 per cent for young men and around 50 per cent for young women in Turkey in 2019 whereas the same ratio was around 80 per cent for both young men and young women on average for the EU. Foundational skills measured by the PISA scale in reading, mathematics and science is the main area in which Turkey performs close to the EU average thanks to the significant improvement it recorded between 2015 and 2018 (ETF, 2020).

In terms of job-related skills, around 50 per cent of upper secondary students were enrolled in vocational education and training (VET) programmes in Turkey. VET is important because most of the labour demand is on mid-level qualifications. However, these programmes need to be developed further to increase their relevance for the labour market, for example, through stronger collaboration with the private sector, dual education modalities to deliver VET, upgrading of school workshops and equipment, and training of trainers, teachers, and instructors (ETF, 2020). The incidence of overqualification is also

an issue in the Turkish labour market. One in three workers with tertiary education works in lower-skilled positions in Turkey. This implies waste of human capital, as highly educated workers do not use their real potential. On the contrary workers with mid-level qualifications (ISCED 3–4) manage to get better matched positions (Eurostat, 2018).

3.3. Turkish Educational System

There have been several developments in the education system in Turkey over time. The first one is the increase in compulsory education first from five to eight years in 1997, and then to twelve years in 2012. The primary and secondary education levels were combined under a single title of 8 years duration. This was then transformed into a structure of 4+4+4 covering primary, secondary, and high school levels separately. The direct effect of an increase in the duration of compulsory education is an increase in AYS in the population. An indirect effect is the delay in the transition from school to work which is relevant for our study. This also may lead to decreased unemployment rate since there will be a lower rate of labour force participation.

Tertiary education calls for specific attention given the increasingly knowledge-driven structure of the global economy and the importance of tertiary education for the modernization of economies. Increasing the share of those with tertiary education brings both private benefits in the form of higher returns and social benefits through increased labour productivity at the economy level. At the same time, expansion of tertiary education may fuel unemployment as those with tertiary education tend to have higher unemployment rates than those with lower level of education in developing countries. Expansion of tertiary education may also increase inequality as university education is mostly accessible by households in higher income brackets in most developing countries (Shimeles, 2016).

Tertiary education has expanded significantly in Turkey over time. Figure 1 shows the number of public and foundation universities, which has increased significantly in Turkey over time. In the 2020-2021 academic year, there were 129 state universities, 74 foundation universities, and 4 foundational vocational training schools, resulting in a total of 207 tertiary education institutions in Turkey.

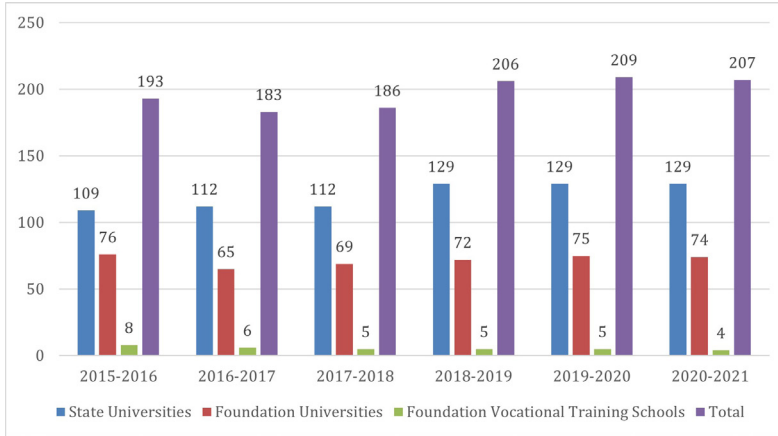


Figure 1. Number of universities by type of institution

Source: Council of Higher Education Statistics (accessed on 21 April 2022).

Figure 2 presents the number of university students by sex of student over a longer period. The substantial rise in the number of students attending a university could be easily seen in the figure. While there were only around 1.5 million university students in the 2000-2001 academic year, the same figure was around 8.2 million in the 2020-2021 academic year. It is also observed that the gender gap in the number of university students closed over time. The gender parity index, which measures the ratio of the number of female university students to that of male students attending a university, increased from 0.69 to 0.97 in the same period. Hence almost full gender parity is achieved in terms of the gender composition of university students in Turkey.

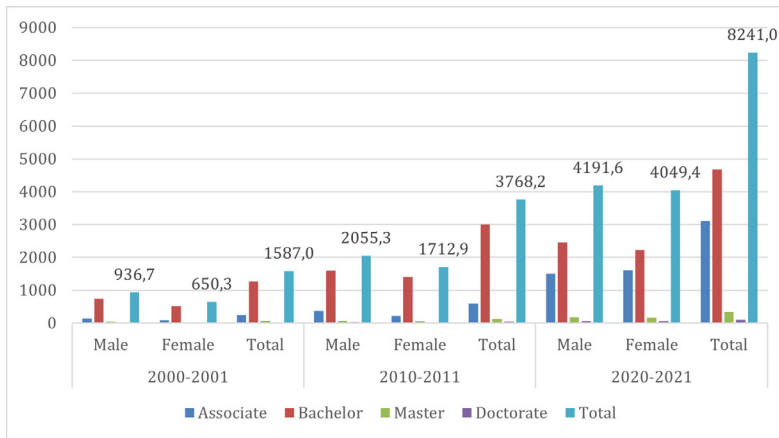


Figure 2. Number of university students by sex (thousands)

Source: Council of Higher Education Statistics (accessed on 21 April 2022).

To sum up, increasing years of schooling, expanding opportunities in higher education and increased access to information technologies all affect education inequality. These changes cause variations in the labour market composition as well. They affect not only human capital composition but also human capital inequalities, especially for young individuals. Therefore, it is important to examine different measures of education inequalities over time to better understand the implications of these changes in education system for education inequality.

4. EDUCATIONAL INEQUALITIES AMONG YOUNG INDIVIDUALS

4.1. Average Years Schooling, Education Gini, Standard Deviation

In this section, we examine the inequalities in education in the youth population by calculating the average years of schooling (AYS), standard deviation in years of schooling, and education Gini coefficient. We define the youth as those between the ages of 15 and 29.¹ Initial investigation of the data shows that the AYS among 15-29 age population increases from 5.09 to 10 years during the period of 1988–2020 (Figure 3). Education Gini coefficient decreases from 0.28 to 0.16 for the same period; hence, education inequality measured the Gini coefficient decreases in the youth population in Turkey over time (Figure 4). On the contrary, standard deviation in years of schooling increases for the same period (Figure 5). This can be expected since standard deviation is based on central tendency (i.e., deviation from the mean) and the Gini coefficient is a general measurement of dispersion.

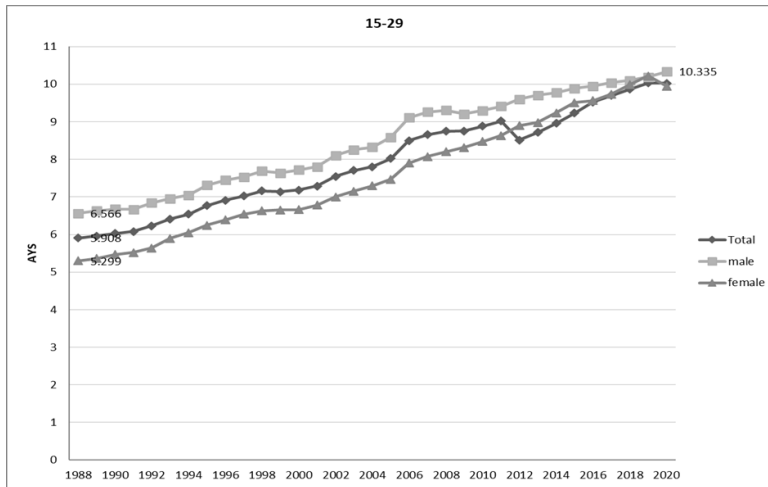


Figure 3. Average Years of Schooling by Gender, 15-29

Source: Authors' calculations based on TURKSTAT HLFS database.

¹ We use the 15-29 age category to define the youth population, unlike the conventional definition of 15-24 age group mainly because school to work transition is not completed fully for many young individuals in Turkey by the age of 24. Compulsory military service is one of the major reasons behind this delay in school to work transition in Turkey.

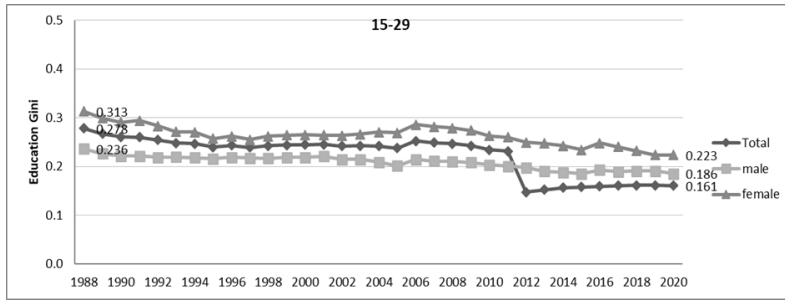


Figure 4. Education Gini by Gender, 15-29

Source: Authors' calculations based on TURKSTAT HLFS database.

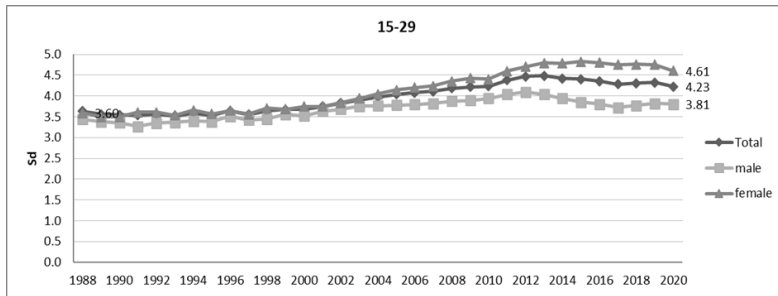


Figure 5. Standard Deviation by Gender, 15-29

Source: Authors' calculations based on TURKSTAT HLFS database.

Educational attainment is higher for young men than it is for young women in Turkey for the entire period. The AYS of men increases from 6.6 years in 1988 to 10.3 years in 2020 while the same figure increases from 5.3 to 10 years for women (Figure 3). The change in AYS for both men and women follow a similar trend over time. The gender gap in AYS gets smaller especially after 2008. This seems to be due to the extension of high-school education from three to four years in the 2005–2006 school year. This change would benefit girls more than boys as girls are more likely to leave school when it is not compulsory. Indeed, Yanık-İlhan (2012) shows that the increase in compulsory education benefits girls more than boys in Turkey.

Contrary to the case of AYS, education Gini coefficient is higher for women than it is for men during the entire period of 1988–2020 (Figure 4). This is valid for education inequality measured by standard deviation in years of schooling as well (Figure 5). Thus, educational inequality among women is higher than it is among men. Education Gini coefficient decreases from 0.23 to 0.19 for men while it decreases from 0.31 to 0.22 for women. The gender gap in education Gini decreases until 2006, then increases especially by 2012, and stays stable afterwards.

We next divide the age group 15-29 into three sub-groups, namely 15-19, 20-24 and 25-29, to see if there is any difference between younger and older cohorts in the youth population. We find the highest AYS for the 20-24 age group, the lowest education Gini coefficient and the lowest standard deviation in years of schooling for the 15-19 age group (see the figures in the Appendix). This is valid for all the studied years. For the 20-24 age group, the AYS of men increases from 6.7 years in 1988 to 11 years in 2020 while the same figure increases from 5.4 to 11.4 years for women. For this age group, the increase in AYS for women is higher than it is for men. In addition to that, education Gini coefficient decreases, and standard deviation increases for women in the 20-24 age group. This means that deviation from the mean is increasing while dispersion is decreasing.

To sum up, for all young individuals, there is an increase in educational attainment measured by the AYS and a decrease in education inequality measured by the education Gini coefficient. However, standard deviation is increasing until 2006 then decreasing for the age groups 15-19 and 20-24. For the age group 25-29, the trend is nearly flat until 2004, then it shows an increasing trend until 2012 followed by a decreasing trend.

Although having an increase in AYS for the young individuals who are at their transitions from school to work is crucial for economic development, having within-group inequalities in education will lead to inequalities in labour market outcomes. These inequalities will additionally lead to unequal opportunities for these young individuals.

Across the globe, including in Turkey, the Covid-19 pandemic led to a shift in the mode of delivery in education from face to face to distance education. This has further exacerbated the inequalities in access to education due to unequal and limited access to information technologies such as the internet and electronic devices. Therefore, in the next section, we present a review of the trends in the use of information technologies among young individuals in Turkey. This is important since inequalities in the use of information technologies lead to inequalities in education outcomes.

5. INEQUALITIES IN DISTANCE EDUCATION DURING THE COVID-19 PANDEMIC

Following the emergence of the Covid-19 pandemic in March 2020, distance learning has come on the scene around the world. This has led to an increase in the use of information technologies among children (6-14 ages) and young individuals (15-24 ages) for both communication and distance learning purposes. Note that distance education is seen as an alternative path for learning especially for higher education and for individuals who were not able to get education during their childhood in the normal times. During the Covid-19 pandemic, it has become the main mode of delivery, as a substitute for face-to-face education, for all school children and young individuals attending a university. This also required a process of adaptation to the new situation for both students and teachers and professors.

The Ministry of National Education opened the Education Information Network (EIN or known as EBA in Turkish) to facilitate this process. Between 23 March-19 June 2020, there were 3.1 billion clicks. EIN has

become the 10th most visited website in Turkey. In addition to that, EIN has also become the 3rd most used education website worldwide (Milli Eğitim Bakanlığı, 2020). The number of students who actively use EBA during distance education has reached approximately 7.4 million. EIN reached 23.8 billion clicks between March 2020 and June 2021 according to Ministry of National Education. More than 14.1 million students actively used EIN for educational purposes.

We next look at the prevalence of use of information technologies and gender inequalities in it to better understand how equal it is to access distance education in Turkey. Young individuals tend to use information technologies to a greater extent than older generations worldwide including in Turkey. According to the Household Information Technologies Usage Survey (HITUS) in Turkey, young individuals used information technologies more than other age groups during the 2004-2012 period.

We also look at gender differences in usage of the internet among those in the 16-24 age group for the 2004-2021 period (Figure 6). Young women's internet usage rate is lower than that of young men in Turkey. The share of those that use the internet in the 16-24 age group increased from 15.9% in 2004 to 94.1% in 2021 for young women. The same rate increased from 38.3% in 2004 to 97.2% in 2021 for young men. Hence, the gender gap in internet usage closed over time for the young population in Turkey. One can say that youth in education did not face severe inequality in their access to distance learning tools, however, in order to be sure about it, more detailed analysis should be done. For example, if there are more than one young individual who are in education in a household, then there might be issues due to slow connectivity. In addition, this internet usage may be through smart phones and not by computers since having cellular phones are more common as computers are more expensive than cell phones. Note that, accessing distance education via smart phones is not as efficient as it is via computers.

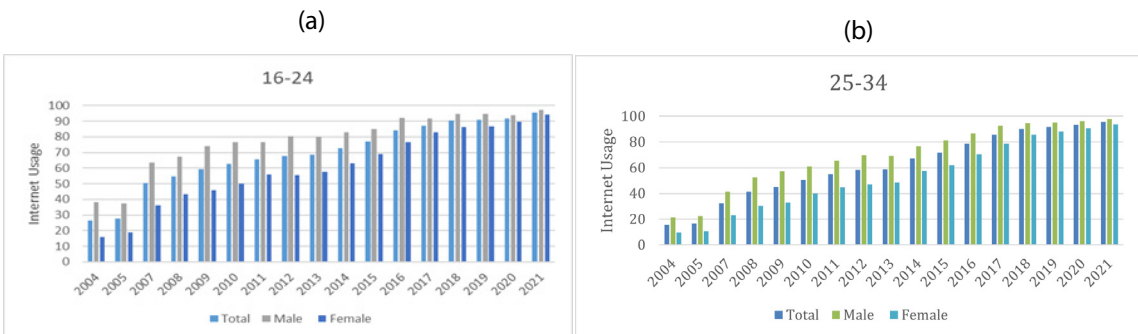


Figure 6. Internet Usage by Age Groups
Source: Authors' calculations based on TURKSTAT HITUS survey.

Besides access to the internet, it is also necessary to have an information technology equipment such as a laptop computer or a tablet to access distance learning. Figure 7 presents the share of households that own a given information technology equipment in Turkey. The share of households having a smart phone has been increasing over the investigated years, reaching 99.3% in 2021. The share of households with a desktop computer increases until 2011, then it starts to decrease. On the contrary, the share of households with a laptop computer has increased over time. This shows that laptop computers have replaced desktop computers over time (Güler et al., 2017). Overall, this figure shows that smart phone ownership is widespread in Turkey while there are significant inequalities in access to computers in Turkey. This also leads to inequalities in accessing distance learning since desktops and laptops are more efficient tools for distance learning than smartphones.

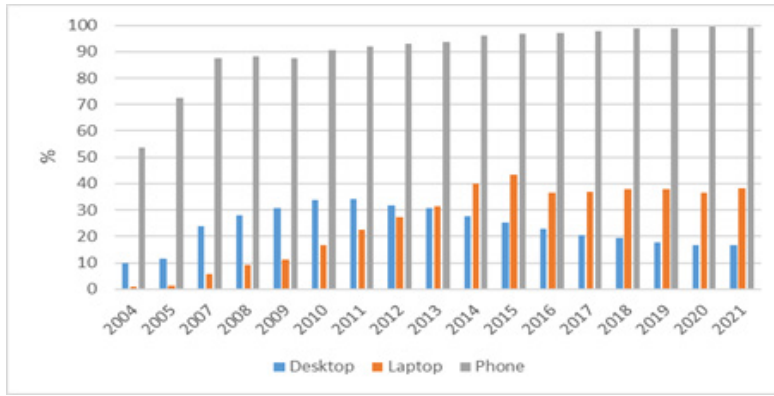


Figure 7. The Ownership Ratio of Information Technologies in Households, 2004-2021

Source: Authors' calculations based on TURKSTAT HITUS database.

These figures above show that despite widespread access to the internet in the youth population, ownership of computers is less equal and might have contributed to increased education inequality during the Covid-19 pandemic. There are also regional inequalities in internet access and usage in Turkey. Tables 1 and 2 present internet access and internet usage ratios at the NUTS-1 level. In 2021, Istanbul followed by West Anatolian, Southeast Anatolian, and East Marmara regions had the highest ratios of internet access (97%, 94%, 94% respectively). The West Black Sea region had the lowest ratio in internet access (85%) closely followed by the East Black Sea region (88%). As it is seen from the tables, there are not big differences in internet access across different regions. Standard deviation of internet access by region decreases from 12 to 4. However, the variation of internet usage is higher than the variation in internet access. For the case of internet usage, standard deviation is 9 at the beginning while it increases to 11 and then decreases to 6 in 2021. Internet usage is more crucial than internet access in terms of using the internet for education purposes.

years	Turkey	TR1 Ist	TR2 West-Marmara	TR3 Eagen	TR4 East Marmara	TR5 West Anatolian	TR6 Mediterrenian	TR7 Middle Anatolian	TR8 West Blacksea	TR9 East Blacksea	TRA Northeast Anatolia	TRB Middle East Anatolia	TRC Southeastern Anatolia	standard deviation	mean
2011	43	57	43	39	57	48	36	49	33	40	22	25	21	12	39
2012	47	61	50	46	61	57	40	41	39	33	42	36	22	12	44
2013	49	63	59	47	57	52	44	47	40	35	45	38	27	10	46
2014	60	75	64	57	62	59	58	55	44	63	48	44	53	9	57
2015	70	81	67	65	72	74	70	64	56	61	52	66	66	8	66
2016	76	89	70	69	77	80	78	72	69	69	72	71	70	6	74
2017	81	91	71	78	80	84	82	77	77	77	73	77	72	6	78
2018	84	90	75	81	84	84	87	83	78	81	78	83	81	4	82
2019	88	96	80	86	89	92	89	89	80	84	88	89	81	5	87
2020	91	96	86	91	92	93	91	87	81	87	87	90	87	4	89
2021	92	97	86	90	94	94	91	90	85	88	87	90	94	4	90
Standard deviation	18	15	14	19	14	17	21	18	20	21	22	25	27		
Mean	71	81	68	68	75	74	70	69	62	65	63	64	61		

Table 1. Internet Access by Region, 2004-2011
Source: Authors' calculations based on TURKSTAT HITUS database.

Years	Turkey	TR1 Ist	TR2 West-Marmara	TR3 Eagen	TR4 East Marmara	TR5 West Anatolian	TR6 Mediterrenian	TR7 Middle Anatolian	TR8 West Blacksea	East Blacksea	TRA Northeast Anatolia	TRB Middle East Anatolia	TRC Southeastern Anatolia	standard deviation	mean
2011	45	56	44	46	52	51	42	42	37	43	35	32	27	9	42
2012	47	61	44	50	56	57	43	42	39	33	32	34	29	11	43
2013	49	61	52	50	55	58	44	46	40	40	33	31	35	10	46
2014	54	64	53	55	58	59	53	51	46	52	40	38	39	8	51
2015	56	67	59	57	59	62	53	51	50	52	40	40	43	9	53
2016	61	72	59	59	65	68	62	59	55	53	49	45	48	8	58
2017	67	79	64	66	68	76	68	65	61	61	49	53	49	9	63
2018	73	84	70	73	77	80	72	69	66	68	52	60	58	9	69
2019	75	87	72	76	78	83	75	77	70	67	61	63	58	9	72
2020	79	89	78	80	83	85	78	77	70	73	68	68	64	8	76
2021	83	91	78	81	85	88	81	80	76	80	68	75	77	6	80
standard deviation	13	12	12	13	12	13	15	14	14	14	13	16	15		
mean	63	74	61	63	67	70	61	60	55	56	48	49	48		

Table 2. Internet Usage by Region, 2011-2021
Source: Authors' calculations based on TURKSTAT HITUS database.

5. CONCLUSIONS

Education inequality is a crucial issue due to its implications for economic development and its interaction with other forms of inequalities: gender, income, regional and labour market. Educational attainment and low education inequality are critical for the youth population especially for their smooth transition from school to work. We examine the changes in both educational attainment and education inequality for the youth population (15-29 age group) in Turkey using the Household Labour Force Survey data for the period of 1988-2020. We calculate the average years of schooling (AYS) to measure educational attainment, and standard deviation and education Gini coefficient to measure education inequality. We also examine the implications of the Covid-19 pandemic for education inequality. Specifically, we look at indicators on information technologies usage since inequalities in using information technologies affect one's ability to access distance education. Therefore, inequalities in using information technologies have an indirect effect on education inequalities in a society.

Major findings of the study are as follows. Educational attainment measured by the AYS increases and education inequality measured by the education Gini coefficient decreases over time among the youth

in Turkey. There are some disparities by different age groups and gender. Educational attainment is higher among young men and education inequality is higher among young women in Turkey for the entire period. The gender gap in AYS gets smaller especially after 2008; the gender gap in education Gini decreases until 2006, increases between 2006-2012, and stays stable afterwards. It seems to be the fact that the increase in compulsory education has benefited young women more than young men contributing to the narrowing of the gender gap in education.

There are implications of these findings for school to work transition. Expansion of educational attainment implies that transition from school to work will be at older ages in Turkey. Decreases in education inequality is expected to lead to a fall in inequalities in the labour market outcomes including in transition from school to work. Therefore, one can expect that transition from school to work will be smoother in Turkey over time. It should also be noted that many other factors affect transition from school to work, including quality of education, macroeconomic fluctuations, and opportunities in the labour market.

A closer look at data on information technologies revealed that the youth use information technologies to a great extent than older generations as expected. Young individuals have very high rates of internet usage and the gender gap in it closed over time; smartphone ownership is also widespread in Turkey. However, there are inequalities in accessing more efficient tools of distance learning such as desktop and laptops computers. There are also regional inequalities in the use of information technologies adding an extra dimension to be considered by policymakers.

Overall, the findings of this study show that expansion of compulsory education have contributed to an increase in educational attainment as expected, and a fall in within group education inequality for both young women and young men in Turkey over time. These have implications for the youth's school to work transition with delayed employment, and more equal opportunities in the labour market following the decline in education inequality. Our findings could guide policy makers while formulating solutions about the education system in relation to changes in compulsory education duration and means of education delivery.

REFERENCES

Berik, G., Rodgers, Y. V. D. M., & Seguino, S. (2009). Feminist economics of inequality, development, and growth. *Feminist economics*, 15(3), 1-33.

Blumberg, R. L. (2004). Extending Lenski's Schema to Hold up Both Halves of the Sky—A Theory-Guided Way of Conceptualizing Agrarian Societies that Illuminates a Puzzle about Gender Stratification. *Sociological theory*, 22(2), 278-291.

Boschini, A. D. (2003). *The impact of gender stereotypes on economic growth*. Stockholm: Department of Economics, Stockholm University.

Bowles, S., and Gintis, H. (2002). The inheritance of inequality. *Journal of economic Perspectives*, 16(3), 3-30.

Dollar, D., & Gatti, R. (1999). *Gender inequality, income, and growth: are good times good for women?* (Vol. 1). Washington, DC: Development Research Group, The World Bank.

Duman, A. (2008). Education and income inequality in Turkey: does schooling matter?. *Financial Theory and Practice*, 32(3): 369-385.

European Training Foundation (ETF). (2020). *Unlocking Youth Potential in South Eastern Europe and Turkey: Skills development for labour market and social inclusion*, European Training Foundation.

Eurostat (2018). *Statistics explained: Business demography statistics*, European Commission.

Ferreira F.H.G. and Gignoux, J. (2010). *Inequality of Opportunity for Education: The case of Turkey*, State Planning Organization of the Republic of Turkey and World Bank Welfare and Social Policy Analytical Work Program Working Paper Number 4.

France, A. (2017). Youth, social change and inequality, *Journal of International and Comparative Social Policy*, 33(1): 87-94.

Gökşen, F., Filiztekin, A., Smith, M., Çelik, C., Öker, I. and Kuz, S. (2016). Vulnerable youth & gender mainstreaming. *STYLE Working Paper No. WP4.3*, CROME, University of Brighton, Brighton.

International Labour Organization (ILO). (2020). *Global Employment Trends for Youth 2020: Technology and the future of jobs*, Geneva: ILO.

Milli Eğitim Bakanlığı. (2020). Sayılarla Uzaktan Eğitim, 23 Mart- 19 Haziran 2020, Erişim tarihi: 19.03.2022.

Rodriguez-Modroño, P. (2019). Youth unemployment, NEETs and structural inequality in Spain, *International Journal of Manpower*, 40(3): 433-448.

Shimeles, A. (2016). Can higher education reduce inequality in developing countries? Expanding higher education might solve rising youth unemployment and widening inequality in Africa, *IZA World of Labor*, 273: 1-9.

Tomul, E. (2011). Educational Inequality in Turkey: An Evaluation by Gini Index. *Education and Science*, 36(160), 133-143.

Yanık-İlhan, B. (2012). *Youth in the Labor Market and the Transition from School to Work in Turkey*. Ph.D. Dissertation Middle East Technical University, 2012.

Yanık-İlhan, B ve Aydınler-Avşar, N. (2013). Education Inequality among Working-Age Population in Turkey: A Cohort Analysis, *Emerging Patterns of Work and Turkish Labour Market Challenges under Globalization* içinde (Eds. Blanpain R., Dereli T., Soykut-Sarıca P., Şen-Taşbaşı, A.) (pp. 75-100) Amsterdam: Wolters Kluwer Law and Business Publishers.

Yanık-İlhan, B ve Aydınler-Avşar, N. (2021). Türkiye’de Eğitim Eşitsizliği: Toplumsal Cinsiyet Perspektifinden Yaş Kuşakları Analizi, Farklı Perspektiflerden Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları içinde (Ed. Prof. Dr. Burcu Yavuz Tiftikçigil) (pp. 153-171) İstanbul: Nobel Yayınevi.

APPENDIX

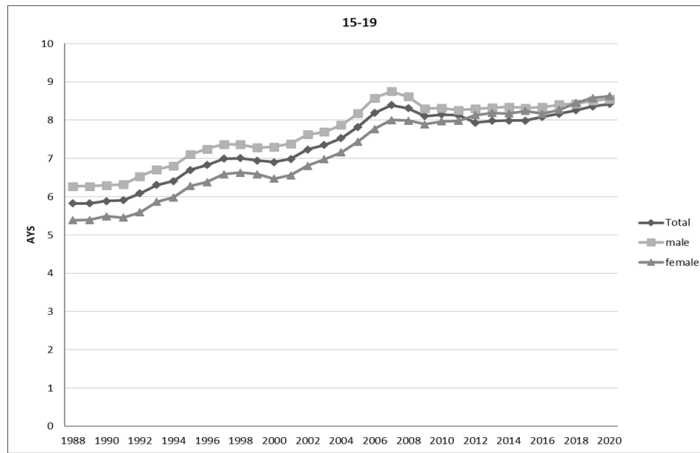


Figure A.1. Average Years of Schooling by Gender, 15-19

Source: Authors’ calculations based on TURKSTAT HLFS database.

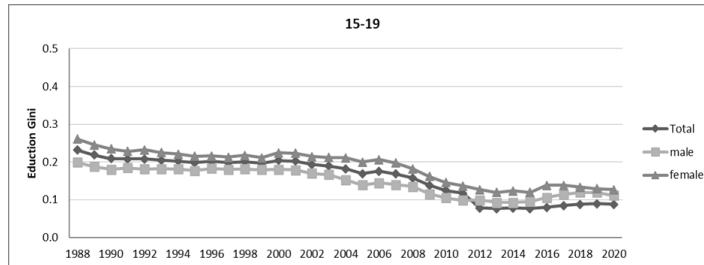


Figure A.2. Education Gini by Gender, 15-19

Source: Authors’ calculations based on TURKSTAT HLFS database.

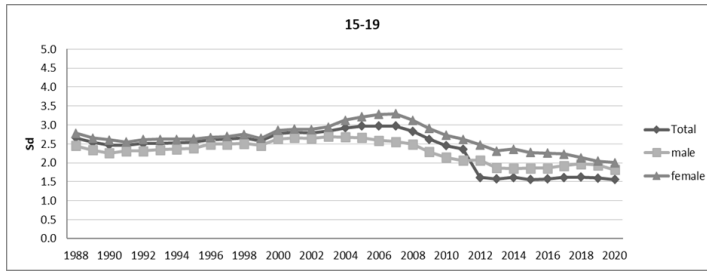


Figure A.3. Standard Deviation by Gender, 15-19
Source: Authors' calculations based on TURKSTAT HLFS database.

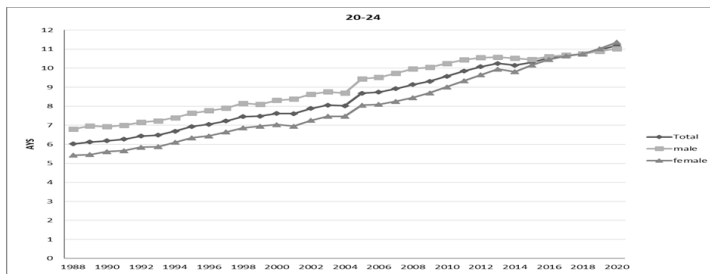


Figure A.4. Average Years of Schooling by Gender, 20-24
Source: Authors' calculations based on TURKSTAT HLFS database.

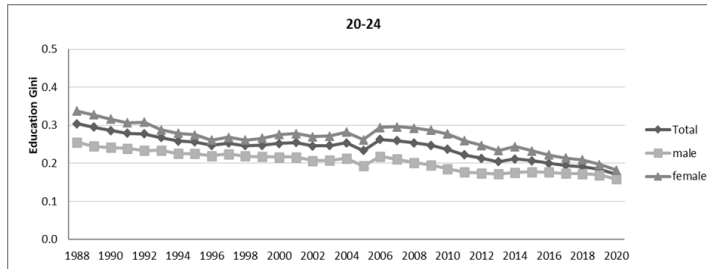


Figure A.5. Education Gini by Gender, 20-24
Source: Authors' calculations based on TURKSTAT HLFS database.

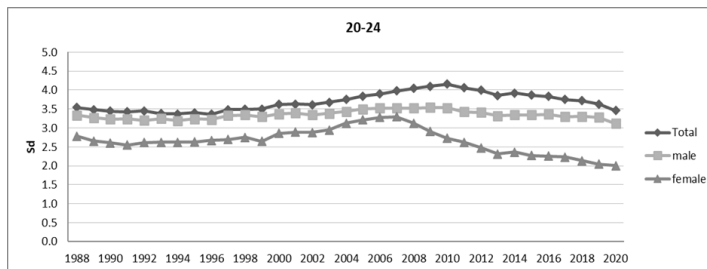


Figure A.6. Standard Deviation by Gender, 20-24
Source: Authors' calculations based on TURKSTAT HLFS database.

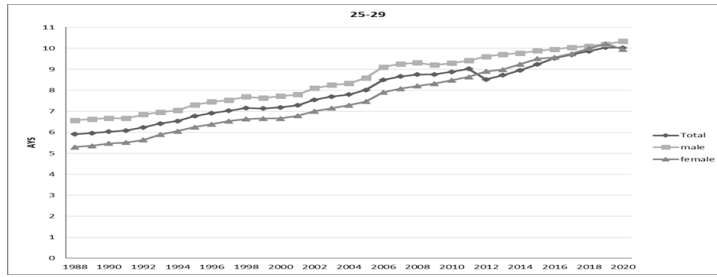


Figure A.7. Average Years of Schooling by Gender, 25-29
Source: Authors' calculations based on TURKSTAT HLFS database.

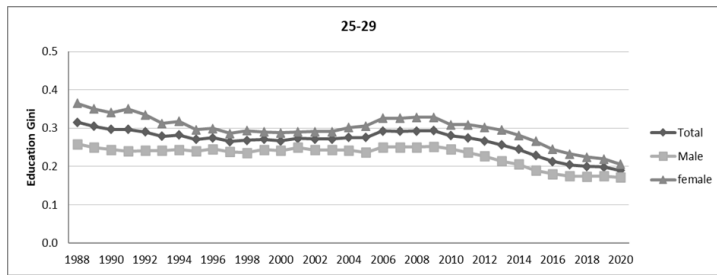


Figure A.8. Education Gini by Gender, 25-29
Source: Authors' calculations based on TURKSTAT HLFS database.

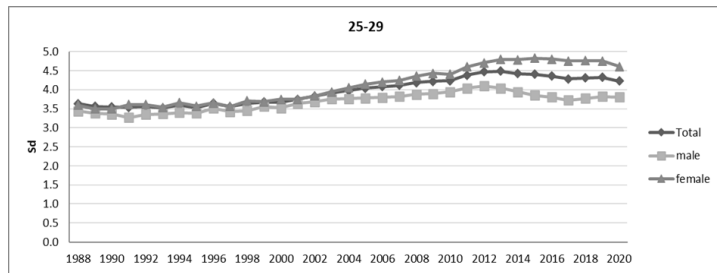


Figure A.9. Standard Deviation by Gender, 25-29
Source: Authors' calculations based on TURKSTAT HLFS database.

ARAŞTIRMA MAKALESİ / RESEARCH ARTICLE

COVID DÖNEMİNDE FİNANSAL VARLIKLAR ARASINDAKİ NEDENSELLİK FARKLILAŞMASI

Dr. Öğr. Üyesi Hidayet GÜNEŞ¹¹Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, İİBF, Finans ve Bankacılık Bölümü, Burdur
hgunes@mehmetakif.edu.tr ORCID ID: 9862-9826-0002-0000

GELİŞ TARİHİ/RECEIVED DATE: 25.04.2022 KABUL TARİHİ/ACCEPTED DATE: 31.05.2022

Güneş, H. (2022). Covid Döneminde Finansal Varlıklar Arasındaki Nedensellik Farklılaşması.
Aurum Sosyal Bilimler Dergisi, 7(1), 49-64.

Öz

Covid pandemisi her alanda olduğu gibi ekonomik düzende de eski düzenden farklılıkları içerisinde barındırmaktadır. Bundan dolayı yatırımcılar, finansal varlık seçiminde daha dikkatli ve seçici davranmak durumundadırlar. Yeni koşullara uyum sağlayan yatırımcıların getirilerini artırabilme uyum sağlayamayanların ise zorluklarla karşılaşabileceği bir dönem içerisinde bulunmaktadır. Bu yüzden çalışma, Türkiye'deki çeşitli finansal varlıklar arasındaki nedensellik ilişkisinin Covid döneminde farklılaşma farklılaşmadığını belirleyebilmek için yapılmıştır. 29 Ocak 2018-10 Mart 2020 tarihleri arası Covid öncesi, 11 Mart 2020-22 Nisan 2022 tarihleri arası Covid dönemi olarak belirlenmiştir. Değişkenler arasındaki nedensellik ilişkisi Toda-Yamamoto testi ile araştırılmıştır. Covid öncesi dönemde gösterge faiz oranının diğer tüm değişkenlerin nedeni olarak belirlenirken Covid döneminde bu durumun ortadan kalktığı tespit edilmiştir. Covid döneminde CDS primi ve Euro/TL kuru değişkenlerinin gösterge faiz oranının nedeni olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca Covid döneminde döviz kurlarının çift yönlü nedensellik ilişkisi içerisine girdikleri belirlenmiştir. Son olarak Dolar/TL kurundan CDS primine doğru tek yönlü nedensellik ilişkisinin hem Covid öncesi hem de Covid dönemlerinde aynı kaldığı tespit edilmiştir. Türkiye'deki finansal piyasa ve varlıklar arasındaki nedensellik ilişkisi üzerinde Covid pandemisinin etkisinin olduğu sonucu ortaya çıkmaktadır. Bundan dolayı piyasa oyuncularının fonlarını yönetirken, ortaya çıkan yeni durumları göz önünde bulundurarak yatırımlarını gerçekleştirmeleri kendi fon getirileri açısından önem arz etmektedir.

Anahtar Kelimeler: Covid-19, Toda-Yamamoto Nedensellik Testi, Finansal Varlık

CAUSALITY DIFFERENTIATION BETWEEN FINANCIAL ASSETS DURING COVID ERA

Abstract

COVID pandemic brings about a change in economic order as it causes many alterations in different

areas. Therefore, investors have to act more guardedly and selective in their financial asset choices. Post-pandemic era provides potential of increasing returns for investors who can orientate themselves to new conditions while it poses the risk of facing new difficulties for investors who cannot correspond to changes appropriately. In this context, this paper aims to question whether causality relationship between different financial assets changed in COVID-pandemic period or not. In the paper, between the dates of 29th January 2018 and 10th March 2020 are assumed as pre-COVID period and between the dates of 11th March 2020 and 22nd April 2022 are assumed as COVID period. Causality relationship between variables is determined by conducting Toda-Yamamoto test. In pre-COVID period, interest rate of benchmark is determined as cause of all other variables, while in COVID period this relationship cannot be observed. In COVID period, CDS premium and Euro/Turkish Lira exchange rate are identified as cause of interest rate of benchmark. Additionally, bidirectional causality relationship between currency rates is observed in COVID period. Lastly, unidirectional causality relationship from USD/Turkish Lira exchange rate to CDS premium exists in both pre-COVID and COVID period. Results showed that the causality relationship between financial assets and financial markets in Turkey is affected by COVID-pandemic. Therefore, market actors have to take post-COVID conditions into consideration in their portfolio management decisions.

Keywords: Covid-19, Toda-Yamamoto Causality Test, Financial Asset

1. GİRİŞ

Covid-19 pandemisi tüm dünyayı her anlamda etkileyerek küresel sorunların ortaya çıkmasına sebebiyet vermiştir. 2019 yılı Aralık ayında Çin'de ortaya çıktıktan sonra Mart 2020 tarihinde Dünya Sağlık Örgütü tarafından pandemi olarak ilan edilmesinin ardından tüm ülkeler vatandaşlarını ve ekonomik düzenlerini en az hasarla bu durumdan kurtarabilmek için çeşitli önlemler aldılar. Bu önlemler sayesinde ülkeler daha fazla ekonomik problem yerine daha az ekonomik problem ile karşı karşıya kalmış olabilirler. Pandemi sürecinin ülke ekonomileri üzerindeki etkisini ilk başlarda öngörebilmek neredeyse imkânsızdı. Elde yeteri kadar veri olmadığından dolayı, devletler tarafından alınan her bir ekonomik önlemin normal yaşama, finansal piyasa ve kurumlara birçok etkisinin olması beklenen bir durumdu. Covid süreci devam ettikçe ülkeler gelen veriler doğrultusunda yeni ekonomik önlemler alarak vatandaşlarını koruma yollarını denediler. Yatırımcılar da ellerindeki fonları bu dönemde koruyabilmek veya en az zararla sürdürebilmek için farklı finansal varlıklar içerisinde bir fon portföyü oluşturarak rasyonel davranmaya çalışmışlardır. Her ne kadar yatırımcılar fonlarını çeşitlendirseler de yaşanan durumun olağanüstü özellik sergilemesi sonucunda piyasada bir belirsizlik hali egemen olduğu için pek çok yatırımcı yatırımını ya sonlandırdı ya da nakitte beklemeye karar verdi. Bunların sonucunda piyasalarda bazı zamanlar yaşanan panik hali - özellikle pandeminin ilk başlarında korku endeksi olarak bilinen VIX endeksinde yaşanan aşırı oynaklık- piyasadaki oyuncular arasında yaygın olarak yaşanmaya başladı. Ardından piyasalar belirsizliği yavaş yavaş atmaya başladıktan sonra yatırımcılar tekrardan piyasalara dönmeye ve işlem yapmaya başladılar. Ancak onların da tahmin edemediği gibi artık Covid öncesi dönemdeki durumlar geçerli olmayacaktı. Bu yüzden yatırımcılar, finansal varlık seçiminde daha titiz, daha dikkatli ve seçici davranmak durumunda kalmışlardır. Bu şekilde davranmayan yatırımcılar ya pozisyonlarını zararla kapatmış ya da paraya ihtiyacı yoksa zamanı geldiğinde tekrar kara geçeceğini düşünerek yatırımında

herhangi bir değişikliğe gitmemiştir. Bu davranışların piyasa katılımcıları açısından normal olarak kabul edilmesi böyle dönemlerde kabul görmektedir. Bu yüzden yatırımcılar, ellerindeki fonları yatıracakları finansal varlıkları artık eskisinden de daha fazla vakit ayırarak incelemektedir.

Covid döneminde yukarıda da bahsedilen sebeplerden dolayı yatırımcı tercihlerinde yaşanan değişiklikler doğrultusunda finansal piyasalardaki değişkenler arasında nasıl değişikliklerin meydana geldiğini bilmek, tasarruflarını daha iyi yönetebilme ve getiri seviyesini artırma imkânını yatırımcılara sunmaktadır. Bu yüzden çalışma Türkiye özelinde finansal piyasalarda Covid öncesi ile Covid dönemi arasındaki nedensellik ilişkisinde yaşanan farklılaşmayı ortaya koyabilmek amacıyla yapılmıştır. Veri setinde Covid dönemi başlangıcı olarak Türkiye’de ilk pozitif vakanın görüldüğü gün olan 11 Mart 2020 tarihi belirlenmiştir. Dönemler arasında yaklaşık olarak eşit dönem aralığına ulaşılabilmesi açısından veri bitiş tarihi ile Covid başlangıç tarihi arasındaki ay dikkate alınarak çalışmanın veri seti 29 Ocak 2018 ile 22 Nisan 2022 tarihleri arasında kapsamaktadır. Çalışmada CDS primi, Borsa İstanbul 100 (BIST100) endeksi, Borsa İstanbul 30 (BIST30) endeksi, 2 Yıllık devlet tahvili faiz oranı (gösterge faiz oranı), Dolar/TL ve Euro/TL kurları arasındaki nedensellik ilişkisinde yaşanan farklılıklar belirlenmiştir. Yaklaşık olarak 13,5 ay olarak dikkate alınan dönemler üzerinden çalışmanın gerçekleştirilmesi, finansal piyasalar açısından uzun bir dönem olduğu düşünöldüğü için pek çok açıdan piyasa katılımcılarına katkı sağlayabilecektir.

Nedensellik analizi Toda-Yamamoto testi ile gerçekleştirilmiş ve sonuç olarak Covid öncesi dönem ile Covid dönemindeki nedensellik ilişkileri arasında farklılıkların olduğu belirlenmiştir. Sadece Dolar/TL kurundan CDS primine doğru tek yönlü nedensellik ilişkisinin her iki dönemde de olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Çalışma giriş bölümünü takiben konu ile alakalı literatür, çalışmanın veri seti ve yöntemi, bulgular ve sonuç kısımlarından meydana gelmektedir.

2. LİTERATÜR

Çalışma, Covid öncesi ve Covid döneminde değişkenler arasındaki nedensellik farklılıklarını belirleyebilmek amacıyla yapıldığı için uygulama ile alakalı literatüre yer verilmiştir. Covid döneminde pozitif vaka sayısı üzerinden çoğu çalışmanın yapılması, konu ile direkt olarak alakalı olmadığı için bu tür yapılan çalışmalara değinilmemiştir.

Altınbaş vd. (2015), Türkiye’deki çeşitli makroekonomik değişkenler ile BIST100 endeksi arasındaki ilişkiyi Ocak 2003-Temmuz 2012 tarihleri arasındaki aylık değerleri kullanarak araştırdıkları çalışmada, Dolar/TL kuru ve sanayi üretim endeksinin BIST100 endeksini etkilediğini; BIST100 endeksinin ise Brent petrol değişkenini etkilediği sonuçlarına ulaşmıştır.

Başarır ve Keten (2016), Türkiye’nin de içerisinde yer aldığı gelişmekte olan 12 ülkenin CDS primleri ile hisse senedi endeksleri ve döviz kurları arasındaki kısa ve uzun dönemli ilişkiyi Ocak 2010 ile Ocak

2016 tarihleri arasındaki aylık değerlerini kullanarak Granger nedensellik ve Johansen eşbütünleşme yöntemleri yardımıyla araştırdıkları çalışmada, tüm ülkelerde CDS primleri ile borsa endeksleri arasında çift yönlü nedensellik ilişkisinin olduğunu belirlemişlerdir. CDS ile döviz kurları arasında ise herhangi bir ilişkiye rastlamamışlardır.

Akkaya (2017), Türkiye’de CDS ile birçok farklı değişken arasındaki ilişkiyi Ocak 2008 ile Mart 2016 tarihleri arasındaki aylık verileri kullanarak araştırdığı çalışmasında, BIST100 getiri endeksinden CDS primlerine doğru tek yönlü Granger nedensellik ilişkisinin olduğunu belirlemiştir.

Sadeghzadeh (2019), ABD, Fransa, İngiltere, Japonya, Çin, Kore ve Türkiye ülkelerinin CDS primleri ile borsa endeksleri arasındaki ilişkiyi Aralık 2007-Nisan 2018 tarihleri arasındaki aylık verileri kullanarak araştırdığı çalışmasında, CDS primleri ile borsa endeksleri arasında karşılıklı nedensellik ilişkisinin varlığını tespit etmiştir. Ayrıca değişkenler arasında eş bütünleşme ilişkisinin olduğunu da ortaya koymuştur.

Alıcı (2020), Türkiye’de Dolar/TL, devlet tahvil faiz oranı, BIST100 ve BIST Ulaştırma endeksleri arasındaki nedensellik ilişkisini 4 Temmuz 2006 - 31 Aralık 2019 tarihleri arasındaki günlük değerlerini kullanarak araştırdığı çalışmada, Toda-Yamamoto testi Dolar/TL kurundan BIST100 ve BIST Ulaştırma endekslerine doğru tek yönlü nedensellik ilişkisinin olduğu sonucunu göstermiştir. Hatemi-J nedensellik testi sonuçlarına göre de, Dolar/TL kurundaki pozitif ve negatif şoklardan BIST100’deki pozitif ve negatif şoklara doğru çift yönlü ilişkinin olduğunu belirlemiştir. Ayrıca tahvil faiz oranında yaşanan pozitif şoklardan BIST100 endeksinde yaşanan pozitif şoklara doğru da çift yönlü nedensellik olduğunu ortaya koymuştur.

Altuntaş ve Ersoy (2020), Türkiye’nin CDS primi ile BIST30 ve BIST Bankacılık endeksleri arasındaki nedensellik ilişkisini Ocak 2009 ile Ekim 2020 tarihleri arasındaki haftalık verileri kullanarak araştırdığı çalışmada, BIST30 endeksinden CDS primine doğru tek yönlü; BIST Bankacılık ile CDS primi arasında da çift yönlü nedensellik ilişkisi olduğunu belirlemişlerdir.

Atmışdörtöğlü (2020), Çin, Rusya ve Türkiye için CDS primleri ile borsa endeksleri, 2 yıllık devlet tahvili faiz oranı, Dolar kuru arasındaki ilişkiyi 8 Nisan 2010 ile 15 Mart 2019 tarihleri arasındaki günlük değerlerini kullanarak araştırdığı çalışmada, değişkenler arasında en büyük etkiye borsa endeksinin sahip olduğunu, döviz kuru ve faiz oranının ise anlamlı olmakla birlikte etkisinin küçük olduğunu belirlemiştir.

Demirkale ve Ebghaei (2020), Türkiye için Ocak 2005 ile Haziran 2020 tarihleri arasındaki aylık değerleri kullanarak BIST100, BIST Sanayi, BIST Kimya, Petrol ve Plastik, Dolar/TL, faiz ve ham petrol değişkenleri arasındaki ilişkiyi araştırdıkları çalışmada, BIST100 endeksinden ham petrol, faiz oranı, BIST Sanayi ve BIST Kim, Petrol ve Plastik endeksine doğru tek yönlü nedensellik ilişkisine ulaşmışlardır. Ayrıca BIST Kim, Petrol ve Plastik endeksi ile Dolar/TL ve faiz değişkeni arasında da nedensellik ilişkisi olduğunu belirlemişlerdir.

Noorie vd. (2020), Türkiye'nin CDS, enflasyon oranı ve faiz oranı ile BIST30 endeks getirisi arasındaki ilişkiyi Haziran 2010-Şubat 2020 tarihleri arasındaki aylık değerleri kullanarak araştırdıkları çalışmada, değişkenler arasında Granger nedensellik ilişkisinin bulunmadığını tespit etmişlerdir. CDS primlerinde yaşanan şokları 2,5 ay boyunca BIST30 getirileri ile olumsuz yanıt verdiğini ortaya koymuşlardır. Son olarak faiz oranında yaşanan bir şokla son 3 dönemde BIST30 endeks getirisinin olumlu tepki verdiği sonucuna ulaşmışlardır.

Akgüneş (2021), Türkiye'nin CDS, BIST Ulusal Tüm endeksi, BIST Banka endeksi, devlet tahvilleri ve döviz kurları arasındaki ilişkiyi 29 Nisan 2018 ile 22 Kasım 2020 tarihleri arasındaki haftalık verileri kullanarak araştırdığı çalışmada, BIST Ulusal Tüm endeksinin tahvil ve kur değişkenlerinin; BIST Banka endeksinin CDS, BIST Ulusal Tüm endeksi ve tahvil değişkenlerinin ve kur değişkeninin BIST Ulusal Tüm endeksinin Granger nedeni olduğu sonuçlarına ulaşmıştır.

Bayhan vd. (2021), Türkiye'nin CDS primleri ile Dolar/TL kuru arasındaki ilişkiyi 11 Mart 2020 ile 14 Nisan 2021 tarihleri arasındaki günlük değerleri kullanarak araştırdıkları çalışmada, Dolar/TL kurundan CDS primine doğru uzun dönemde nedensellik ilişkisi olduğu, CDS priminden Dolar/TL kuruna doğru ise herhangi bir nedensellik ilişkisine rastlamamışlardır.

Demir ve Dinç (2021), Türkiye için döviz kuru, CDS ve BIST100 arasındaki ilişkiyi 2 Ocak 2015-31 Aralık 2020 tarihleri arasındaki günlük değerleri kullanarak araştırdıkları çalışmada, CDS ve BIST100 endeksinin döviz kurunu etkilediği sonucuna ulaşmışlardır.

Özmerdivanlı (2021), 11 Mart 2020-31 Temmuz 2021 tarihleri arasındaki günlük değerleri kullanarak Türkiye için çeşitli finansal piyasalar arasındaki ilişkiyi araştırdığı çalışmasında, Euro ve faizden BIST100'e; Dolar ve Euro'dan Bitcoin'e, altın, Dolar ve Euro'dan faize, Dolar, Euro, faiz ve vakadan petrole, faizden VIX endeksine doğru tek yönlü, BIST100 ve Dolar arasında çift yönlü nedensellik ilişkisi olduğu sonucuna ulaşmıştır.

Şanlı vd. (2021), Türkiye için BIST100, repo faizi, döviz kuru ve altın fiyatları arasındaki ilişkiyi 4 Ocak 2000 ile 28 Haziran 2021 tarihleri arasındaki günlük değerleri kullanarak araştırdıkları çalışmada, BIST100 endeksi ile döviz kuru ve repo faizi arasında çift yönlü; BIST100 endeksinden altın fiyatlarına doğru tek yönlü bir nedensellik ilişkisi olduğunu belirlemişlerdir. Covid döneminde ise altın fiyatlarından BIST100 endeksine doğru ve BIST100 endeksinden repo faizine doğru tek yönlü nedensellik ilişkisine rastlamışlardır.

Vurur (2021), Covid öncesi (2 Ocak 2015-9 Mart 2020) ve Covid dönemi (10 Mart 2020-6 Kasım 2020) tarihleri arasındaki günlük değerleri kullanarak Türkiye'nin CDS ve BIST100 endeksi arasındaki ilişkiyi araştırdığı çalışmada, Covid öncesi ve tüm seride BIST100 endeksinden CDS primine doğru olduğunu ancak Covid döneminde CDS priminden BIST100 endeksine doğru nedensellik ilişkisinin varlığını ortaya koymuştur.

Çalışmada kullanılan gösterge faiz oranı, Borsa İstanbul 100 endeksi Borsa İstanbul 30 endeksi, CDS primi, Dolar/TL ve Euro/TL finansal varlıklar arasındaki nedensellik ilişkisini bir arada araştıran çalışmaya ilgili literatürde rastlanılmamış olması çalışmanın motivasyonlarından birini oluşturmaktadır. Ayrıca yaşanan Covid dönemi ile Covid öncesi dönemdeki durum farklılığı üzerine çalışmanın yoğunlaşması ve bu alanda literatür eksikliğinin olduğunun görülmesi de bir başka motivasyon kaynağıdır.

3. VERİ SETİ VE YÖNTEM

Çalışma, Covid öncesi ve Covid döneminde çeşitli finansal göstergeler arasında nedensellik açısından farklılıkların olup olmadığını tespit edebilmek amacıyla yapılmıştır. Bu kapsamda, 2 Yıllık Devlet tahvili faiz oranı (gösterge faiz oranı), Borsa İstanbul 100 (BIST100) ve Borsa İstanbul 30 (BIST30) endeksleri, CDS primi, Dolar/TL ve Euro/TL değişkenleri analiz edilmiştir. Yaklaşık aynı zamanlara tekabül ettiği için analiz 29 Ocak 2018-10 Mart 2020 arası Covid öncesi, 11 Mart 2020- 22 Nisan 2022 arası ise Covid dönemi olarak dikkate alınmıştır. 11 Mart 2020 Türkiye’de ilk pozitif vakanın görüldüğü tarih olduğu için Covid dönemi başlangıcı olarak alınmıştır. Değişkenlerin günlük doğal logaritmaları alınarak analizler gerçekleştirilmiştir. Veriler investing.com adresinden alınmış ve analizler EViews 10 programı ile yapılmıştır. Araştırmanın H0 hipotezi “Covid öncesi dönem ile Covid döneminde finansal varlıklar arasındaki nedensellik açısından anlamlı bir farklılık yoktur.” şeklindeyken, H1 hipotezi “Covid öncesi dönem ile Covid döneminde finansal varlıklar arasındaki nedensellik açısından anlamlı bir farklılık vardır.” biçimindedir. Toda-Yamamoto nedensellik testinde temel hipotez değişkenler arasında nedensellik olmadığını; alternatif hipotez ise değişkenler arasında nedensellik olduğunu belirtmektedir. Bu çalışma ise farklı dönemler bağlamında finansal varlıklar arasındaki nedensellik farklılaşmasına odaklandığından dolayı temel hipotez bu kapsamda belirlenmiştir.

Toda-Yamamoto (1995) nedensellik testi, Granger nedensellik testine göre bazı avantajlara sahiptir. Bu yüzden çoğu araştırmacı tarafından kullanılan modellerden olmuştur. Bu testin en önemli avantajlarından birisi değişkenler arasında nedensellik analizi gerçekleştirmeden önce eşbütünleşme varlığına bakılmasına gerek olmamasıdır. Bu yüzden eşbütünleşme sınavında karşılaşılabilecek hataların nedensellik sınamalarına taşınma tehlikesi olmamaktadır (Hacıhasanoğlu ve Soytaş, 2011: 84-85). Ayrıca analizde kullanılan değişkenlere ait seriler durağan özellik sergilemeseler ve farkları alınmış haliyle aynı derecede durağan hale gelmeseler dahi düzey değerlerini kullanarak analizlerin gerçekleştirilmesi sahte regresyon problemini ortadan kaldırmaktadır (Karaca, 2018: 96).

Toda-Yamamoto nedensellik testinin değişkenlere yapılabilmesi için VAR modeli tahmininin oluşturulması ve ardından model için uygun gecikme uzunluğunun (k) belirlenmesi gerekmektedir. Değişkenlere ait bütünleşme dereceleri tespit edildikten sonra en yüksek bütünleşme derecesi (dmax) uygun gecikme uzunluğuna (k) eklenerek VAR modeli parametre tahminleri tekrar yapılır. Elde edilen bu iki verinin doğru olarak belirlenmesi ortaya çıkabilecek veri kaybının önlenmesine ve modelin başarılı sonuçlar vermesine katkı sağlamaktadır. Uygun gecikme uzunluğunun tespitinde birçok bilgi kriteri (Akaike, Schwarz gibi) göz önünde bulundurularak karar verilir (Vurur ve Özen, 2020: 106).

$$Y_t = \alpha_0 \sum_{i=1}^k \alpha_{1i} Y_{t-i} + \sum_{j=k+1}^{k+d_{max}} \alpha_{2j} Y_{t-j} + \sum_{i=1}^k \phi_{1i} X_{t-i} + \sum_{j=k+1}^{k+d_{max}} \phi_{2j} X_{t-j} + \varepsilon_{1t} \quad (1)$$

$$X_t = \beta_0 \sum_{i=1}^k \beta_{1i} X_{t-i} + \sum_{j=k+1}^{k+d_{max}} \beta_{2j} X_{t-j} + \sum_{i=1}^k \delta_{1i} Y_{t-i} + \sum_{j=k+1}^{k+d_{max}} \delta_{2j} Y_{t-j} + \varepsilon_{2t} \quad (2)$$

Yukarıdaki denklem ile Toda-Yamamoto testi formüle edilmektedir. $\phi_{1i} = 0, \forall i$ hipotezi sınanmakta ve hipotez reddedilirse X'ten Y'ye doğru bir nedensellik ilişkisi olduğu; kabul edilirse X'ten Y'ye doğru bir nedensellik ilişkisi olmadığı ifade edilmektedir. $\delta_{1i} = 0, \forall i$ hipotezi ile de Y'den X'e doğru nedensellik ilişkisi sınanmakta ve reddedilirse nedensellik olduğu, kabul edilirse nedensellik ilişkisi olmadığı belirlenmiş olur (Yenisu ve Yenice, 2018: 41).

4. BULGULAR

Gösterge faiz oranı (GFO), BIST100 endeksi, BIST30 endeksi, CDS primi, Dolar/TL ve Euro/TL değişkenlerinin logaritmik serilerine ait analiz aşamalarına değinilmiştir. Tanımlayıcı istatistikleri bilgiler, Genişletilmiş Dickey Fuller (ADF) birim kök testi, VAR modeli için uygun olan gecikme uzunluğunun tespit edilmesi ve Toda-Yamamoto nedensellik testi sonuçlarına bu bölümde sırasıyla yer verilmiştir.

	GFO	BIST100	BIST30	CDS	Dolar/TL	Euro/TL
Ortalama	1.218833	3.005120	3.097595	2.514276	0.723521	0.782423
Maksimum	1.488410	3.091864	3.175161	2.764938	0.837803	0.895052
Minimum	0.993877	2.922596	3.019129	2.206421	0.571883	0.665787
Standart Sapma	0.113079	0.038587	0.035164	0.126915	0.062505	0.050536
Çarpıklık	-0.136541	0.500154	0.361235	-0.738164	-1.088786	-0.735827
Basıklık	1.986751	2.351437	2.270170	3.012769	3.121616	2.993132
Jarque-Bera	24.04392	31.03060	23.02578	47.59025	103.8527	47.28686
Olasılık	0.000006	0.000000	0.000010	0.000000	0.000000	0.000000
Gözlem Sayısı	524	524	524	524	524	524

Tablo 1. Covid Öncesi Dönem Değişkenlere Ait Tanımlayıcı İstatistik Bilgileri

Değişkenlere ait logaritmik serilerin Covid öncesi tanımlayıcı istatistikleri Tablo 1'de gösterilmiştir. En düşük ortalama getirinin Dolar/TL kurunda (0.723521), en yüksek ortalama getirinin de BIST30 endeksinde (3.097595) olduğu belirlenmiştir. Standart sapma değerlerine göre en yüksek oynaklık değerine CDS sahipken en düşüğüne BIST30 sahiptir. Borsa endeksleri hariç diğer değişkenlerin sola çarpık yapıda olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Basıklık değerleri logaritmik serilerin leptokurtic bir yapıda olduğunu belirtmektedir.

	Düzeyde					
	GFO	BIST100	BIST30	CDS	Dolar/TL	Euro/TL
Sabitli	-0.9461	-2.3705	-2.5910***	-2.3294	-2.3522	-2.0688
Sabitli-Trendli	-1.7561	-2.4882	-2.6789	-2.1778	-1.9655	-1.9178
Sabit-Trendsiz	-0.2687	-0.5853	-0.6036	0.8475	1.6213	1.3601
	Birinci Farkı Alınmış					
Sabitli	-13.7991*	-21.2293*	-21.6231*	-20.1428*	-16.4659*	-16.6403*
Sabitli-Trendli	-13.9564*	-21.2362*	-21.6180*	-20.1533*	-16.5386*	-16.6651*
Sabit-Trendsiz	-13.8110*	-21.2395*	-21.6326*	-20.1210*	-16.3293*	-16.5544*

*, **, *** sırasıyla %1, %5 ve %10 anlamlılık düzeylerinde istatistiksel anlamlılığı belirtmektedir.

Tablo 2. Covid Öncesi Dönem Değişkenlere Ait ADF Birim Kök Testi Sonuçları

Tablo 2'de Covid öncesi dönemde değişkenlere ait logaritmik serilerin ADF birim kök testi sonuçlarının t değerleri gösterilmektedir. Serilerin birinci farkı alındığında durağan oldukları belirlenmiş ve dmax değeri 1 olarak tespit edilmiştir.

Lag	LogL	LR	FPE	AIC	SC	HQ
0	7444.339	NA	1.21e-20	-28.83077	-28.78140	-28.81142
1	12800.28	10566.56	1.35e-29	-49.45068	-49.10507*	-49.31525
2	12870.99	137.8743	1.18e-29	-49.58525	-48.94340	-49.33373*
3	12921.98	98.21998	1.11e-29*	-49.64334*	-48.70525	-49.27573
4	12957.30	67.21463*	1.11e-29	-49.64070	-48.40637	-49.15700
5	12982.28	46.95245	1.16e-29	-49.59797	-48.06740	-48.99819
6	13006.92	45.74455	1.22e-29	-49.55394	-47.72713	-48.83807
7	13025.15	33.42073	1.30e-29	-49.48506	-47.36201	-48.65310
8	13047.36	40.21266	1.38e-29	-49.43163	-47.01234	-48.48359

Tablo 3. Covid Öncesi Dönem VAR Modeli İçin Gecikme Uzunluğu Tespiti

Değişkenlerin logaritmik serilerinin Covid öncesi dönem VAR modeli için uygun gecikme uzunluklarının tespit edilme kriterleri Tablo 3'te verilmektedir. Tabloda gösterilen AIC Akaike Bilgi Kriterini, SC Schwarz Bilgi Kriterini, HQ Hannan-Quinn Bilgi Kriterini, FPE Son Tahmin Hatasını ve LR sıralı değiştirilmiş LR test istatistiğini ifade etmektedir. Koyu renkli ve yanında * işareti bulunan değerler, o bilgi kriterlerine göre belirlenen uygun gecikme uzunluğunu belirtmektedir. Çalışma kapsamında en fazla sayıda bilgi kriteri tarafından uygun görülen gecikme uzunluğu seçimi yapılmıştır. Bundan dolayı FPE ve AIC bilgi kriterleri tarafından en uygun olarak belirlenen 3 değeri uygun gecikme uzunluğu olarak alınmıştır. Diğer bilgi kriterlerine göre sadece birer tane uygun gecikme değeri olduğundan dolayı onlar tarafından belirlenen gecikme uzunlukları seçilmemiştir. Nedensellik testi için VAR model tahmini $k+d_{MAX}(3+1)$ değeri olan 4 üzerinden gerçekleştirilmiştir.

Bağımlı Değişken: Gösterge Faizi			
	Ki-kare	df	Olasılık
BIST100	5.385757	3	0.1456
BIST30	5.353227	3	0.1477
CDS	7.586854	3	0.0554***
Dolar/TL	6.160450	3	0.1041
Euro/TL	6.645858	3	0.0841***
Bağımlı Değişken: BIST100			
Gösterge Faizi	3.890662	3	0.2735
BIST30	0.652597	3	0.8843
CDS	3.204286	3	0.3612
Dolar/TL	0.308765	3	0.9584
Euro/TL	0.483214	3	0.9226
Bağımlı Değişken: BIST30			
Gösterge Faizi	3.203081	3	0.3614
BIST100	1.053787	3	0.7882
CDS	3.119771	3	0.3735
Dolar/TL	0.488909	3	0.9213
Euro/TL	0.359004	3	0.9486
Bağımlı Değişken: CDS			
Gösterge Faizi	4.330569	3	0.2279
BIST100	4.931395	3	0.1769
BIST30	4.653645	3	0.1990
Dolar/TL	10.84657	3	0.0126**
Euro/TL	5.870227	3	0.1181
Bağımlı Değişken: Dolar/TL			
Gösterge Faizi	0.413788	3	0.9374
BIST100	3.483434	3	0.3229
BIST30	4.359287	3	0.2252
CDS	3.035977	3	0.3861
Euro/TL	11.96947	3	0.0075*
Bağımlı Değişken: Euro/TL			
Gösterge Faizi	0.190377	3	0.9791
BIST100	2.382654	3	0.4969
BIST30	3.157218	3	0.3680
CDS	2.858481	3	0.4140
Dolar/TL	6.274506	3	0.0990***

*, ** ve *** sırasıyla %1, %5 ve %10 anlamlılık düzeylerinde istatistiksel anlamlılığı belirtmektedir.

Tablo 4. Covid Öncesi Dönem Toda-Yamamoto Test Sonuçları

Covid öncesi döneme ait değişkenlerin logaritmik serileri arasındaki Toda-Yamamoto nedensellik testi sonuçları Tablo 4'te verilmiştir. Gösterge faizi, BIST100 endeksi, BIST30 endeksi ve Dolar/TL kurundan CDS primine; gösterge faiz oranından Dolar/TL ve Euro/TL kurlarına doğru tek yönlü nedensellik ilişkisine rastlanmıştır. Gösterge faiz oranı ile BIST100 ve BIST30 endeksleri arasında çift yönlü nedensellik ilişkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

	GFO	BIST100	BIST30	CDS	Dolar/TL	Euro/TL
Ortalama	1.192780	3.121582	3.162855	2.633451	0.896564	0.964395
Maksimum	1.402261	3.357659	3.402772	2.814447	1.139457	1.191959
Minimum	0.900913	2.925549	3.006081	2.451986	0.792784	0.840319
Standart Sapma	0.118584	0.081981	0.070237	0.088357	0.057739	0.062641
Çarpıklık	-0.451268	-0.060705	0.444921	-0.092627	1.362797	0.478303
Basıklık	2.427466	2.881584	3.533559	2.135444	6.397943	4.259184
Jarque-Bera	21.65734	0.545295	20.40873	14.82118	359.7321	47.40790
Olasılık	0.000020	0.761361	0.000037	0.000605	0.000000	0.000000
Gözlem Sayısı	455	455	455	455	455	455

Tablo 5. Covid Dönemi Değişkenlere Ait Tanımlayıcı İstatistik Bilgileri

Tablo 5'te yer alan Covid dönemi tanımlayıcı istatistik bilgilerine göre en düşük ortalama getiriye Dolar/TL kurunun, en yüksek getiriye ise BIST30 endeksinin; en yüksek oynaklığa gösterge faiz oranının en düşüğüne Dolar/TL kuru sahiptir. Gösterge faiz oranı, BIST100 endeksi ve CDS primi değişkenlerinin sola çarpık, diğer değişkenlerin sağa çarpık yapıda oldukları belirlenmiştir.

	Düzeyde					
	GFO	BIST100	BIST30	CDS	Dolar/TL	Euro/TL
Sabitli	-0.9954	0.2464	0.5748	-1.9037	-0.1011	-0.4426
Sabitli-Trendli	-3.1153	-1.7028	-1.5479	-1.8840	-1.7422	-2.2167
Sabit-Trendsiz	1.0975	2.3154	2.0448	0.1011	1.8785	2.0440
	Birinci Farkı Alınmış					
Sabitli	-13.2134*	-14.0612*	-14.0830*	-22.2845*	-20.5451*	-21.2740*
Sabitli-Trendli	-13.1962*	-14.0625*	-14.1167*	-22.2844*	-20.5538*	-21.2607*
Sabit-Trendsiz	-13.1526*	-13.8383*	-13.9131*	-22.3044*	-20.4083*	-21.1432*

*, %1 anlamlılık düzeyinde istatistiksel anlamlılığı belirtmektedir.

Tablo 6. Covid Dönemi Değişkenlere Ait ADF Birim Kök Testi Sonuçları

ADF birim kök testi sonuçlarına göre Covid döneminde değişkenlerin birinci farkı alınmış haliyle durağanlık sergiledikleri Tablo 6'daki verilere göre belirlenmiştir. Maksimum bütünleşme derecesi olarak 1 alınmıştır.

Lag	LogL	LR	FPE	AIC	SC	HQ
0	5686.468	NA	3.69e-19	-25.41596	-25.36090	-25.39425
1	10637.36	9746.730	1.04e-28	-47.40655	-47.02108*	-47.25458*
2	10694.68	111.2897	9.45e-29	-47.50190	-46.78602	-47.21967
3	10730.92	69.40125	9.44e-29*	-47.50298*	-46.45669	-47.09049
4	10750.96	37.83521	1.01e-28	-47.43157	-46.05487	-46.88881
5	10768.92	33.44011	1.10e-28	-47.35088	-45.64377	-46.67786
6	10794.67	47.23339	1.15e-28	-47.30501	-45.26749	-46.50173
7	10829.68	63.28333	1.16e-28	-47.30058	-44.93266	-46.36703
8	10870.72	73.09339*	1.14e-28	-47.32315	-44.62483	-46.25935

Tablo 7. Covid Dönemi VAR Modeli İçin Gecikme Uzunluğu Tespiti

Tablo 7'de Covid dönemi VAR modeli için gecikme uzunluklarının tespit edilmesi aşaması gösterilmektedir. Bilgi kriterlerine göre en fazla sayıda uygun gecikme uzunluklarının 3 ve 1 değerlerinde olduğu tespit edilmiştir. Bu iki değer üzerinden de gerekli analizler yapılmış ve 1 değerinin gerekli koşul olan istikrar koşulunu sağlamadığı belirlenmiştir. Ardından 3 değeri için istikrar koşulunu sağlama durumuna bakılmış ve AR karakteristik polinomunun ters köklerinin birim çember içerisinde yer aldığı görüldüğünden dolayı gecikme uzunluğu olarak 3 alınmıştır. Çünkü birim çember içerisinde değerlerin yer alması modelin istikrar koşulunu sağladığını ifade etmektedir.

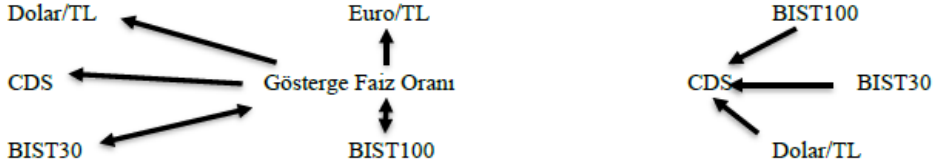
Bağımlı Değişken: Gösterge Faizi			
	Ki-kare	df	Olasılık
BIST100	5.385757	3	0.1456
BIST30	5.353227	3	0.1477
CDS	7.586854	3	0.0554***
Dolar/TL	6.160450	3	0.1041
Euro/TL	6.645858	3	0.0841***
Bağımlı Değişken: BIST100			
Gösterge Faizi	3.890662	3	0.2735
BIST30	0.652597	3	0.8843
CDS	3.204286	3	0.3612
Dolar/TL	0.308765	3	0.9584
Euro/TL	0.483214	3	0.9226
Bağımlı Değişken: BIST30			
Gösterge Faizi	3.203081	3	0.3614
BIST100	1.053787	3	0.7882
CDS	3.119771	3	0.3735
Dolar/TL	0.488909	3	0.9213
Euro/TL	0.359004	3	0.9486
Bağımlı Değişken: CDS			
Gösterge Faizi	4.330569	3	0.2279
BIST100	4.931395	3	0.1769
BIST30	4.653645	3	0.1990
Dolar/TL	10.84657	3	0.0126**
Euro/TL	5.870227	3	0.1181
Bağımlı Değişken: Dolar/TL			
Gösterge Faizi	0.413788	3	0.9374
BIST100	3.483434	3	0.3229
BIST30	4.359287	3	0.2252
CDS	3.035977	3	0.3861
Euro/TL	11.96947	3	0.0075*
Bağımlı Değişken: Euro/TL			
Gösterge Faizi	0.190377	3	0.9791
BIST100	2.382654	3	0.4969
BIST30	3.157218	3	0.3680
CDS	2.858481	3	0.4140
Dolar/TL	6.274506	3	0.0990***

*, ** ve *** sırasıyla %1, %5 ve %10 anlamlılık düzeylerinde istatistiksel anlamlılığı belirtmektedir.

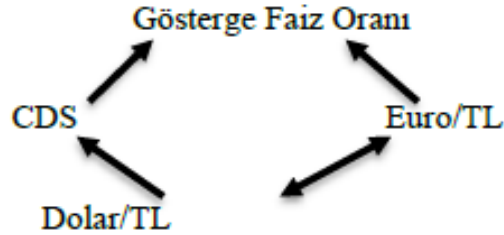
Tablo 8. Covid Dönemi Toda-Yamamoto Test Sonuçları

Covid dönemine ait Toda-Yamamoto nedensellik testi sonuçları Tablo 8'de verilmektedir. VAR modeli tahmini, maksimum bütünleşme derecesinin uygun gecikme uzunluğuna eklenmesiyle belirlenen 4 değeri üzerinden yapılmıştır. CDS primi ve Euro/TL kurundan gösterge faiz oranına; Dolar/TL kurundan

CDS primine doğru tek yönlü ve Dolar/TL ile Euro/TL kuru arasında ise çift yönlü nedensellik ilişkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır.



Şekil 1. Covid Öncesi Dönem Nedensellik Özet Grafiği



Şekil 2. Covid Dönemi Nedensellik Özet Grafiği

Şekil 1 ve 2'de değişkenlerin logaritmik serilerine ait Covid öncesi ve Covid dönemi nedensellik durumlarının özetleri gösterilmektedir. Sadece Dolar/TL kurundan CDS primine doğru tek yönlü nedensellik ilişkisinin her iki dönemde de olduğu belirlenmiştir. Yani Covid etkisinin bu nedensellik ilişkisi üzerinde herhangi bir etkiye sahip olmadığı ifade edilebilir. Covid öncesi dönemde gösterge faiz oranı diğer tüm değişkenlerin Granger nedeni olarak belirlenirken bu ilişkinin Covid döneminde son bulunduğu belirlenmiştir. Covid döneminde CDS priminden gösterge faiz oranına doğru tek yönlü nedensellik ilişkisine rastlanmıştır. Yani ilişkinin yönü Covid etkisi ile yer değiştirmiştir. Covid öncesi dönemde BIST100 ve BIST30 endekslerinin CDS priminin nedeni olduğu sonuç da Covid döneminde ortadan kalkmıştır. Euro/TL kurundan gösterge faiz oranına doğru tek yönlü nedensellik ilişkisi Covid döneminde ortaya çıkmıştır. Aynı şekilde Covid döneminde Dolar/TL ile Euro/TL kurları arasında çift yönlü nedensellik ilişkisi belirlenmiştir. Bu sonuçlar dikkate alındığında çalışma için belirlenmiş olan H_0 hipotezi reddedilirken H_1 hipotezi kabul edilmiştir. Yani Covid öncesi dönem ile Covid döneminde finansal varlıklar arasındaki nedensellik açısından anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiştir.

5. SONUÇ

Türkiye'de Covid kaynaklı ilk pozitif vakanın görüldüğü tarihten itibaren artık piyasalarda çeşitli farklılıklar meydana gelmeye başlamıştır. Yatırımcılar karşılaşılan bu olağanüstü durum karşısında ilk başlarda bocalamalarına rağmen daha sonraları bu duruma alışarak piyasadaki faaliyetlerine devam etmişlerdir. Ancak tüm dünyada olduğu gibi Türkiye'de de Covid pandemisi artık çoğu durumun eskisi gibi olmayacağını herkese göstermiştir. Dolayısıyla yatırımcılar finansal varlık seçiminde daha dikkatli ve seçici davranmak zorunda kalmışlardır. Aslında bu durum ilk başlarda kötü olarak kabul edilmekle birlikte yatırımcılar açısından fon seçiminde eskisine nazaran daha özenli ve ayrıntıları dikkate alma koşullarını ön plana çıkardığı için getiri anlamında uzun vadede piyasa oyuncularına katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Türkiye'de finansal varlıklar arasındaki nedensellik ilişkisinin Covid döneminde farklılaşıp farklılaşmadığının belirlenmesi amacıyla bu çalışma gerçekleştirilmiştir. Finansal varlıklar olarak gösterge faiz oranı, BIST100 ve BIST30 endeksleri, CDS primi, Dolar/TL ve Euro/TL değişkenleri seçilmiştir. Değişkenlere ait serilerin doğal logaritması alınarak analizler gerçekleştirilmiştir. Veri seti 29 Ocak 2018 ile 10 Mart 2020 tarihleri arası Covid öncesi dönem, 11 Mart 2020 ile 22 Nisan 2022 tarihleri arası da Covid dönemi olarak ikiye ayrılmıştır. Çalışmada nedensellik ilişkisi, Toda-Yamamoto testi ile araştırılmıştır. Burada en önemli aşama maksimum bütünleşme derecesi ve uygun gecikme uzunluğu tespitinin doğru olarak gerçekleştirilmesidir. Çalışmada maksimum bütünleşme derecesi 1 ve uygun gecikme uzunluğu 3 olarak belirlendiği için Toda-Yamamoto VAR model tahmini 4 üzerinden yapılmıştır.

Covid öncesi dönemde gösterge faizi, BIST100 endeksi, BIST30 endeksi ve Dolar/TL kurundan CDS primine; gösterge faiz oranından Dolar/TL ve Euro/TL kurlarına doğru tek yönlü, gösterge faiz oranı ile BIST100 ve BIST30 endeksleri arasında ise çift yönlü nedensellik ilişkisine rastlanmıştır. Burada görüldüğü üzere gösterge faiz oranı ile diğer tüm değişkenler arasında bir nedensellik ilişkisi söz konusudur. Covid döneminde ise CDS primi ve Euro/TL kurundan gösterge faiz oranına; Dolar/TL kurundan CDS primine doğru tek yönlü ve Dolar/TL ile Euro/TL kuru arasında ise çift yönlü nedensellik ilişkisi olduğu belirlenmiştir. Dönemler arasındaki farklılıklara bakıldığında ise Covid öncesi dönemde gösterge faiz oranının diğer tüm değişkenlerin nedeni olarak belirlenirken Covid döneminde bu durumun son bulunduğu ve CDS primi ve Euro/TL kuru değişkenlerinin gösterge faiz oranının nedeni olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Yani nedensellik yönü Covid döneminde terse dönmüştür. Covid öncesi borsa endekslerinin CDS priminin nedeni olması durumu da yine Covid döneminde ortadan kalmıştır. Covid döneminde döviz kurlarının çift yönlü nedensellik ilişkisi içerisine girdikleri tespit edilmiştir. Sadece Dolar/TL kurundan CDS primine doğru tek yönlü nedensellik ilişkisinin hem Covid öncesi hem de Covid dönemlerinde aynı kaldığı belirlenmiştir. Bu sonuçlar Başarır ve Ketten (2016), Noorie vd. (2020), Demir ve Dinç (2021) çalışmaları ile farklılık; Bayhan vd. (2021) ile benzerlik göstermektedir. Ayrıca, Vurur (2021) tarafından yapılan çalışma ile Covid öncesi dönemde benzer, Covid döneminde ise farklı sonuçları ifade etmektedir.

Çıkan sonuçlara bakıldığında Türkiye'deki finansal piyasa ve varlıklar arasındaki nedensellik ilişkisi üzerinde Covid pandemisinin etkisinin olduğu sonucu ortaya çıkmaktadır. Bundan dolayı piyasa oyuncularının, fonlarını yönetirken ortaya çıkan yeni durumları göz önünde bulundurarak yatırımlarını

gerçekleştirmeleri kendi fon getirileri açısından önem arz etmektedir. Mevcut pozisyonlarında yapacakları ufak dokunuşlarla risklerini en aza indirerek getirilerini en yükseğe çıkarabilme imkânına sahip olabileceklerdir. Fon çeşitlendirmesi yardımıyla da piyasalardaki olası hareketlerden yatırımlarını koruyabilme fırsatı bulabileceklerdir. Devam eden Covid dönemi içerisinde bu çalışmanın yapılması bundan sonraki dönemde hem bu alanda çalışma yapacak akademisyenlere yardımcı olması hem de yatırım sahiplerine portföy oluşturma aşamasında yeni durumu dikkate almaları gerektiğini göstermesi açısından önemli olduğu düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

Akgüneş, A. O. (2021). Kredi temerrüt takasları, borsa endeksleri, tahvil faizleri ve döviz kuru arasındaki ilişki: Türkiye örneği. *İktisadi İdari ve Siyasal Araştırmalar Dergisi*, 6(14), 71-83. <https://doi.org/10.25204/iktisad.837722>

Akkaya, M. (2017). Türk tahvillerinin CDS primlerini etkileyen içsel faktörlerin analizi. *Maliye ve Finans Yazıları*, 1 (107), 130-145. <https://doi.org/10.33203/mfy.307177>

Alıcı, A. (2020). Döviz kuru, faiz oranı ile BİST100 ve BİST ulaştırma endeksi arasındaki ilişkinin ampirik analizi. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 12 (2), 1573-1584. <https://doi.org/10.20491/isarder.2020.930>

Altınbaş, H., Kutay, N. & Akkaya, G. C. (2015). Makroekonomik faktörlerin hisse senedi piyasaları üzerindeki etkisi: Borsa İstanbul üzerine bir uygulama. *Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*. 4 (2), 30-49. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/eyad/issue/57413/813675>

Altuntaş, D. & Ersoy, E. (2020). CDS primi ile BIST 30 endeksi ve BIST bankacılık endeksi arasındaki nedensellik ilişkisi. *Ekonomi ve Finansal Araştırmalar Dergisi*, 2 (2), 144-155. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/jefr/issue/65940/1029400>

Atmışdörtoğlu, A. (2020). Kredi temerrüt swapları ve gelişmekte olan ülkelerde seçilmiş göstergeler üzerine bir araştırma. *Press Academia Procedia*, 10 (1), 43-49. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/pap/issue/50938/666524>

Başarır, Ç. & Keten, M. (2016). Gelişmekte olan ülkelerin CDS primleri ile hisse senetleri ve döviz kurları arasındaki kointegrasyon ilişkisi. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8 (15), 369-380. DOI: 10.20875/sb.72076

Bayhan, S., Kömür, S. & Yıldız, Ü. (2021). Türkiye için döviz kuru ve CDS primleri arasındaki ilişkinin frekans alanı nedensellik analizi. *Uluslararası Ekonomi İşletme ve Politika Dergisi*, 5 (2), 329-339. DOI: 10.29216/ueip.1008180

Demir, Y. & Dinç, M. (2021). Kredi temerrüt swapları, döviz kuru ile Borsa İstanbul arasındaki ilişkinin analizi. Yaşar Üniversitesi E-Dergisi, 16 (64), 1642-1656. DOI: 10.19168/jyasar.934285

Demirkale, Ö. & Ebghaei, F. (2020). Ham petrol fiyatları ile makroekonomik ve finansal göstergeler arasındaki karşılıklı ilişkinin VAR modeli ile analizi: Türkiye üzerine bir uygulama. Finans Ekonomi ve Sosyal Araştırmalar Dergisi, 5 (4), 688-698. DOI:10.29106/fesa.799969

Hacıhasanoğlu, E. & Soytaş, U. (2011). Bileşik öncü gösterge ve sektörel endeksler arasındaki ilişki. Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 26 (1), 79-91.

Karaca, O. (2018). Borsa ekonominin barometresi midir? Türkiye'de ekonomik aktivite ile hisse senedi fiyatları arasındaki nedensellik ilişkisi. Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 36 (3), 89-106. DOI: 10.17065/huniibf.317090

Noorie, S., Meriç, E., Yıldırım, S., & Esen, E. (2020). Analysis of the relationship between macroeconomic variables and BIST-30 stock returns. BMIJ, 8(4), 500-522, doi:http://dx.doi.org/10.15295/bmij.v8i3.1526

Özmerdivanlı, A. (2021). Covid-19 pandemisi ile çeşitli finansal göstergeler arasındaki nedensellik ilişkisi: Türkiye örneği. Ekonomi, Politika & Finans Araştırmaları Dergisi, 6 (Özel Sayı), 172-191. DOI: 10.30784/epfad.1022647

Sadeghzadeh, K. (2019). Borsa endekslerinin ülke risklerine duyarlılığı: seçilmiş ülkeler üzerine analizler. Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 33 (2), 435-450. https://dergipark.org.tr/tr/pub/atauniibd/issue/44281/443287

Stock market quotes & financial news. Investing.com. Retrieved May 31, 2022, from https://www.investing.com/

Şanlı, S., Konak, T. & Özmen, M. (2021). Faiz, döviz kuru, altın fiyatları ve BIST100 endeksi ilişkisinin ekonometrik analizi: Türkiye üzerine bir uygulama. İzmir İktisat Dergisi, 36 (4), 929-948. Doi: 10.24988/ije.880784

Toda, H. Y. & Yamamoto, T. (1995). Statistical inference in vector autoregressions with possibly integrated processes. Journal of Econometrics, 66 (1-2), 225-250. https://doi.org/10.1016/0304-4076(94)01616-8

Vurur, S. (2021). BİST 100 endeksi ile CDS primleri arasındaki ilişkide Covid 19 etkisi. Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi, (31), 97-112. DOI:10.18092/ulikidince.823358

Vurur, N. S. & Özen, E. (2020). Covid-19 salgınının CDS primleri ile borsa endeksleri arasındaki ilişki üzerine etkileri: başlıca Avrupa endeksleri için bir uygulama. *Ekonomi, Politika & Finans Araştırmaları Dergisi*, 5(Özel Sayı), 97-114. DOI: 10.30784/epfad.810614

Yenisu, E. & Yenice, S. (2018). Temel makroekonomik göstergelerin ülke riski üzerine etkisi: Türkiye örneği. *İş ve Hayat*, 4 (8), 27-53. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/isvehayat/issue/48947/678733>

ARAŞTIRMA MAKALESİ / RESEARCH ARTICLE

THE EFFECT OF DIMENSIONS OF BRAND EXPERIENCE ON DIMENSIONS OF PURCHASING
COSMETIC PRODUCTS: A COMPARISON OF FLORMAR AND MAC BRANDS*Öğr. Gör. Gözde SULA AVERBEK¹, Doç. Dr. N. Ozan BAKIR²¹İstanbul Gelişim Üniversitesi, Meslek Yüksekokulu, Sivil Havacılık Ulaştırma İşletmeciliği, İstanbul
gsula@gelisim.edu.tr ORCID ID: 7896-3306-0003-0000²Marmara Üniversitesi, İşletme Fakültesi, Pazarlama, İstanbul
obakir@marmara.edu.tr ORCID ID: 638-6854-0002-0000X

GELİŞ TARİHİ/RECEIVED DATE: 09.03.2022 KABUL TARİHİ/ACCEPTED DATE: 18.05.2022

Sula Averbek, G. & Bakır, N. O. (2022). The Effect of Dimensions of Brand Experience on Dimensions of Purchasing Cosmetic Products: A Comparison of Flormar and Mac Brands. *Aurum Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(1), 65-92.

Abstract

Cosmetic products nowadays are frequently used as consumer goods, especially for women. In terms of cosmetics companies, examining consumers' brand experiences helps to create and develop marketing strategies. It can be thought that examining the effect of consumers' brand experiences on their purchasing decisions from this perspective will also benefit such businesses. Purchasing decisions for consumers in the cosmetics industry need to be considered in terms of not only functional benefits but also environment and health issues. This study examines the impact of brand experience on cosmetic product purchasing decisions. In this context, comparative analyzes were made on the M.A.C and Flormar cosmetic brands. In analyzes using structural equation models for both brands, it was found that sensory and emotional dimensions of brand experience have a significant effect on cosmetic product purchasing decisions.

Keywords: Brand experience, Cosmetic product purchasing behavior, Structural equation modeling, MAC, Flormar

**MARKA DENEYİMİ BOYUTLARININ KOZMETİK ÜRÜN SATIN ALMA BOYUTLARINA ETKİSİ:
FLORMAR VE MAC MARKALARININ KARŞILAŞTIRILMASI****Öz**

Günümüzde kozmetik ürünler, özellikle kadınlar için sık kullanılan tüketim malzemeleri durumundadır.

*This study includes a part of the postgraduate thesis named "Effect of Brand Experience and Brand Image on Cosmetic Product Buying Dimensions and an Application: Flormar and M.A.C Cosmetic Brand Cases" Which was prepared under the co-supervision of associate professor N. Ozan BAKIR at Altınbaş University Institute of Graduate Studies.

Kozmetik işletmeleri açısından, tüketicilerin marka deneyimlerini incelemek, pazarlama stratejilerinin oluşturulmasına ve geliştirilmesi yardımcı olmaktadır. Tüketicilerin marka deneyimlerinin satın alma kararları üzerindeki etkisinin bu açıdan incelemek de bu tür işletmelere fayda sağlayacağı düşünülebilir. Kozmetik sektöründe tüketiciler açısından satın alma kararları, sadece fonksiyonel faydalar açısından değil, aynı zamanda çevre ve sağlık açısından da ele alınması gerekmektedir. Bu çalışma, marka deneyiminin kozmetik ürün satın alma kararları üzerindeki etkisini incelemektedir. Bu kapsamda sektörde yer alan M.A.C ve Flormar markaları üzerinde karşılaştırmalı analizler yapılmıştır. Her iki marka için de, yapısal eşitlik modelleri kullanılarak yapılan analizlerde, marka deneyiminin duysal ve duygusal boyutlarının kozmetik ürün satın alma kararları üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olduğu bulunmuştur.

Anahtar Kelimeler: Marka Deneyimi, Kozmetik Ürün Satın Alma Davranışı, Yapısal Eşitlik Modeli, MAC, Flormar

1. INTRODUCTION

Throughout the history of civilizations, business life has been changed and improved in many areas like management systems, production systems and marketing strategies until today. From production to management, the industrial revolution, the impact of new inventions, the emergence of factory production systems, demographic, economic or technological changes, globalization concept have all led to the emergence of new perspectives and models in all systems.

Marketing was also affected by all these changes and was developed in a way to adapt its new environment. In marketing history, there were different time periods which production, sales or consumer needs and demands are prioritized. Each of these processes has been shaped by the dynamics of the period, such as living conditions, economic conditions, and technological advances. The transition from traditional marketing, where concepts such as sales and production are important, to modern marketing, where consumer demands and needs become important, brought along many new concepts. In particular, the concept of brand has become the intense subject of the research.

The concept of brand has been existed even in ancient times of history. Artifacts like distinctive signs, symbols or drawings have been found as a result of excavations in Ancient Egypt, China, India, Pakistan and Europe. These symbols, which reflect the concept of the brand, are the proofs of brand concept's existence in history (Eckhardt & Bengtsson, 2009: 6; Moore & Reid, 2008: 424 – 425; Wengrow, 2008: 9). The meaning of branding is “to stamp, to mark” in English. In the United States, marking of bovine animals to distinguish them from each other has led to the addition of the concept of brand to marketing concepts as a word (Haigh & İlgüner, 2012: 12). After the brand concept's entrance to the literature, many new areas related to brand have started to be investigated. Many concepts such as brand personality, brand equity, brand loyalty, brand awareness, brand positioning, brand image and brand experiences have been researched in the relevant literature.

Technological developments and increases in production capacities have brought the concept of competition. Businesses have entered a race to carry their own brands to the top of consumer

preferences. Companies have wanted to have a positive, strong and permanent place in consumers' perception. Within this concept, experiential marketing is one of the most important concepts. Based on the idea that consumers prefer products according not only to their functional benefits, but also to their emotional, intellectual, sensory, relational, and behavioral experiences; the place of experiences in the concept of marketing is revealed. A positive or negative experience for a particular brand affects the perception and attitude of the consumer towards that brand. For this reason, businesses try to create different experiential activities at key points such as the atmosphere of the retail stores, the attitude of the sales representatives and product presentations to increase the brand experiences of the consumers (Schmitt, 1999a: 60-61).

Many internal and external factors are determinative for customers at the point of purchasing products. Consumers go through certain steps to make a decision at the purchasing process. Each of the purchasing decision stages may have different duration and importance among products (Altunışık et al., 2011: 48). Consumers prefer some products for their functional benefits, some for their symbolic benefits, and some for their experiential benefits. It is also important to know the dominant benefit that consumers obtain from buying a product. With the emergence of some global problems in the changing world dynamics, consumers have become more conscious. The advancement of technology has created a transparent information network for consumers to instantly learn about any company, brand or its activity in the world. Consumers have become more sensitive and more conscious about environmental issues as well. There are some sectors where consumers may tend to prefer products according to their interactions with the environmental issues at this point. The environmental benefits of such products have also been a factor to be examined. It is because cosmetic products' wastes might have ingredients interact with nature intensively. Female consumers have started to become seriously conscious about their personal health status and environmental problems (Çabuk & Südaş, 2013: 129). Consumer expectations of environmental benefits from cosmetic products are especially because cosmetic products contain ingredients that can be applied directly to the skin and partially mixed with body tissues.

That cosmetic industry experimental marketing and cosmetic products purchasing behavior have become important in today's marketing conditions constitute the main subject of this study. In this sense, it is thought that examining the effect of brand experience on cosmetic product purchasing dimensions will be a guide in terms of marketing activities of cosmetic companies. Accordingly, it has been supported by researches that brand experience has positive effects on consumer purchasing behavior (Orth & De Matchi, 2007; Sahin, Zehir & Kitapci, 2012; Moreira, Fortes & Santiago, 2017; Pınarbaşı & Aysuna, 2017; Li, 2018; Sanjaya, Asdar & Munir, 2020). It was determined that the effect of brand experience dimensions on cosmetic product purchasing dimensions was not examined in the related literature. This paper is the first to conduct research about the effect of brand experience on cosmetic product purchasing behaviour so to fill the gap in literature. For marketing strategies of cosmetic products, the evaluation of the hypothesis "Brand experience effects cosmetic product purchasing behavior" can be a guide for

brands. Therefore, the aim of this research is to examine the effect of brand experience dimensions on cosmetic product purchasing behavior dimensions. Research designs are divided into three categories as exploratory, descriptive, and causal (Burns & Bush, 2014:72). In this research however, the hypotheses determined as a result of the literature review will be tested and the effect of brand experience on cosmetic product purchasing decisions will be examined for both brands. For this research, descriptive research design is used in this context.

2. EXPERIENTIAL MARKETING AND BRAND EXPERIENCE

Schmitt (1999: 22-23) describes the concept of experience as situations that have a complex and constantly evolving structure and experiences emerge because of certain stimulants. It is possible to gain experience by being involved in an event or observing an event occurring. As a result of events, different experiences can occur, and experiences can be renewed over time.

The concept of experience is examined in relevant literature in four broad categories with two dimensions. The first dimension is called the participation dimension. People can participate in a current situation actively (i.e., participating in the competition, being trained) or passively (i.e., watching television, going to a cinema). The second dimension shows the connection of people with the current situation. If a person is mentally connected to the situation (i.e., watching television, going to a concert, getting a lecture), whether passive or active, the person is in the assimilation area. On the other hand, if people will take a passive or active physical role in the current situation (i.e., visiting an art gallery, participating in sports activities in a center for holiday purposes), they will be in the embraced area (Pine & Gilmore, 1998: 101-102; Kalyoncuoğlu, 2018: 37-44).

The research conducted by Holbrook and Hirshman (1982) is the first study in the literature to reveal that purchasing behaviors are not only shaped by rational decisions but are also effective in emotional causes. An experience-oriented perspective has been put forward, emphasizing that consumers' purchasing behaviors are affected by their emotions, pleasures, understanding of entertainment and sensory satisfaction. Following this, the concept of experiential marketing was first introduced into the marketing literature by Bernd Schmitt in 1999. Joe Pine and Jim Gilmore, on the other hand, contributed to the expansion of this concept with their work (Kalyoncuoğlu, 2018: 29-31, Batı, 2018: 27). As a result of consumer experiences for the brand or product, consumers can establish a connection with the relevant brand and product. This bond can create a competitive advantage for businesses in the market (Çetin, 2017: 476).

Businesses have been making high investments on advertising to create brand awareness and brand loyalty. Although these investments provide positive returns to brands, brand sustainability is largely driven by brand experience. Personal experiences with the brand, relations with brand employees, experiences with the brand's website or experiences with call centers are examples in this field. These examples can affect the perceptions of the brand, either positively or negatively (Kotler & Armstrong, 2004: 295-296).

There are five dimensions of brand experience as; sensory, behavioral, affective, intellectual and relational. In sensory brand experience the aim of brands is to create sensory experiences on consumers through the five senses of seeing, tasting, feeling, smelling, and hearing. It is thought that those senses can reveal different emotions and associations towards brands in people's brains. These associations have great importance for the adoption of brands by consumers (Tosun, 2017: 7). For example, a chocolate brand named Richart Desing et Chocolat used glass stands reminiscent of expensive jewelry stands visually in the display of their products, and they designed English and French catalogs for their chocolates, similar to a jewelry catalogue (Schmitt, 1999: 65-66).

Behavioral brand experience is focused on enhancing physical experiences. It shows alternative ways or lifestyles for any activity. In United States, an example of behavioral brand experience is a campaign directed by the Department of Health to increase milk consumption in the 1990's. Many well-known athletes, actors and actresses took part in this campaign (Schmitt, 1999: 154-158).

The intellectual brand experience aims to establish a bond with the brand by directing the consumers to generate ideas and think. In 1998, Apple Company, using the slogan "Think Different", became the market leader by rising after 6 financial loss periods. Consumers had experiences intellectually in this example (Schmitt, 1999: 67,141-142).

Through emotional brand experience, companies try to touch consumer emotions and to associate positive emotions with the brand. A soup producing brand named Campbell used emotional experience in their advertisements. The ad shows a girl adopted from an orphanage remembering her mother during her first night in her new home. Her foster mother brought her a Campbell Soup that reminds her own mother. With this emotional effect, it is aimed to create an experience in the consumer's mind (Schmitt, 1999: 66,118-120).

With the relational brand experience, it is aimed to associate the individual's self with other people or cultures. Relational brand experience may include all other dimensions of experience. The best example of the brands that have been using the relationship marketing method for a long time is the Tommy Hilfiger brand. The fact that their brand colors remind of the American Flag and that they use the slogans of "Real American fragrance" in their perfumes can be interpreted with this purpose. People using certain brand products can be included in reference groups containing consumers of the same brand products and participate in the same activities (Schmitt, 1999: 171-175).

3. DRIVING FACTORS OF CONSUMER BEHAVIOR

The consumption behavior varies from person to person, and it can vary in the same individual over time (Altunışık et al., 2011: 46-48). Values and identities of individuals can be interpreted with their own consumption behaviors. When people buy a high price product, they get the satisfaction of owning the product as well as meeting their physiological needs. Consumers are not shopping only to satisfy

their physiological needs anymore. They have entered a process where they want to show who they are and that they are special (Koç, 2017: 20-21). There are both internal and external factors which effect consumer behaviors. External influences can be the social environment such as family, friends, social classes, cultures or economic status or a person. On the other hand, personal experiences, psychological effects, personality, motives, and perception can be given as examples of internal effects (Tosun, 2017: 317).

Internal and external factors are explained under three groups. These are socio-cultural, psychological and personal factors. Among the socio-cultural factors, the most influential factor is the family. Individuals spend their most time with their family. As people get old, their status and roles in the family can change. Another important factor affecting the purchasing behavior of consumers is culture. Religion, traditions, morality, values, and language are the subheadings of culture and have an important place in consumer behavior (Altunışık et al., 2011: 50-51). Individuals in the same social status constitute that social class. Within a certain social class members have similar lifestyles, behaviors, and values. Individuals can go down to the lower class as well as to the upper class within these social classes (Mucuk, 2014: 77).

Like socio-cultural factors, psychological factors - also have important effect over consumer behavior. Perceptions and interpretations which occur in people's interactions are formed through sensory organs. The perception process that begins in infancy stage, varies from person to person. As a result of their experiences, people may perceive different messages from the same source and different response may occur. As a result of perception, attitudes and behaviors are developed (Koç, 2017: 62-63). Behaviors refer to actions that are repeated and learned over time and become permanent. All the permanent behaviors that develop over time are called attitudes. Attitudes are one of the most important concepts in market research. All the actions that occur to meet the needs are called motives. Motives are actions that occur entirely internally (Altunışık et al., 2011: 49-50). Consumers store many information in their memories about a certain product like brand and physical characteristics of the product, or the way they buy the product. This is called product information and is one of the important factors affecting purchasing behavior. Product information can determine how quickly the consumer decides. A consumer with a lot of information will be able to decide in a short time. Just the opposite, this process will take longer time for a consumer with less information. People's perception of the product or their interest in the product is expressed by the concept of product involvement (Peter & Donnelly, 2016: 49-50).

Last of all, another group that affects the consumer purchasing decision process is personal factors which is also called demographic characteristics. Features such as occupation, age, income, marital status are evaluated under this factor. The occupations of individuals are closely related to the services and products they want to buy. Firms can develop a range of products and services specific to their occupational groups and carry out marketing activities for it. In addition, age is also a decisive criterion for consumers' purchases. Considering that individuals have needs and tastes specific for different ages, it is known that consumption behaviors will change accordingly. In addition, the level of consumers in

the family life cycle is also important. This cycle is examined under different headings such as young singles, married couples with children, couples living together, married without children, and those living with their parents. The consumer needs may change according to these processes (Kotler & Armstrong, 2004: 86-191). The income level of individuals expresses their monetary power. An increase in consumer income causes an increase in purchasing amount, the decrease in income causes a decrease in their purchases amount (Altunışık et al., 2011: 52).

3.1. The Impact of Gender of Consumer Behavior

The social and biological differences of men and women have been closely related to the marketing field. Factors such as women’s ability to perform multiple tasks at the same time, the fact that decision-making processes take longer and are more complex than men, and that they are more insistent on doing research, have made women at a different point in marketing (Kotler, Kartajaya, & Setiawan, 2018: 64-66).

Özdemir and Tokol (2008:60-63) evaluated the differences between women and men in terms of biological, sensory, and social values. Biologically, women and men can behave differently because they have different hormones. An example of this is that women are less aggressive and competitive than men. Structural differences in men’s and women’s brains allow women to combine details more easily. On the other hand, sensory differences also cause behavioral differences for male and female consumers. The reason for this difference lies in the fact that female senses are more sensitive than male senses. The fact that women are more talkative than men can be given as an example of these differences. In terms of social values, there are some points where women differ from men. For example, women are more willing to form friend groups, help and ask for help.

71

3.2. Cosmetic Product Purchase Dimensions

The purchasing process begins long before the consumer buys the product. It continues during and after the purchase. The entire purchasing process consists of five stages (Figure 1).

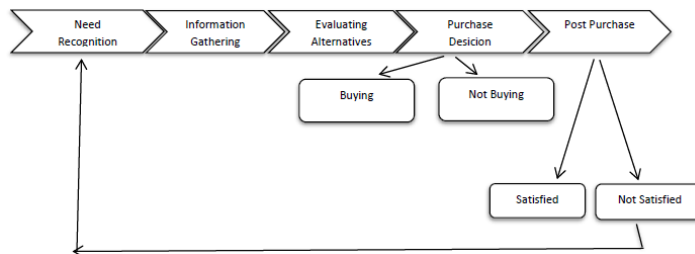


Figure 1. Consumer Decision Making Process

Source: Kotler, 1994; Odabaşı & Barış, 2018

However, in some cases, that process may proceed differently, some steps may be replaced, or some steps may be eliminated completely. For instance, the first two steps can be skipped if the products are being purchased frequently by the customer. (Kotler, 1994: 193).

Park, Jaworski and MacInnis (1986:136) introduced the brand concept management to the literature. This concept refers to planning and controlling processes of brands throughout their lives. A brand concept should be created, and brand positioning should be done before the brand enters the market. It is derived from functional, symbolic, and experiential basic consumer needs. According to Keller (1993:4), consumer needs and brand associations are related. Brand associations should have three important features in their infrastructure. These characteristics are expressed as qualities, benefits, and attitudes. Among these features benefit refers to the values that consumers can add to themselves from a service or product. These benefits are examined in three dimensions as functional, symbolic, and experiential. Three-dimensional utility concepts have been studied with different perspectives by different researchers in the literature. Roth (1995: 164) examined this in three groups as functional benefits (i.e., giving benefits for basic needs), social benefits (i.e., the feeling of belonging to a group) and sensory benefits (i.e., for seeking novelty and difference). Hsieh (2002: 54) highlighted the economic-symbolic dimension in which economic benefits stand out, the sensory dimension in which exciting and pleasurable benefits stand out, and the utilitarian dimension in which features such as reliability and longevity come to the fore.

In a study which examines market segmentation methods for the cosmetics industry in Korea, symbolic, functional, and experiential benefits were used. A three-dimensional scale has been developed to examine the benefit to be obtained from the use of skin care and make-up products. The functional dimension includes benefits for properties such as providing skin softness and elasticity and covering imperfections. Concepts such as aesthetic suitability and fashion suitability are mentioned under symbolic benefits. Experiential benefits include benefits derived from post-use experience. (Kim & Lee, 2011: 160). Based on the Kim and Lee (2011)'s study, Çabuk and Südaş (2013) evaluated cosmetic product purchases from an environmental perspective and formed the final version of the cosmetic product purchase dimensions scale. In their scale, the functional dimension, which includes the benefits such as softness, flexibility and moisture expected from the cosmetic product, and the symbolic dimension, which includes benefits such as closing the defects, being fashionable or providing attractiveness, were used. Differently, Çabuk and Südaş have brought environmental benefits to the scale as a third dimension. The environmental dimension includes the benefits such as not containing harmful chemicals and not harming human and environmental health.

The requirements that motivate the consumer to seek and find products and services that prevent a problem that may occur and regulate an unexpected situation are called consumer functional needs. A brand with a concept of functional benefit is defined as a brand that exists to meet the external needs of the consumer (Park et al. 1986: 136). The benefit to be obtained from the brand refers to the

features of that brand or product. For example, the benefits that the consumer receives for their basic needs such as security and shelter can be evaluated in this group (Keller, 1993: 4). These benefits are related to the real functional advantages provided by product and service features and consumption (Sondoh et al., 2007: 87). Unlike functional needs, symbolic needs express internal needs, It is the desire for products that addresses to people's egos, such as self-development and belonging to a group. Brands that associate consumers with a group, image or role must have a symbolic brand concept (Park et al. 1986: 136). Consumers may prefer a particular brand not because of the features of the product, but because of its prestige, fashion suitability or relationship with its current position (Keller, 1993: 4). It becomes important for a business or brand to be ethically appropriate for consumers. The fact that the products do not harm human health and nature has become an important criterion in the preferences of consumers (Çabuk and Südaş, 2013: 116). With the effect of this situation, the concept of socially responsible consumption has developed and new concepts such as green consumption, ethical consumption and sustainable consumption have been added to the literature. (Meydan, 2017: 234-235).

According to Elkington and Hailes (1989, as cited in Strong, 1996: 5), green consumers do not prefer businesses that harm human health or the environment, are not sensitive to energy saving, harm animals, and use substances obtained from extinct species in the production, consumption, and disposal processes of products. Consumers, who do not consume from businesses that employ workers under illegal conditions, do not provide fair wages and working conditions, and have unfair commercial agreements, are called ethical consumers. The concept of human is at the center of ethical consumption (Strong, 1996: 5). Definitions in the literature on sustainable consumption are generally related to the production process. It is consumer's consumption behavior for businesses that save energy in production, can manage waste and are sensitive to environmental problems. Another definition for sustainable consumption is to reduce the consumption level and to lead a simpler lifestyle (Mont & Plepys, 2008: 532). Cosmetic products are a product group that is especially focused on female consumers. It is stated that products used for cosmetic purposes may pose a risk due to some harmful substances. The environmental perspective comes to the fore in the consumption of cosmetic products by female consumers. The environmental benefits that women expect from cosmetic products are evaluated under the environmental dimension (Çabuk & Südaş, 2013: 115-117).

4. METHOD

4.1. Purpose of Research and Model

The primary purpose of the research is to examine the relationship between brand experience and cosmetic product purchasing dimensions. The framework of the proposed model is given below (see Figure 2).

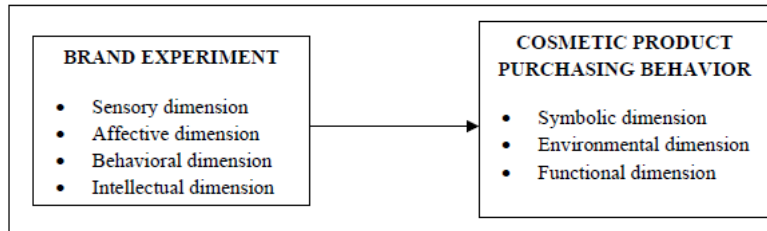


Figure 2. Proposed Model of Research

In the research, two cosmetic brands were preferred. Those brands are widely used by the women in Turkey, have high purchasing rates and have two different price levels. One of them is Flormar, a local cosmetics brand, and the other is MAC, a global cosmetics brand. In addition to the availability of these two brands in large cosmetic chain markets, and the fact that they have their own stores as well, help them to reach out many female consumers easily.

4.2. Determination of Population, Sampling and Data Collection Method

The population of this study consists of all female consumers who shop from these companies. Due to time and budget constraints in the study, the convenience sampling method, which is one of the non-probability sampling methods, was used in the sample selection. For the data collection, online questionnaire method was used, and the questionnaire form created by the authors was shared over the internet. To eliminate participants who never used the brands, a filter question "Do you use the brands mentioned ever?" was asked at the very beginning of the survey. The survey of those who answered no to this question was terminated. Since the research was conducted over the internet, to provide respondents answering all the questions, no transition to another question statement was allowed before each question statement was answered.

The data of the research were collected between 10 August and 6 November 2019. In addition, no inconsistency and missing data were found in the surveys conducted by the authors. A total of 400 questionnaires were collected, 200 of which belonged to Flormar and 200 of which belonged to MAC brands. First, the data of the two companies included in the research were compared on a scale basis. As a result of the t-test, it was determined that there was a difference between both companies on the basis of scale. Therefore, the model and data analysis proposed in the research will be tested separately for each brand. The research is a descriptive study and SPSS and AMOS statistical programs were used for data analysis.

4.3. Questionnaire Form Design and Scales

The questionnaire form used in the research consisted of three parts. In the first part, the respondents were asked about the frequency of use of the relevant brands and the products they prefer. In the second part of the questionnaire, a 12-item scale about brand experience by Brakus et al. (2009), and

the 13-item scale related to the dimensions of cosmetic product purchasing behavior by Çabuk et al. (2013) was used. The items in the specified scales were asked in the form of a 5-point Likert scale. (1=Strongly Disagree, 5=Strongly Agree). In the third and last part of the questionnaire, questions about the demographic characteristics of the respondents were asked.

5. FINDINGS

5.1. Sample Profile

	Frequency	Percentage (%)		Frequency	Percentage (%)
MARITAL STATUS			INCOME STATE		
Single	216	54	500 TL and below	35	8,79
Married	184	46	501 - 1000 TL	16	4,01
AGE			1001 - 2000 TL	48	12,03
18-25	107	26,75	2001 - 3000 TL	94	23,55
26-35	138	34,5	3001 - 4000 TL	75	18,53
36-49	98	24,5	4001 - 5000 TL	62	15,53
50 and above	57	14,25	5001 TL and above	70	17,54
OCCUPATION			EDUCATIONAL BACKGROUND		
Private Sector Employee	156	39	Primary School Graduate	4	1
Public Employee	47	11,75	Secondary School Graduate	17	4,25
Student	72	18	High School Graduate	129	32,25
Housewife	60	15	University (Associate degree)	100	25
Retired	33	8,25	University (Undergraduate)	111	27,75
Unemployed	32	8	University (Postgraduate)	39	9,75

Table 1. Demographic Characteristics of Responders

Table 1 presents the demographic characteristics of respondents. 54% of the women participating in the survey are single and 34.5% are between the ages of 26-35. When the income distribution of the respondents was examined, it was determined that 23.55% of them were in the range of 2001-3000 TL. It is seen that 27.75% of the respondents are university (undergraduate) graduates, 39% are private sector employees and 18% are public employees.

5.2. Shopping Behaviors of Participants for MAC and FLORMAR Branded Products

Products	FLORMAR		MAC		Products	FLORMAR		MAC	
	Frequency	Percentage (%)	Frequency	Percentage (%)		Frequency	Percentage (%)	Frequency	Percentage (%)
Lipstick	109	54,5	153	76,5	Lip Care Products	22	11	16	8
Mascara	84	42	134	67	Eye Makeup Remover	17	8,5	19	9,5
Eye Shadow	80	40	114	57	Nail Care Products	33	16,5	3	1,5
Blush	55	27,5	138	69	Bronzer	9	4,5	26	13
Nail Polish	133	67,5	48	24	Face Brush	12	6	23	11,5
Foundation	51	25,5	125	62,5	Artificial Nails	2	1	30	15
Eye Pen	81	40,5	61	30,5	Body Sprav	4	2	26	13
Powder	30	15	87	43,5	Nail Polish Drver	26	13	3	1,5
Concealer	32	16	72	36	Lip Brush	5	2,5	20	10
Highlighter	27	13,5	71	35,5	Mask	15	7,5	10	5
Lip Pen	55	27,5	42	21	CC Cream	13	6,5	8	4
Make Up Tools	17	8,5	69	34,5	Contour	4	2	16	8
Liquid Eyeliner	55	27,5	23	11,5	Post Makeup Products	7	3,5	13	6,5
Brush Set	9	4,5	65	32,5	Makeup Remover Cottons	9	4,5	9	4,5
Moisturizer	8	5	62	31	Shower Gel	4	2	13	6,5
BB Cream	38	19	25	12,5	Hand And Body Moisturizer	12	6	4	2
Eye Brow Mascara	24	12	35	17,5	Nail Art Products	10	5	5	2,5
Makeup Base	14	7	42	21	Eye Makeup Base	5	2,5	9	4,5
Lip Gloss	23	11,5	33	16,5	Brush Cleaner	7	3,5	7	3,5
Makeup Removers	10	5	42	21	File	8	4	4	2
False Lashes	2	1	47	23,5	Body Makeup Products	3	1,5	5	2,5
Eye and eyebrow brush	15	7,5	31	15,5	Nail scissors	3	1,5	4	2
Nail Polish Remover	35	17,5	9	4,5	Lip Base	2	1	2	1
Sponges	8	4	30	15	Manicure Tools	1	0,5	1	0,5

Table 2. Products Respondents Prefer to Purchase

Table 2 represents the products that respondents prefer to buy from Flormar and MAC. Accordingly, respondents' most preferred product from Flormar is nail polish, (67.5%), lipstick (54.5%) and mascara (42%). The most preferred products from MAC were lipstick (76.5%, 76%), 5), blush (69%) and mascara (67%).

	FLORMAR		MAC	
	Frequency	Percentage (%)	Frequency	Percentage (%)
Once in two weeks	12	6	2	1
Once in a month	39	19,5	28	14
Once in two months	35	17,5	48	24
Once in six months	55	27,5	61	30,5
Once in a year	42	21	40	20
Less than once in a year	17	8,5	21	10,5
TOPLAM	200	100	200	100

Table 3. Shopping Frequency Distribution of Respondents

Table 3 represents how often the participants buy the specified branded products. It was revealed that 27.5% of the respondents who use Flormar products have a shopping frequency “once every six months”, while 19.5% of them shop once a month. It was found that 30.5% of the respondents using a MAC product shop every six months, while 24% shop every two months.

5. 3. Mean and Standard Deviation Values of Scales

According to Table 4, for the sensory dimension of brand experience the variable with the highest average score for both brands is “I find ... brand interesting in a sensory way”. When the affective dimension is examined, the items with the highest average scores for Flormar are “... brand induces my feelings and sentiments” and “... brand appeals to emotions” items, while the highest average score for the MAC brand is “...brand appeals to emotions” (3.55) item. For the behavioral dimension, for both brands, “... brand results in bodily experiences” (2.97) has emerged as the variable with the highest average score. Finally, “... brand stimulates my curiosity and encourages my desire to do make-up/skin care” (3,18) is the item with the highest average in intellectual dimension for both brands. In addition, considering the averages of both brands on the brand experience scale, it is seen that MAC brand has higher values compared to Flormar brand.

Question Number	Items	FLORMAR		MAC	
		Mean	Standard Deviation	Mean	Standard Deviation
SD1	... brand makes a strong impression on one of my senses	3,23	1,064	3,72	1,016
SD2	I find ... brand interesting in a sensory way.	3,38	1,077	3,78	1,003
SD3	... brand appeal to my senses	2,93	1,039	3,33	0,995
AD1	... brand induces my feelings and sentiments	3,02	0,980	3,52	0,976
AD2	I have strong emotions for ... brand	2,89	0,988	3,53	1,000
AD3	... brand appeals to emotions	3,02	0,982	3,55	0,993
BD1	I engage in physical actions and behaviors when I use ... brand.	2,8	1,004	3,34	1,000
BD2	... brand results in bodily experiences.	2,97	1,024	3,37	9,83
BD3	... brand is action oriented	2,93	1,012	3,32	9,8
ID1	I engage in a lot of thinking when I encounter ... brand.	2,70	0,962	3,39	0,983
ID2	... brand makes me think.	2,64	0,968	3,28	0,998
ID3	... brand stimulates my curiosity and encourages my desire to do make-up/skin care	3,18	1,118	4,14	1,148

SD: Sensory Dimension; AD: Affective Dimension; BD: Behavior Dimension; ID: Intelligence Dimension; 1= Strongly disagree,..... 5= Strongly Agree.

Table 4. Mean and Standard Deviation Values of the Brand Experience Scale

The mean and standard deviation values of the cosmetic product purchasing behavior scale are shown in Table 5. According to the table, when the symbolic dimension is examined, the variable with the highest average score for the Flormar brand is "It is important for me to buy that products should be compatible with my sense of fashion." (3.86), while the variable with the highest average score for the MAC brand is "It is important for me to buy that products should cover my flaws" (4.38). For the environmental dimension, Flormar brand has the highest average score of 4.38 for both "It is important for me to buy that products should not harm the environment" and "It is important for me to buy that products should not harm human health" items. Similarly, the MAC brand has the highest average score for "It is important for me to buy that products should not harm human health" item (4,62).

For the functional dimension is examined, it is seen that "It is important for me to buy that products should protect my skin" item has the highest average for both brands. Furthermore, as in the brand experience scale, it is determined that the average of the items belonging to the MAC brand was higher than the average of the items belonging to the Flormar brand in the cosmetic product purchasing behavior scale.

Question Number	Items	FLORMAR		MAC	
		Mean	Standard Deviation	Mean	Standard Deviation
SED1	It is important for me to buy that products should cover my flaws	3,66	1,146	4,38	0,969
SED2	It is important for me to buy that products should show my aesthetic side	3,85	1,037	4,37	0,947
SED3	It is important for me to buy that products should be compatible with my sense of fashion	3,86	1,024	4,3	1,003
SED4	It is important for me to buy that products should make me look more attractive	3,85	1,018	4,31	0,988
SED5	It is important for me to buy that products should help me look bright	3,82	1,023	4,30	0,962
SED6	It is important for me to buy that products should help me look more confident	3,75	1,026	4,21	0,968
ED1	It is important for me to buy that products should not have harmful chemicals	4,33	0,983	4,57	0,842
ED2	It is important for me to buy that products should not harm human health	4,38	0,970	4,62	0,812
ED3	It is important for me to buy that products should not harm the environment	4,38	0,959	4,52	0,845
FD1	It is important for me to buy that products should give softness feeling	4,20	1,012	4,33	0,902
FD2	It is important for me to buy that products should give elasticity of my face and reduce my wrinkles	4,02	1,022	4,36	0,982
FD3	It is important for me to buy that products should hydrate my skin	4,13	0,999	4,37	0,875
FD4	It is important for me to buy that products should protect my skin	4,26	0,972	4,43	0,877

SED: Symbolic Dimension; ED: Environmental Dimension FD: Functional Dimension; 1= Strongly disagree,..... 5= Strongly Agree.

Table 5. Mean and Standard Deviation Values of the Cosmetic Product Purchasing Behavior Scale

5. 4. Scale Reliability and Validity

According to George and Mallery (2001:209), reliability analysis is an analysis technique used to measure the internal consistency of items in a certain scale, as well as whether they are compatible with each other. The scales of the brands included in the research were subjected to reliability analysis separately. Accordingly, the reliability analysis of the brand experience scale for Flormar brand is found to be 0.940, and the reliability analysis of the cosmetic product purchasing behavior scale is 0.963. The Cronbach Alpha value of the brand experience scale for MAC brand is 0.950 and the Cronbach's Alpha value of the cosmetic product purchasing behavior scale is 0.973. When the reliability analysis result of the items in a certain scale is above 0.70, and therefore it can be said that the scale is reliable (Nunnaly, 1979). Considering the results of all reliability analyzes, it can be said that the scales are reliable, considering that they meet this requirement.

5.5. SEM Analysis Results

In the study, exploratory factor analysis was applied to the scales belonging to both brands separately. Thus, it was examined whether the basic structure of the scales was preserved or not. According to the analysis, both the experience scale and the cosmetic product purchasing behavior scale belonging to the Flormar brand were collected in two dimensions. In the analysis for the MAC brand, the experience scale appeared in one dimension and the cosmetic product purchasing behavior scale in two dimensions. However, it was determined that the items in the specified dimensions were gathered under dimensions other than the original and the dimensions obtained were not significant. Therefore, it was decided to use the original structure of the scales specified for both brands. In the original structure, the brand experience scale was developed in 4 dimensions as “sensory dimension”, “affective dimension”, “behavioral dimension” and “intellectual dimension” by Brakus et al. (2009). The cosmetic product purchasing behavior scale, on the other hand, is handled in three dimensions as “symbolic dimension”, “environmental dimension” and “functional dimension” (Çabuk et al., 2013).

Structural equation modellings were used to evaluate the analyzes of the scales of each brand and to test the proposed model. Structural equation modellings are used as a basic method in determining the multiple relationships between independent and dependent variables (Şimşek, 2007:12; Bayram, 2010:48). The purpose of such models is to show how the theory is similar or compatible with the research findings by testing the theoretically constructed model (Hair et al., 1998).

To test the construct validity of the scales used, first-level confirmatory factor analysis was performed on all scales of both brands separately. Testing the validity of the scales, it was determined that the adaptive values produced by the measurement models created were not within the limits of acceptable adaptive values. Therefore, the modifications suggested by the AMOS program have been made. According to the modifications made, 2 items were extracted from both the brand experience and cosmetic product purchasing behavior scales of the two brands. The dimensions of the extracted items are shown in Table 6.

BRAND	SCALE	DIMENSION	NUMBER OF ITEMS	NUMBER OF ITEMS EXTRACTED
FLORMAR	Brand Experience	Sensory Dimension	3	1
		Affective Dimension	3	-
		Behavioral Dimension	3	-
		Intellectual Dimension	3	1
	Cosmetic Product Purchasing Behavior	Symbolic Dimension	6	-
		Environmental Dimension	3	1
		Functional Dimension	4	1
MAC	Brand Experience	Sensory Dimension	3	1
		Affective Dimension	3	-
		Behavioral Dimension	3	1
		Intellectual Dimension	3	-
	Cosmetic Product Purchasing Behavior	Symbolic Dimension	6	2
		Environmental Dimension	3	-
		Functional Dimension	4	-

Table 6: Changes Made on Scales

BRAND	SCALE	X ²	df	X ² / df	GFI	CFI	RMSEA
FLORMAR	Brand Experience	48,572	29	1,675	0,954	0,988	0,058
	Cosmetic Product Purchasing Behavior	87,528	41	2,135	0,928	0,981	0,076
MAC	Brand Experience	67,700	29	2,334	0,942	0,979	0,082
	Cosmetic Product Purchasing Behavior	85,118	41	2,076	0,933	0,985	0,074
Good Fit*				≤ 3	≥ 0,90	≥ 0,97	≤ 0,05
Acceptable Adaptive Value*				≤ 4-5	0,89 - 0,85	≥ 0,95	0,06 - 0,08

p > 0.05, X²= Chi-Square; df=Degree of Freedom; GFI= Goodness of Fit Index; CFI= Comparative Fit Index; RMSEA= Root Mean Square Error of Approximation

Reference: Meydan, C.H. ve Şeşen, H. (2011). Yapısal Eşitlik Modellemesi Amos Uygulamaları, Ankara: Detay Yayıncılık, p.37.

Table 7. Adaptive Values of Scales

In Table 7, the adaptive values of the scales are given. Since the adaptive values in Table 7 are within acceptable limits, the four-factor structure of the brand experience scale and the three-factor structure of the cosmetic product purchasing behavior scale were confirmed for both brands. After the confirmatory factor analysis, the factor loadings, average variance extracted (AVE), combined reliability coefficients (CR) and Cronbach Alpha coefficients of the scales for both brands are summarized in Table 8 separately.

Scales	Dimensions	FLORMAR					MAC																																																																																																																												
		Items	Factor Loading	AVE	Cronbach Alfa	CR	Items	Factor Loading	AVE	Cronbach Alfa	CR																																																																																																																								
BRAND EXPERIENCE	Sensory Dimension (SD)	SD1	0.87	0.801	0.890	0.889	SD1	0.92	0.846	0.930	0.916																																																																																																																								
		SD2	0.92				SD2	0.92				Affective Dimension (AD)	AD1	0.87	0.903	0.928	0.930	AD1	0.89	0.872	0.949	0.953	AD2	0.90	AD2	0.95	AD3	0.94	AD3	0.96	Behavior Dimension (BD)	BD1	0.83	0.816	0.891	0.895	BD1	0.86	0.765	0.870	0.867	BD2	0.91	BD2	0.89	Intellectual Dimension (ID)	ID1	0.89	0.774	0.868	0.872	ID1	0.90	0.703	0.859	0.874	ID2	0.87	ID2	0.93	ID3	0.66	ID3	0.66	COSMETIC PRODUCT PURCHASING BEHAVIOR	Symbolic Dimension (SED)	SED1	0.77	0.729	0.935	0.921	SED1	0.91	0.838	0.953	0.953	SED2	0.86	SED2	0.91	SED3	0.63	SED3	0.87	SED4	0.89	SED4	0.96	SED5	0.87	SED5	0.92	SED6	0.84			Environmental Dimension (ED)	ED1	0.96	0.950	0.976	0.974	ED1	0.96	0.896	0.963	0.962	ED2	0.99	ED2	0.95	ED3	0.99	ED3	0.93	Functional Dimension (FD)	FD1	0.97	0.866	0.949	0.951	FD1	0.92	0.828	0.950	0.950	FD2	0.87	FD2	0.87	FD3
	Affective Dimension (AD)	AD1	0.87	0.903	0.928	0.930	AD1	0.89	0.872	0.949	0.953																																																																																																																								
		AD2	0.90				AD2	0.95																																																																																																																											
		AD3	0.94				AD3	0.96																																																																																																																											
	Behavior Dimension (BD)	BD1	0.83	0.816	0.891	0.895	BD1	0.86	0.765	0.870	0.867																																																																																																																								
		BD2	0.91				BD2	0.89																																																																																																																											
	Intellectual Dimension (ID)	ID1	0.89	0.774	0.868	0.872	ID1	0.90	0.703	0.859	0.874																																																																																																																								
		ID2	0.87				ID2	0.93																																																																																																																											
		ID3	0.66				ID3	0.66																																																																																																																											
COSMETIC PRODUCT PURCHASING BEHAVIOR	Symbolic Dimension (SED)	SED1	0.77	0.729	0.935	0.921	SED1	0.91	0.838	0.953	0.953																																																																																																																								
		SED2	0.86				SED2	0.91																																																																																																																											
		SED3	0.63				SED3	0.87																																																																																																																											
		SED4	0.89				SED4	0.96																																																																																																																											
		SED5	0.87				SED5	0.92																																																																																																																											
		SED6	0.84																																																																																																																																
	Environmental Dimension (ED)	ED1	0.96	0.950	0.976	0.974	ED1	0.96	0.896	0.963	0.962																																																																																																																								
		ED2	0.99				ED2	0.95																																																																																																																											
		ED3	0.99				ED3	0.93																																																																																																																											
	Functional Dimension (FD)	FD1	0.97	0.866	0.949	0.951	FD1	0.92	0.828	0.950	0.950																																																																																																																								
		FD2	0.87				FD2	0.87																																																																																																																											
		FD3	0.95				FD3	0.94																																																																																																																											
		FD4	0.91				FD4	0.91																																																																																																																											

Table 8. Factor Loadings for Scales, AVE, CR and Cronbach Alpha Coefficients

In order to meet the convergent validity conditions, the combined reliability coefficient (CR) should be equal to or greater than 0.70 and the average variance extracted value (AVE) should be equal to or greater than 0.50 (Fornell & Larcker, 1981). When the table above is examined, the AVE values for the Flormar brand are between 0.729 and 0.950, and the CR values are between 0.872 and 0.974; For the MAC brand, the AVE values were found to be between 0.703 and 0.896, and the CR values were between 0.867 and 0.962. When Cronbach Alpha values are examined, it is 0.868 to 0.976 for Flormar brand; For the MAC brand, it was determined between 0.859 and 0.950. In the view of such information, it has been found that all the conditions for convergent validity of both brands are met.

FLORMAR	SD	AD	BD	ID	SED	ED	FD
SD	(0,894)						
AD	0,661**	(0,950)					
BD	0,551**	0,747**	(0,903)				
ID	0,400**	0,578**	0,597**	(0,879)			
SED	0,398**	0,318**	0,287**	0,312**	(0,853)		
ED	0,372**	0,261**	0,243**	0,251**	0,626**	(0,974)	
FD	0,322**	0,277**	0,261**	0,204**	0,714**	0,802**	(0,930)
MAC	SD	AD	BD	ID	SED	ED	FD
SD	(0,919)						
AD	0,731**	(0,933)					
BD	0,568**	0,710**	(0,874)				
ID	0,627**	0,741**	0,661**	(0,838)			
SED	0,699**	0,667**	0,558**	0,651**	(0,915)		
ED	0,584**	0,492**	0,410**	0,441**	0,735**	(0,946)	
FD	0,560**	0,481**	0,352**	0,472**	0,790**	0,836**	(0,909)

** $p < 0,01$ ($N=200$)

Table 9. Table of Correlation Coefficients

In Table 9, the correlation coefficients between all dimensions for both brands are given. The square root values of the average variance extracted (AVE) are shown in the values in parentheses. According to Fornell and Larcker (1981), when the square root values of the explained variance and the correlation coefficients were compared with each other, it is stated that discriminant validity is achieved when the square root values are higher than the values in their own row and column. Accordingly, it is determined that discriminant validity is achieved when the square root values of the variance explained by the correlation coefficients are considered.

The structural equation model created to test the hypotheses of the research for the Flormar brand is shown in Figure 3. Accordingly, the Chi-square value of the model (X^2) is 376,190, degrees of freedom (df) is 171, X^2/df is 2,200, goodness fit index coefficient (GFI) is 0.850, the comparative fit index coefficient

(CFI) is 0.950 and the root mean square error coefficient (RMSEA) of approximate errors is 0.078. The structural equation model created for the MAC brand to hypothesize the research is shown in Figure 4. Accordingly, the Chi-square value of the model (X^2) is 467,470, degrees of freedom (df) is 171, X^2/df is 2.734, goodness fit index coefficient (GFI) is 0.851, the comparative fit index coefficient (CFI) is 0.941 and the root mean square error coefficient (RMSEA) of approximate errors is 0.082. Since the specified adoptive values are within acceptable limits, it has been observed that sufficient evidence is provided that the model is structurally appropriate (Meydan & Şeşen, 2007:137).

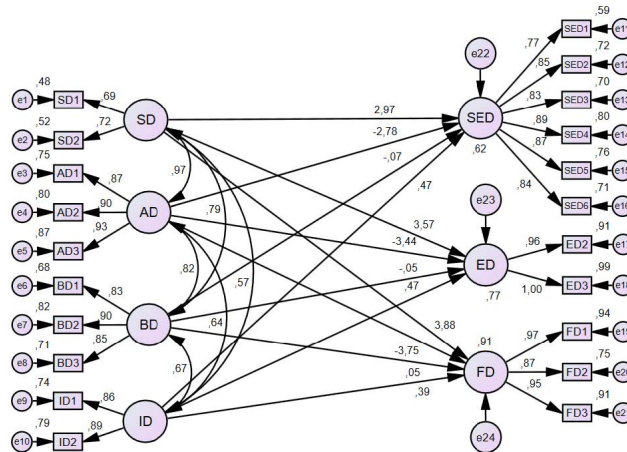


Figure 3. Structural Equation Modeling (Flormar)

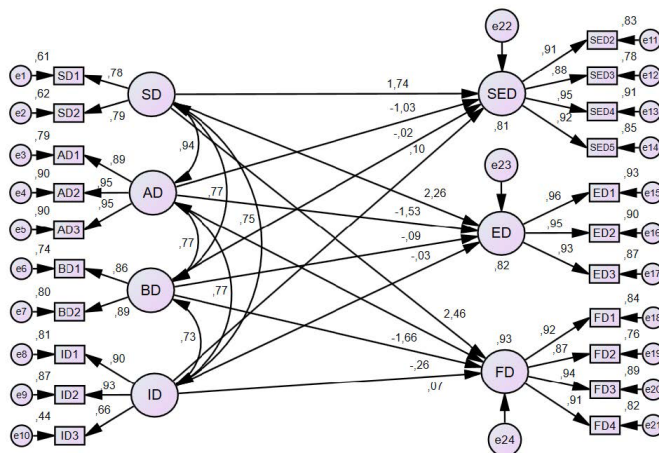


Figure 4. Structural Equation Modeling (MAC)

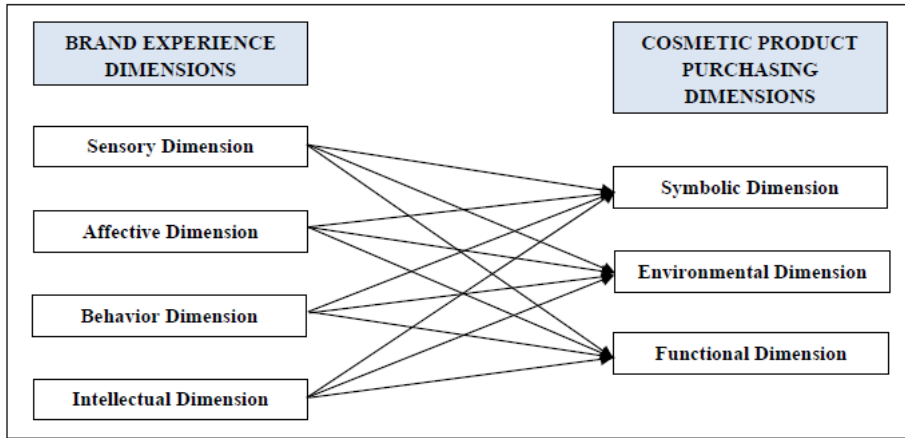


Figure 5. Research Model Revised After Structural Equation Modeling

H_{1a} : The sensory dimension has a statistically significant effect on the symbolic dimension. (Flormar = H_{1af}) (MAC= H_{1am})

H_{1b} : The sensory dimension has a statistically significant effect on the environmental dimension. (Flormar = H_{1bf}) (MAC = H_{1bm})

H_{1c} : The sensory dimension has a statistically significant effect on the functional dimension. (Flormar = H_{1cf}) (MAC= H_{1cm})

H_{2a} : The affective dimension has a statistically significant effect on symbolic dimension. (Flormar = H_{2af}) (MAC= H_{2am})

H_{2b} : The affective dimension has a statistically significant effect on the environmental dimension. (Flormar = H_{2bf}) (MAC= H_{2bm})

H_{2c} : The affective dimension has a statistically significant effect on the functional dimension. (Flormar = H_{2cf}) (MAC= H_{2cm})

H_{3a} : The behavioral dimension has a statistically significant effect on the symbolic dimension. (Flormar = H_{3af}) (MAC= H_{3am})

H_{3b} : The behavioral dimension has a statistically significant effect on the environmental dimension. (Flormar = H_{3bf}) (MAC= H_{3bm})

H_{3c} : Behavioral dimension has a statistically significant effect on functional dimension. (Flormar = H_{3cf}) (MAC= H_{3cm})

H_{4a} : The intellectual dimension has a statistically significant effect on the symbolic dimension. (Flormar = H_{4af}) (MAC= H_{4am})

H_{4b} : The intellectual dimension has a statistically significant effect on the environmental dimension. (Flormar = H_{4bf}) (MAC= H_{4bm})

H_{4c} : The intellectual dimension has a statistically significant effect on the functional dimension. (Flormar = H_{4cf}) (MAC= H_{4cm})

According to the models created for both brands, the standardized beta coefficients, standard error, critical ratio, significance value (p) and R² values between the variables are summarized in Table 10.

BRAND	DIMENSIONS		Standardized Coefficients (B)	Standart Error	Critical Value	p	R ²
FLORMAR	Symbolic Dimension (SD)	Sensory Dimension	2,97	0,954	3,739	***	0,62
		Affective Dimension	2,78	0,905	3,184	0,001	
		Behavioral Dimension	-0,07	0,397	-0,196	0,845	
		Intellectual Dimension	0,47	0,292	1,702	0,089	
	Environmental Dimension (ED)	Sensory Dimension	3,57	1,157	3,894	***	0,77
		Affective Dimension	3,44	1,104	3,407	***	
		Behavioral Dimension	-0,05	0,490	-0,118	0,906	
		Intellectual Dimension	0,47	0,358	1,474	0,141	
	Functional Dimension (FD)	Sensory Dimension	3,88	1,322	3,918	***	0,91
		Affective Dimension	3,75	1,261	3,429	***	
		Behavioral Dimension	0,05	0,558	0,103	0,918	
		Intellectual Dimension	0,39	0,407	1,118	0,264	
MAC	Symbolic Dimension (SD)	Sensory Dimension	1,74	0,324	6,535	***	0,81
		Affective Dimension	1,03	0,294	3,730	***	
		Behavioral Dimension	-0,02	0,174	-0,116	0,907	
		Intellectual Dimension	0,10	0,163	0,672	0,502	
	Environmental Dimension (ED)	Sensory Dimension	2,26	0,379	6,830	***	0,82
		Affective Dimension	1,53	0,348	4,429	***	
		Behavioral Dimension	-0,09	0,205	-0,463	0,643	
		Intellectual Dimension	-0,03	0,192	-0,169	0,866	
	Functional Dimension (FD)	Sensory Dimension	2,46	0,421	6,844	***	0,93
		Affective Dimension	1,66	0,380	4,480	***	
		Behavioral Dimension	-0,26	0,223	-1,230	0,219	
		Intellectual Dimension	0,07	0,207	0,367	0,714	

Table 10. Structural Equation Model Coefficients

According to Table 10, for Flormar brand there is no significant effect of behavioral and intellectual dimensions over symbolic dimension, environmental dimension, and functional dimension since $p > 0.05$. Therefore H_{3af} , H_{3bf} , H_{3cf} , H_{4af} , H_{4bf} and H_{4cf} hypothesis for Flormar brand is rejected. It is found that, sensory dimension of brand experience scale has an effect over symbolic dimension ($\beta=2,97$; $p < 0,05$), environmental dimension ($\beta=3,57$; $p < 0,05$) and functional dimension ($\beta=3,88$; $p < 0,05$) of cosmetic product purchasing behavior scale. Therefore, the hypotheses H_{1af} , H_{1bf} and H_{1cf} are accepted. Similarly, the affective dimension of brand experience scale has an effect over symbolic dimension ($\beta=2,78$; $p < 0,05$), environmental dimension ($\beta=3,44$; $p < 0,05$) and functional dimension ($\beta=3,75$; $p < 0,05$) of cosmetic product purchasing behavior scale. Thus, H_{2af} , H_{2bf} and H_{2cf} hypotheses are accepted. After examining Squared Multiple Correlations (R^2) values of Flormar, it shows that 62% of symbolic dimension, 77% of environmental dimension and 91% of functional dimension can be explained.

According to Table 10, for MAC brand there is no statistically significant effect of behavioral and intellectual dimensions over symbolic dimension, environmental dimension and functional dimension since $p > 0.05$. Therefore H_{3am} , H_{3bm} , H_{3cm} , H_{4am} , H_{4bm} and H_{4cm} hypothesis for MAC brand is rejected. It is found that, sensory dimension of brand experience scale has an effect over symbolic dimension ($\beta=1,74$;

$p < 0,05$), environmental dimension ($\beta = 2,26$; $p < 0,05$) and functional dimension ($\beta = 2,46$; $p < 0,05$) of cosmetic product purchasing behavior scale. Therefore, the hypotheses H_{1am} , H_{1bm} and H_{1cm} are accepted. Similarly, the affective dimension of brand experience scale has an effect over symbolic dimension ($\beta = 1,03$; $p < 0,05$), environmental dimension ($\beta = 1,53$; $p < 0,05$) and functional dimension ($\beta = 1,66$; $p < 0,05$) of cosmetic product purchasing behavior scale. Thus, H_{2am} , H_{2bm} and H_{2cm} hypotheses are accepted. After examining Squared Multiple Correlations (R^2) values for MAC, it shows that 8% of symbolic dimension, 82% of environmental dimension and 9% of functional dimension can be explained.

6. DISCUSSION OF THE RESULTS

When the demographic characteristics of the respondents in the study are examined, 61.25% of the participants are between the ages of 18-35, 46% are single, 51.6% have a monthly income of 3001 TL and above, 39% have private sector employees and 37% of them were university undergraduate or graduate graduates (See: Table 1). The most preferred Flormar products by the participants are nail polish (67.5%), lipstick (54.5%) and mascara (42%), respectively, while the least preferred products are manicure materials (0.5%), false eyelashes (1%), false nails (1%) and lip base (1%). The most preferred MAC products by the participants were lipstick (76.5%), blush (69%) and mascara (67%), while manicure materials (0.5%), lip balm (1%), nail care products (1.5%) and nail polish dryer (1.5%) are the least preferred products (See: Table 2). Based on these results, it can be thought that consumers who prefer both brands generally buy more make-up materials that they use daily. In addition, when the two brands are compared, considering that the Flormar brand belongs to the company that produces the first domestic nail polish in Turkey, it can be said that female consumers trust the Flormar brand in their nail polish purchases.

In the brand experiment scale the items which are *"I find ... brand interesting in a sensory way."* and *"... brand stimulates my curiosity and encourages my desire to do make-up/skin care"* have the highest average scores for both brands. In addition, it was found that the averages of the items in the specified scale were higher in the MAC brand. (See: Table 3). Based on these results, it can be thought that consumers are curious to experience the products of the specified brands, and the products create a desire for consumers to apply any skin care procedure. In addition, it can be thought that MAC brand consumers have more brand experience than Flormar brand consumers, both in behavioral, sensory, emotionally, and intellectually. The product lines of the MAC brand include many products for professional use. For this reason, it can be thought that it is preferred not only for personal use, but also for professional use. Therefore, it may be possible for women to associate the MAC brand with night make-up and professional make-up. This may explain why behavioral and intellectual experience is particularly effective. Considering the store atmospheres, the MAC brand can be thought of as having a unique store concept, colors, and scent. The fact that the testers and the appointment system for free make-up trial applications can cause consumers to have a more effective sensory experience. Although Flormar has its own stores like MAC, it can also be sold in chain markets and cosmetic stores. This may be the reason why consumer perception does not create such a special experience as MAC.

In the scale of cosmetic product purchasing behavior of Flormar, “*It is important for me to buy that ... products should not harm human health.*” (4,38) and “*It is important for me to buy that ... products should not harm the environment.*” (4,38) items were found to have the highest average score. In the scale of cosmetic product purchasing behavior of MAC brand, “*It is important for me to buy that ... products should not harm human health.*” (4,62) and “*It is important for me to buy that ... products should protect my skin*” (4,43) items were found to have the highest mean. In addition, it was found that the averages of the items in the specified scale were higher in the MAC brand. (See: Table 4). In the light of these information, it can be thought that the factors that consumers pay the most attention to when purchasing cosmetic products are that the products do not harm both their own health and the environment. In addition, for such products, it is also necessary for the users to protect their skin. It can be thought that brands that pay attention to all these issues will cause more purchases by consumers, thus causing consumers to be more attached to such brands. These findings obtained in this research support the conclusion of Çabuk and Südaş (2013) that ethical consumption and environmentalist perspective in the cosmetics industry can be preferred by female consumers.

Structural equation models were tested separately for the brands included in the research. As a result of this test, similar results emerged for both brands. Accordingly, it has been determined that the sensory and affective dimensions of the brand experience have a positive effect on the symbolic dimension, environmental dimension and functional dimension in cosmetic product purchasing behavior. In addition, the research revealed that behavioral and intelligence dimensions in brand experience do not have any effect on the symbolic dimension, environmental dimension and functional dimension in cosmetic product purchasing behavior. Due to the characteristics of the products, the cosmetics industry can appeal to all senses. According to the results obtained from the research findings, one of the most preferred purchased product is lipstick. In this sense, considering the lipstick product, its color, smell, texture, taste and even the sound of opening and closing the lid can be seen as an element of experience on consumers. It may be possible to interpret the reason why the sensory brand experience is extremely effective in terms of cosmetic products. By applying make-up or using cosmetic products, women can increase their body beauty, gain various advantages in their social lives, increase their self-confidence, and feel good by gaining inner satisfaction (Wax, 1957, Fabricant & Gould, 1993; Cash, Dawson, Davis, et al., 1989; Karabulut, Aytac & Akin, 2020). Therefore, affective experiences can be effective in cosmetic product purchases. In this sense, it may be possible to interpret the effect of affective brand experience on the purchasing dimensions of cosmetic products in this way.

As a result of examining the experience dimensions one by one on the dimensions of cosmetic product purchasing, it is seen that the sensory dimension has more impact on all dimensions of cosmetic product purchasing than the affective dimension in both brands. In this sense, for cosmetic products if the messages in marketing communication for the functional, symbolic, or environmental benefits of the product, it can be supportive to develop the sensory brand experience. Strategies such as in-store displays of products and free application sessions can be supportive. On the other hand, when both brands are compared in the effects of sensory and emotional brand experience, the effect coefficients of the two dimensions for the Flormar brand are seen to be very close to each other (See: Table 10). However,

in the MAC brand, the coefficients of the sensory and emotional dimensions are separated a little more clearly. Two brands are in different positions in the consumer mind in terms of brand image and brand personality. It can be thought that this is one of the underlying reasons for the difference between the effects of experiences. Examining the relationships between brand images, brand personalities and brand experiences of different brands in the cosmetics industry can contribute to this study.

Previous studies in the literature are mostly focused on the concepts that affect people's purchasing intentions. It has been supported by researches that brand experience has positive effects on consumer purchasing behavior. According to Sahin et al. (2011), as a result of the data analysis from the survey applied to 258 people, it is concluded that the brand experience has a strong effect on purchasing. The research of Moreira et al. (2017) reveals that sensory stimulation positively influences the brand experience which, has a positive effect on purchase intentions. Pınarbaşı et al. (2017) stated that brand experience has an impact on consumers' repurchase intentions. Sanjaya et al. (2020) reveals that brand experience has a significantly positive effect on purchase intention. Although this study has conceptually similar features with previous studies that concludes that brand experience has significant effect over purchase intention, unlikely this study examines the effect of brand experience dimensions on cosmetic product purchasing dimensions. This research is an original study since it is the first study in the literature to examine the effect of brand experience dimensions on cosmetic product purchasing dimensions.

7. LIMITATIONS AND RECOMMENDATIONS

Various suggestions can be given to similar studies that can be done in the future. First of all, the concepts that are the subject of the research were evaluated in terms of the cosmetics industry. Two cosmetic brands were used for this evaluation. Conducting similar studies in different industries may contribute the literature. The research has been evaluated for companies that mainly sell make-up products in the cosmetics sector and whose target market is female consumers. Therefore, only female consumers were sampled. By including companies that offer products for both female and male consumers, male consumers can be added to the sample and the results can be differentiated. In addition, considering that there is not much research in the literature on the dimensions of purchasing cosmetic products, examining the purchasing dimensions of consumers in terms of different industries may allow the evaluation of consumers' purchasing decisions.

REFERENCES

Altunışık, R., Özdemir, S. ve Torlak, Ö. (2011). Pazarlamaya Giriş. Sakarya: Sakarya Yayıncılık.

Bayram, N. (2010). Yapısal Eşitlik Modellemesine Giriş Amos Uygulamaları. İstanbul: Ezgi Yayınları.

Batı, U. (2018). Markethink ya da Farkethink. İstanbul: Destek Yayınevi.

Brakus, J.J., Schmitt, B.H. & Zaranto, L. (2009). Brand Experience: What Is It? How Is It Measured? Does It Affect Loyalty?. *Journal of Marketing*, 73(3),52-68.

Burns, A.C. & Bush, R.F. (2014). *Marketing Research*, 7. Edi. Pearson.

Cash, T. F., Dawson, K., Davis, P., Bowen, M., & Galumbeck, C. (1989). Effects of Cosmetics Use on the Physical Attractiveness and Body Image of American College Women. *The Journal of Social Psychology*, 129(3), 349–355.

Çabuk, S., & Südaş, H. D. (2013). Çevreci Bir Bakış Açısıyla Kadın Tüketicilerin Kozmetik Ürün Tüketim Davranışlarının İncelenmesi. *Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(1), 115-131.

Çetin, K. (2017). Marka Deneyiminin Güven, Tatmin ve Bağlılığa Etkisi. *Bilecik Şeyh Edebalı Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 2(2), 475-492.

Eckhardt, G. M. & Bengtsson, A. (2010). A Brief History of Branding in China. *Journal of Macromarketing*, 30(3), 210-221.

Fabricant, S. M. & Gould, S. J. (1993). Women's Makeup Careers: An Interpretive Study of Color Cosmetic Use and "Face Value". *Psychology & Marketing*, 10(6), 531–548.

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, P. (2001). *SPSS for Windows: A Simple Guide and Reference 10.0 Update*, Third Edition, USA: Allyn&Bacon Company.

Haigh, D. & İlgüner, M. (2012). *Marka Değeri*. İstanbul: Markating Yayınları.

Hair, J.F., Black, W.C., Babin, B.J. & Anderson R.E. (1998). *Multivariate Data Analysis*, Fifth Edition, New Jersey: Prentice-Hall Int.

Hsieh, M. H. (2002). Identifying Brand Image Dimensionality and Measuring the Degree of Brand Globalization: A Cross-National Study. *Journal of International Marketing*, 10(2), 46-67.

Kalyoncuoğlu, S. (2018). *Deneyimsel Pazarlama*. Ankara: Gazi Kitabevi.

Karabulut, F., Aytac, M. B., & Akin, E. (2020). Makeup Consumption and Islamic Religiosity. *Human Arenas*, 3, 534-551.

Keller, K. L. (1993). Conceptualizing, Measuring, and Managing Customer-Based Brand Equity. *Journal of marketing*, 57(1), 1-22.

Kim, T., & Lee, H. Y. (2011). External Validity of Market Segmentation Methods: A Study of Buyers of Prestige Cosmetic Brands. *European Journal of Marketing*, 153-169.

Koç, E. (2017). Temel Tüketici Davranışı ve Pazarlama Stratejileri. Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Kotler, P. & Armstrong, G. (2004). Principles of Marketing. New Jersey: Pearson.

Kotler, P., Kartajaya, H. & Setiawan, I. (2018). Pazarlama 4.0. (N. Özata, Çev.) İstanbul: Optimist.

Li, B. (2018). The Influence of Brand Experience on People's Revisit and Purchase Intention in the Context of China's Museum. *American Journal of Industrial and Business Management*, 8(3), 563-578.

Meydan, C.H. & Şeşen, H. (2011). Yapısal Eşitlik Modellemesi Amos Uygulamaları. Ankara: Detay Yayıncılık.

Meydan, B. (2017). Etik Tüketicinin Kozmetik Ürünü Satın Alma Kararı: Promethee Tekniği İle Bir Uygulama. *Uluslararası Akademik Yönetim Bilimleri Dergisi*, 3(4), 233-259.

Mont, O. & Plepys, A. (2008). Sustainable Consumption Progress: Should We Be Proud or Alarmed?. *Journal of Cleaner Production*, 16(4), 531-537.

Moore, K. & Reid, S. (2008). The Birth of Brand: 4000 Years of Branding. *Business History*, 50(4), 419-432.

Moreira, A. C., Fortes, N., & Santiago, R. (2017). Influence of Sensory Stimuli on Brand Experience, Brand Equity and Purchase Intention. *Journal of Business Economics and Management*, 18(1), 68-83.

Mucuk, İ. (2014). Pazarlama İlkeleri. İstanbul: Türkmen Kitabevi.

Nunnally, J. (1979). Psychometric Theory, New York: McGraw Hill.

Orth, U. R., & De Marchi, R. (2007). Understanding the Relationships Between Functional, Symbolic, and Experiential Brand Beliefs, Product Experiential Attributes, and Product Schema: Advertising-Trial Interactions Revisited. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 15(3), 219-233.

Özdemir, E. & Tokol, T. (2008). Kadın Tüketicilere Yönelik Pazarlama Stratejileri. *Anadolu University Journal of Social Sciences*, 8(2), 57-80.

Park, C.W., Jaworski, B.J., & MacInnis, D.J. (1986). Strategic Brand Concept-Image Management. *Journal of Marketing*, 50(4), 135-145.

Peter, J. P. & Donnelly, J. H. (2016). Tüketici Davranışı. A. Candemir (Dü.) içinde, Pazarlama Yönetimine Giriş (P. Aytekin, Çev., s. 43-57). Ankara: Nobel Kitap.

Pınarbaşı, F. & Türkyılmaz, C. A. (2017). Retro Marka Deneyiminin Yeniden Satın Alma Niyeti ve Marka Bağlılığı Yaratmadaki Rolü. *International Journal of Research in Business and Social Science*, 6(2), 13-25.

Pine, B. J. & Gilmore, J. H. (1998). Welcome to the Experience Economy. *Harvard Business Review*. July–August, 97-105.

Roth, M. S. (1995). The Effects of Culture and Socioeconomics on the Performance of Global Brand Image Strategies. *Journal of marketing research*, 32(2), 163-175.

Sahin, A., Zehir, C., & Kitapci, H. (2012). The Effects of Brand Experience and Service Quality on Repurchase Intention: The Role of Brand Relationship Quality. *African Journal of Business Management*, 6(45), 11190-11201.

Sanjaya, W., Asdar, M., & Munir, A. R. (2020). The Effect of Brand Image, Brand Experience and Brand Loyalty Towards Purchase Intention on Apple Smartphone in Makassar. *Hasanuddin Journal of Business Strategy*, 2(3), 63-71.

Schmitt, B. (1999). Experiential Marketing: How to Get Customers to Sense, Feel, Think, Act and Relate To Your Company And Brands. New York: The Free Press.

Sondoh, S. L., Omar, M. W., Wahid, N. A., Ismail, I., & Harun, A. (2007). The Effect of Brand Image on Overall Satisfaction and Loyalty Intention in the Context of Color Cosmetic. *Asian Academy of Management Journal*, 12(1), 83-107.

Strong, C. (1996). Features Contributing to the Growth of Ethical Consumerism-A Preliminary Investigation. *Marketing Intelligence & Planning*, 5-13.

Şimşek, Ö. F. (2007). Yapısal Eşitlik Modellemesine Giriş. Ankara: Ekinoks Yayınları.

Tosun, N. B. (2017). Marka Yönetimi. İstanbul: Beta Yayınları.

Wax, M. (1957). Themes in Cosmetics and Grooming. *American Journal of Sociology*, 62(6), 588–593.

Wengrow, D. (2008). Prehistories of Commodity Branding. *Current Anthropology*, 49(1), 7-34.

ARAŞTIRMA MAKALESİ / RESEARCH ARTICLE

VIOLENCE AS A FORM OF POLITICAL CONDUCT: THE CASE OF THE ISLAMIC STATE

Doç. Dr. Jülide KARAKOÇ¹¹Altınbaş Üniversitesi, İktisadi, İdari ve Sosyal Bilimler Fakültesi, Uluslararası İlişkiler Bölümü, İstanbul
julide.karakoc@altinbas.edu.tr ORCID ID: 0000-0002-9365-4075

GELİŞ TARİHİ/RECEIVED DATE: 18.04.2022 KABUL TARİHİ/ACCEPTED DATE: 10.06.2022

Karakoç, J. (2022). Violence as A Form of Political Conduct: The Case of the Islamic State . *Aurum Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(1), 93-106.

Abstract

Following Hannah Arendt's approach, which distinguishes power and violence and claims that violence appears when power is threatened or fails, this paper argues that the use of violence by Islamic State (IS) is a result of its inability to establish a stable power base in the Middle East. It argues, however, that violence has become a form of political conduct for this organisation, which challenges to Arendtian perspective rejecting any role violence plays in politics and has many repercussions in Middle Eastern societies and politics. This paper notes that local people feel hatred and rage against certain developments in the region, such as their countries' colonial past, the Iraqi invasion and their failed administrations. Analysing how these reactions are directed in the form of violence by IS against some local groups, the paper examines further the regional consequences of the IS' use of violence.

Keywords: Islamic State, ISIS, Violence, Middle East politics, Arendt

BİR SİYASİ DAVRANIŞ BİÇİMİ OLARAK ŞİDDET: İSLAM DEVLETİ ÖRNEĞİ

Öz

Hannah Arendt'in güç ile şiddeti birbirinden ayıran ve güç tehdit edildiğinde veya başarısızlığa uğradığında şiddetin ortaya çıktığını iddia eden yaklaşımını takip eden bu makale, İslam Devleti'nin (İD) şiddet kullanmasının, Ortadoğu'da istikrarlı bir iktidar kuramamasının bir sonucu olduğunu ileri sürüyor. Bununla birlikte, çalışma, şiddetin, siyasette oynadığı her türlü rolü reddeden Arendt'in yaklaşımına meydan okuyarak, bu örgüt için bir siyasi davranış biçimi haline geldiğini ve Orta Doğu toplumları ve siyasetine pek

çok yansımaları olduğunu savunuyor. Bu makale, yerel halkın, ülkelerinin sömürge geçmişi, Irak'ın işgali ve başarısız yönetimleri gibi bölgedeki bazı gelişmelere karşı kin ve öfke duyduğunu belirtiyor. Bu tepkilerin nasıl İslam Devleti tarafından bazı yerel gruplara karşı şiddet olarak yönlendirildiğini inceleyen makale, İD'in şiddet kullanmasının bölgesel sonuçlarını da ele alıyor.

Anahtar kelimeler: İslam Devleti, IŞİD, Şiddet, Ortadoğu politikaları, Arendt

1. INTRODUCTION

Islamic State (IS), since appearing as an organisation, has been using violence as a means of reaching its aims in the Middle East. Based on an extreme interpretation of Sunni Islam, the ideology of Islamic State is accompanied and dominated by violence-oriented activism. Rather than engaging in ideological debates, IS has preferred to spread its influence and attract supporters through activism based on brutal tactics.

Following Hannah Arendt's perspective, which distinguishes between power and violence and claims that violence appears when power is threatened or fails (Arendt, 1970: 56), this article argues that the use of violence by IS is a result of its inability to establish a stable power base in the Middle East. It notes that IS takes advantage of the sense of victimisation or exploitation felt by people that dates back to the colonial past of their countries, and promises to restore a radical Islamist order against the West and Western values, and against local inhabitants who are not accepted as Muslim by the organisation. In other words, IS directs the anger and hatred of the effects of their colonial past, the American invasion of Iraq and their failed governments towards other targets. Moreover, it has turned violence which is by nature instrumental (Arendt, 1970: 51) into a form of political conduct, which challenges to Arendtian approach rejecting any role violence plays in politics. Taking this perspective, this article explores the use of violence by IS and its totalitarian attitude. A further examination is made of the repercussions of the IS' use of violence on the local inhabitants of the region and Middle East politics.

2. VIOLENCE FROM ARENDT'S APPROACH

Although she presents no systematic political theory, Arendt has an original way of thinking (Canovan, 2002: 2, 5, 7; Villa, 2006: 1) that is based on her interpretation of political events and experiences. On the one hand, she tries to conceptualise actual political experiences, and in each of her works she provides different aspects of a concept, and uses one concept to substantiate another. Her goal is to explore the relationship between concepts such as freedom, violence, power and action. On the other hand, her methodology is based on storytelling. In each of her works she narrates different stories of actual political experiences. Arendt writes about actual events as a political theorist, basing her reflections on actual political events. She substantiates the basic concepts she uses by trying to understand actual political experiences (Canovan, 2002: 2, 5,7).

In her book entitled "On Violence", Arendt discusses the political events of the Cold War period (Arendt, 1970: 3). In this work she discusses the violent 20th century, which she claims was characterised by acts of mass violence. Distinguishing between power and violence, she claims that while they can be considered related concepts, they are not the same (Arendt, 1970: 41-42). She argues that: "... power

corresponds to the human ability not just to act but to act in concert. Power is never the property of an individual; it belongs to a group and remains in existence only so long as the group keeps together” (Arendt, 1970: 44). However, violence is distinguishable by its instrumental character. According to her, violence appears when power is threatened (Arendt, 1970: 56), which is an important point for this paper, as given IS’ inability to rule, its weakness manifests as violence. Arendt’s distinction between power and violence serves as a useful framework for understanding the factors of IS’ violence.

Arendt asserts that the 20th century was dominated by violence (Arendt, 1972: 105), which, she claims, has no place or role in a political sphere. Since violence is used against both internal and external enemies as a last resort when attempting to maintain the power structure, it can be seen as a prerequisite of power (Arendt, 1979: 47). Opposing this framework, she underlines the impossibility of the political realm where there is violence, arguing that the aim of politics is to realise freedom. In fact, opposing the idea that violence has a role or a place in the political arena is important, since this refers to a deconstruction of the traditional violence/politics/power relationship. As Altunok points out, Arendt writes on violence as “writing against violence”, which in itself does not mean that violence is an illegal, irrational or inhuman act. In fact, considering violence as an irrational, ahistorical and unprecedented manifestation in a totalitarian or other form of government leads to violence becoming something inconceivable and incomprehensible (Altunok, 2012: 124-126). From this perspective, we can say that in the 21st-century violence is also dominant, and moreover, is a threat to the political sphere. Actors who cannot gain power legitimately try to take power through the use of violence as an instrument, and IS has been a striking example in this regard. However, IS’ violence becoming over time a form of political conduct and its consequences in the Middle East have been challenging to Arendt’s conception of violence as an instrumental and non-political notion.

Another very important perspective that Arendt provides for this paper is her reflections on totalitarianism. In her first book, entitled ‘The Origins of Totalitarianism’, while trying to extract the historical conditions that paved way for its emergence, she argues that totalitarian rule represents a totally different kind of government, opposing all traditional political categories. Arendt provides us with important instruments for observing the totalitarian character of IS and the totalitarian power it tries to form in the territories it occupies. According to Arendt, totalitarianism realises an absolute malignancy (evil) by surpassing the human perceptions of good/evil. Along with its associated mass crime and violence, this absolute malignancy is built on its challenges to the political sphere and the presence of the individual. IS’ attacks in the Middle East against Christians, Kurds and Shiites in the region may be assessed as attacks against freedom, diversity and plurality, which Arendt refers to as political possibilities of human life (Arendt, 1976: 268-273). This viewpoint thus provides us a useful framework for the definition and discussion of the violent acts of IS.

According to Arendt, it would be inappropriate to say that totalitarian rules are lawless regimes because, for her, totalitarianism does not function without the guidance of a law or in an arbitrary way. On the contrary, in this kind of regime, the law exists at another level in terms of its functioning and meaning. Traditional political regimes make positive laws that are based on religious, moral or secular sources.

For totalitarianism, lawlessness is unnecessary, since totalitarian power considers itself above all laws, claiming to be “a higher form of legitimacy”, like natural law or historical law. In a totalitarian system, individuals come under threat, since totalitarian rule always faces new enemies, and considers them to be an obstacle in the way of the natural/historical process. In this context, terrorism has become a part of a totalitarian conduct (Arendt, 1973: 461-462), and from this perspective, we can say that IS, in its controlled areas, aims to form a totalitarian functioning government that is based on the leader’s supreme authority.

Based on Arendt’s reflections on violence and its conceptualisation, this article will attempt to examine the basic determinants of the violence perpetrated by IS before focusing on the impacts of this violence on the local people, actors and policies towards the Middle East.

3. VIOLENCE INSTEAD OF SPEECH

For Arendt, being political necessitates the dominance of words as a means of persuasion and excludes force and violence (Arendt, 1958: 26-27). Violence, which was considered, in the beginning, instrumental by IS, at the expense of words and persuasion, turned into a form of political conduct that was aimed at gaining IS status as a sovereign actor in the Middle East. The characteristics of this organisation support this framework.

Islamic State is a radical Islamist organisation which was founded with the following stated objectives: to ensure the withdrawal of coalition forces from Iraq; to overthrow the Iraqi government; to render ineffective those who collaborate with the United States; to neutralise Shiite forces; and to establish an Islamic state based on Sharia law (Byman, 2015). Its roots can be traced back to the late Abu Musab al-Zarqawi, who established al-Qaeda in Iraq (AQI). IS in Iraq (ISI) was formed by AQI as an umbrella organisation following Zarqawi’s death in 2006. After Abu Bakr al-Baghdadi became the leader, the organisation was restructured. In a new wave of violence, ISI started attacking non-Sunni targets, and joined the insurgency against the Assad regime in support of the al-Nusra Front, which can be considered the Syrian branch of Al-Qaeda, formed in January 2012. The organisation renamed itself the Islamic State of Iraq and al-Sham (ISIS), and announced the uniting of their forces in Syria. It is worth noting that the leaders of Al-Qaeda central and al-Nusra did not recognise the new organisation, although many fighters from these organisations pledged their allegiance to Baghdadi, and the organisation grew very rapidly in a short period of time. The organisation finally revised its name to Islamic State in 2014.¹

IS as an organisation came about after, and as a result of, the US invasion of Iraq in 2003. Following this invasion and overthrow of Iraqi leader Saddam Hussein, the Sunni parts of the Iraqi society faced exclusion by the newly established regime in Iraq. In fact, while the Kurds and Shiites, who had suffered repression under the previous regime, became the dominant actors in the new political life in the country, Sunni groups found themselves excluded from state institutions and political processes. Under the Maliki government, which followed very sectarian and violent policies, the Sunni members of society felt more excluded and insecure than before. Moreover, amid the chaos in Iraq that followed the US invasion and the subsequent internal conflicts, it is thought that more than 1 million Iraqi people

¹ See ‘What is Islamic State?, BBC, <http://www.bbc.com/news/world-middle-east-29052144>, (20 September 2016).

died. After the withdrawal of US forces, the conflicts did not end, and ethnic and religious conflicts continue still today. The growth of IS can be attributed to the loss of power and strength of the Sunni parts of society, and can be assessed as a struggle to re-establish Sunni hegemony, and in particular, their version of Sunni sectarianism. In short, IS was able to grow and develop for two main reasons: in response to the oppression and political exclusion of some parts of society following the US invasion of Iraq; and as a reaction to the corruption, misrule, and the politically and economically underdeveloped situation in the Middle East, which can be said to be in part a result of Western colonialism.

IS emerged and gained notoriety as a totalitarian organisation. A closer look at the IS' organisational structure reveals its institutional structure and internal rules. As Hassan Abu Haniyeh claims in his article,² the caliph is at the top of the organisational structure, and has absolute power over all religious and worldly affairs after being chosen by the Shura council. It was Abu Omar al-Baghdadi who devised IS' basic structure, and Abu Bakr al-Baghdadi who developed the structure into one based on allegiance and obedience, thus solidifying the centralisation of power. There are many parts to the organisational structure under the leadership of the caliph, including the Shura Council, Sharia Council, Media Council, Security Council, Military Council as well as Department of Finance, Administrative Units and Ahlul Hal Wal Aqd (a large group of commanders and emirs), and the roles and responsibilities of these councils are very well defined. The Shura Council is an important structure that offers the caliph advice on his decision making in various areas. This council recommends candidates for certain positions, and monitors and controls whether the other councils and units are in conformity with Sharia. Finally, in the event of the death of the caliph, this council recommends new candidates for the position. The council having six members is headed by the caliph.

The Sharia Council issues guidebooks and messages, and it has been reported that this council prepares the caliph's speeches and monitors media coverage. This council handles litigation and mediates in disputes, and is also tasked with preaching, guidance, recruitment and propagation.

The presence of a Media Council is a strong indication of the importance attributed to propaganda in the organisation to gain more supporters. The Media Council manages the media production institutions of IS, such as al-Furqan and al-Etisam, and publishes a number of magazines in Arabic and English, such as Dabiq and al-Shamikhah. It also set up local radio stations in Mosul and ar-Raqqah. Its media productions are translated into various languages, and it operates a number of websites providing information about the IS ideology, its recruitment methods, its battle tactics, bomb-making and all jihadists need to know about their jihad. It published many videos showing beheadings, including one showing the beheadings of two British hostages, and the first, showing the beheading of US journalist James Foley entitled "Message to America",³ which was followed by a video of the beheading of another American journalist Steven Sotloff.⁴ The organisation gives messages to allies of the United States with

² See Hassan Abu Haniyeh, 'Daesh's Organisational Structure', Aljazeera, <http://studies.aljazeera.net/en/dossiers/deciphering-daeshoriginsimpactandfuture/2014/12/201412395930929444.html>, (13 July 2016).

³ See 'Outrage over Isis beheading of US journalist James Foley', The Guardian, <https://www.theguardian.com/world/live/2014/aug/20/iraq-crisis-outrage-over-isis-beheading-of-us-journalist-james-foley-live-updates>, (20 August 2014).

⁴ See 'Islamic State 'beheads US hostage Steven Sotloff'', BBC, <http://www.bbc.com/news/world-middle-east-29038217>, (3 September 2014).

videos entitled “Message to America’s Allies”. Besides these brutal beheading videos, there are also many showing the IS’ battle to capture Syrian and Iraqi territory.

The Department of Finance of IS is an effective financing committee that is based on a network of fundraising activists who collect funds from individual businesspeople and donations in mosques, both in wealthy Gulf States and in Europe. All of the financial affairs of this, the wealthiest jihadi organisation in the world, are managed by this department, which has members who are responsible for controlling revenues coming from different sources, either from individual sources, or from oil or other natural resources. The organisation also collects taxes in the areas under its control. It is noteworthy that IS also has significant agricultural revenues, since it controls large agricultural areas in both Syria and Iraq.

The Military Council is an important entity within this organisation. It is reported that the number of members on the council changes in line with the power of the overall organisation, which changes over time, although membership tends to vary between nine and thirteen. This council incorporates various bodies, including a general staff, special commandos, suicide officers, logistic forces and sniper forces, and is charged with overseeing all military issues.

The Security Council deals with all issues related to security and intelligence within the organisation. Working in coordination with the Military Council, it also controls some of the key units, such as suicide bombers and undercover agents.

Ahl al-Hal wal Aqd, which refers to those qualified to elect or depose a caliph on behalf of the Muslim community,⁵ can be considered as a parliament, with members and prominent people from within the organisation, including leaders, emirs and politicians. They both appoint and pledge allegiance to the caliph.

The caliph, who is the leader of the IS, and the most important figure in the organisation, is overseeing this well-developed and organised structure. The caliph has absolute power over all religious and worldly affairs by erasing any distinction between private and public spheres and has the absolute obedience of his followers after being chosen by the Shura Council and those who hold binding authority within the organisation. This is indicative of IS’ totalitarian character, showing that the system is based on power and authority. The organisation has become more centralised over time, and the caliph holds direct authority over all of the so-called councils that are accepted as the central pillars of the IS. The leader has the power to appoint and remove the heads of these councils, and may choose to consult the Shura Council in such matters, although its role is strictly advisory.

Another particularity of the organisation that can be considered a result of its totalitarian character is its appearance as an organisation that gives priority to activism rather than ideological debates. In fact, it can be said that ideological debates have become a secondary issue within IS, which distinguishes it

⁵ See <http://www.oxfordislamicstudies.com/article/opr/t125/e73>, (10 November 2016).

from other radical Islamist movements (al-Qaeda, al-Shabab etc.). IS' ideology is based on an extreme interpretation of Islam known as Wahhabism, which is the philosophy promoted by 18th-century warrior-jurist Mohammed Ibn Abdul Wahhab, which constitutes a reference point for Salafists. Salafism is a religious approach that wants Islam to be practiced in a more authentic and pure way, arguing that Islam has been malpracticed after the prophet Mohamed. However, IS' ideology can be linked, in particular, to jihadi Salafism (Bunzel, 2015: 7-8), which regards humanity as a duality, comprised of those who are Salafists and who practice real Islam, and those who do not obey them and their rules. This has brought them into conflict with other Muslims, since in their categorisation, many of those who consider themselves Muslim are not real Muslims who are accused of not practicing "true Islam". Since their harsh tactics and interpretations of Islam have never been a widely accepted and effective religious ideology among Muslims, IS emphasise a great deal on violence and violent attacks, hoping to gain political power by terrorising their enemies.

That said, IS does use ideology for internal political consolidation, acting first and then justifying and legitimising its violent actions later with Islamic references. They argue that they are simply and solely guided by the Qur'an, Sunnah and hadith. Their interpretations of the Qur'an do not take into account its historical, social and political context, and likewise, they "cherry-pick" verses to justify their violent acts. While there are some harsh and threatening statements about non-Muslims in Qur'an, one should keep in mind that in those times, Mohamed and his forces were at war with those who did not obey their hegemony or rules. In particular they refer often to the Prophet Mohamed's statements praising those who kill non-Muslims and guaranteeing them a place in heaven for them, while also quoting the 12th verse of the Surah Al-Anfal, which promotes the beheading of those who are known as *kafir* (non-Muslim). It is argued that they do not follow the Qur'an in a holistic way, in that it includes also many peaceful verses, and some have claimed that they confuse metaphors with reality.⁶

Beyond these discussions, it is obvious that some important Islamic notions such as *takfir*, *jihad*, and *hijra* are being reinterpreted by IS.⁷ Unlike other jihadist organisations, the organisation described itself as a caliphate state, and the then leader of the organisation, al-Baghdadi, proclaimed himself caliph in 2014 without submitting to a vote of the people within the ongoing power struggle, and claimed himself to be representative of the Islamic world.

As Arendt says, if people doubt that they can change their living conditions and believe that their conditions may never change, rage arises. Violence, therefore, comes from rage, which is considered and perceived to be the only way to achieve justice (Arendt, 1970: 63). A similar perception is apparent in IS, however, as Arendt indicates, rage and violence may turn irrational when directed against substitutes rather than the true sources of their problems (Arendt, 1970: 64). When looking at IS from this perspective, it is apparent that the hatred and reaction to the Western colonial rule in the Middle

⁶ See 'DAİŞ'in Temel Felsefesi ve Dini Referansları Raporu', Diyanet İşleri Başkanlığı, Ankara, 2015, <http://webdosya.diyamet.gov.tr/anayasa/UserFiles/Document/TextDocs/b7ca135a-c08f-4ee5-892b-4c181663630a.pdf>, (1 January 2016), p. 16.

⁷ See 'DAİŞ'in Temel Felsefesi ve Dini Referansları Raporu', p. 19.

East, to US invasion of Iraq and the subsequent corrupted administrations are being directed towards all Western actors/citizens and the values, and local people who are considered to be defenders of or collaborators with Western actors.

On the other hand, it is apparent that violence is also used by IS as a manipulation tool. Arendt argues that people can be “manipulated through physical coercion, torture, or starvation” (Arendt, 1970: 28); for example, IS uses videos and violent attacks to spread its influence. Its crimes against the Yazidis, who are part of Iraq’s Kurdish community and believers in an ancient religion derived from Zoroastrianism, can be interpreted in this regard as an instrument for instilling fear among the local people.

Unlike other jihadist organisations, IS declares that almost everyone who does not accept their rules or hegemony as *kafir*, condemning all those who do not accept the sacred texts of Islam that are considered sources of revelations. On the other hand, IS calls Muslims to migrate to Syria and Iraq to be away from *kafir* and to be with Muslims in its journal entitled *Dabiq*, which reveals its totalitarian attitude towards the differences even within Islam.⁸

Within such an exclusive framework, jihad has become a notion that is considered a *raison d’être* for this organisation. According to the organisation, Muslims have a duty to fight until an Islamic State is founded and has gained dominance, and those who are against this “dawa” should be defeated. Unlike other jihadist organisations, IS interprets jihad as being not only against non-Muslims, but also some other Muslims.

Just as Arendt says of totalitarian rule, IS views itself as above all law and considers itself to be a part of the natural historical course of events, and in this regard, its laws are undeniable and non-reputable. However, in such a totalitarian atmosphere there is the potential for the recreation of “new enemies” who are considered obstacles in the way of this natural historical process, and as a result, violence becomes a part of the attempts to gain and consolidate totalitarian power.

4. REPERCUSSIONS OF IS’ USE OF VIOLENCE

The violence perpetrated by IS and the struggle against the expansion of this organisation have turned the Middle East into a very unstable and insecure place for all local inhabitants. First of all, IS’ violent acts have deepened the current perceptions of the insecurities and threats that exist in the region. The violence implemented by IS has become a determining factor in the policies towards it. The videos depicting the beheadings of Western aid workers and journalists disseminated by IS, particularly since 2014 and their showing by different media channels, as well as the speeches against IS by politicians, reveal how this violence has become a strategic weapon for IS. In these videos, the images of kneeling orange-clad hostages can be considered as a reference to the prisoners held by the United States in Guantanamo Bay. Using the brutal treatment of these hostages as a weapon, IS militants try to take revenge on their enemies. IS makes and broadcasts these videos for different reasons, such as to raise fear among local people, to obtain ransoms, to hamper foreign investment, to recruit supporters or

⁸ See ‘DAİŞ’in Temel Felsefesi ve Dini Referansları Raporu’, p. 23.

to provoke policy responses (Friis, 2015: 726, 729, 731), with the ultimate goal of increasing fear and the perception of threat both among the local inhabitants and Western actors. By doing this, the organisation is sending the message that IS is a powerful and challenging foe of the powerful Western actors, hoping therefore to gain more supporters (Gerges, 2014: 342).

Second, IS' violence in the region has brought new insecurities for local people, and the issue of forced migration has come to the forefront. The living conditions and the problems faced by people who fled the IS invasion and violence in the region emerged as important issues. As indicated earlier, IS' refusal to accept Shiites as Muslim and labelling them as "apostate", as well as the condemnation of Kurds and Christians as infidels and collaborators with Western actors, increased the feelings of fear and the insecurities in the region under invasion.

The forced migration that resulted from the actions of IS in the region has had a negative impact on the security perceptions and conditions of the people, whose basic citizenship rights and freedoms have been violated. According to the International Organisation for Migration (IOM), nearly 1.7 million Iraqi people had been displaced in 2014. Approximately 93 percent of these people had been attacked by IS, including Ninevah, Anbar and Salahuddin, and it is estimated that 750,000 Iraqi people took refuge in the Kurdistan Autonomous Region. Following the IS' attacks against Yazidis, it is reported that 372,000 Iraqi Kurds (91% of whom are Yazidi) fell victim to the forced migration, along with nearly 56,000 Christians, who having been forced to leave their homes, went to the Kurdistan Autonomous Region (Thibos, 2014: 11). According to a January 2015 report penned by the Migration and Refugee Services of the United States Conference of Catholic Bishops, over 130,000 Kurdish Syrians from Kobane and the surrounding areas were forced to flee to Turkey under pressure from IS, and thus deprived of their basic rights and freedoms, alongside a growing lack of food, healthcare, protection, housing and education.⁹

Since there is no likelihood that they will be compensated for their loss and damages within this controversial war context, their exclusion and insecurity remain unresolved issues in the short term. Like all those who have been forced to flee their home, people exposed to forced migration keep living in the suburbs of the cities to which they have migrated. If they are not housed in camps, they live in more unfavourable conditions, but even in the camps they face difficulties in meeting their basic needs, and international support continues to be insufficient.

Nevertheless, the struggle of the Kurds against IS has made them important actors in the conflict, as another consequence of the violence perpetrated by IS. Their successful resistance against the expansion of this organisation has paved the way for public support from the West in their fight against IS, and as their struggle is accepted as legitimate, the Kurds have come to be seen as strong actors that should be taken into consideration in the anti-IS war.

⁹See 'Refuge&Hope in the Time of ISIS', A Report of the Migration and Refugee Services of the United States Conference of Catholic Bishops, January 2015, <https://www.usccb.org/about/migration-policy/fact-finding-mission-reports/upload/Refuge-and-Hope-in-the-Time-of-ISIS.pdf>, p. 5.

Following the Arab uprisings, the Kurds in Syria organised around the PYD (*Partiya Yekîtiya Demokrat-Democratic Union Party*), which is considered to have been established by PKK (*Partiya Karkeren Kurdistan-Kurdistan Workers' Party*) militants of Syrian origin in 2003. With the rising conflict in Syria, clashes broke out between the Al-Nusra Front, which was formed in 2011, and PYD militants. The Kurds organised independently of the Syrian opposition who were fighting against the Assad government. In January 2014, they declared the establishment of an autonomous administration called Rojava in the northern part of Syria, but very soon afterward they began to face violent attacks from IS.

After taking over Mosul, in early August 2014, IS attacked and took control of the Kurdish towns of Sinjar and Zumar, forcing thousands of Yazidi to flee their homes. Following these attacks, the US administration declared that they had launched airstrikes against IS in Iraq in defence of the Yazidi people.¹⁰ IS revealed its most brutal side in response, beheading American journalist James Foley and broadcasting it on the Internet. Following the capture of the entire Raqqa province, IS released many other videos showing the beheadings of other American and British citizens.

In September 2014, IS attacked the Syrian Kurdish border town of Kobane, causing thousands of people to flee to Turkey,¹¹ although IS met with fierce Kurdish resistance in the town. That same month, the United States launched air strikes in support of the Kurdish people against IS. As a result of the combined efforts of the Kurdish Peshmerga and the United States in the defence of Kobane, the course of the war between IS and the Kurds changed, and in January 2015 the Kurdish fighters were able to force the IS militants out of the city. While the successful defence of Kobane increased the importance of the Syrian Kurds, the IS aggression against the Kurds has never abated.

IS' attacks against the Kurds can be considered as a challenge to US policies towards the region over time. In other words, IS sees its attacks against the Kurds as a means of beating the United States, which it considers its "far enemy". Accordingly, each US intervention in support of the Kurdish struggle against IS is answered with a counterattack by IS. Since Kurds are a people without a state, they are seen as an easy target by IS, revealing a strategy that is based on attacking the "near enemy" rather than the "far enemy". By targeting Yazidis as "near enemies" (Celso, 2015: 23; Byman, 2015), IS aimed to show its "far enemies" that it has the power even to defeat them. Moreover, from their totalitarian point of view, attacking the Kurds has become a means of gaining support for their armed struggle from those in local conflict with the Kurds. There has been a long-standing anti-Kurd position in the region among the important regional actors due to the Kurdish population's expansion within different countries, including Syria, Iraq, Iran and Turkey. The Kurdish question sometimes unifies these actors around an anti-Kurd position, although sometimes it causes conflict among the same actors. That said, it is apparent that the anti-Kurd position has come to contribute to the continuity of the reciprocal relations among local states. The appearance of the Kurdistan Regional Government following the US invasion of Iraq in 2003 and its enforcement over the time, the regime change in Iraq, the fact that a Kurdish person

¹⁰ Timeline: How the Syria conflict has spread', BBC, <http://www.bbc.com/news/world-middle-east-28850956>, (21 August 2014).

¹¹ 'Turkey opens border to 45,000 Kurds fleeing Isis militants in Syria', The Guardian, <https://www.theguardian.com/world/2014/sep/20/turkey-opens-borders-45000-kurds-fleeing-isis-syria>, (21 September 2014).

became Iraqi president, and the social and political transformations that occurred following the Arab Uprisings have, to a large extent, harmed the implicit anti-Kurd collaboration. Despite this, the anti-Kurd position continues to be a determining factor in the policies of such regional actors as Turkey and Saudi Arabia. In fact, it is worthy of note that Turkey, due to its own conflict with the Kurds, maintains its reluctant attitude in engaging in the US-led military operations against IS, fearing a Kurdish PYD unification, Kurdish independence or their gaining of power within the region. IS benefited from this conjecture, and attempted to unify different actors against the common enemy, directing its most violent attacks against Kurdish targets.

As a final remark, the brutal acts and policies of IS have contributed to a reproduction and continuation of the dualities such as civilised/ barbaric and friend/enemy (Friis, 2015: 731). It is well known that there has been a rise of anti-Americanism in the Middle East following the US invasion of Iraq and the lack of success of US policies. As a result, the United States began to take an indirect role in local matters, aiming to realise its regional targets through local actors. This can be thought of as "indirect orientalism" (Karakoç, 2013: 223-243; Karakoç, 2014: 597-606) in that an orientalist dogma based on the superiority of the West over the Orient and a civilised/barbaric duality was maintained through such local actors as Turkey, Israel and Saudi Arabia. This policy has been based on an anti-Iranian, Sunni-oriented and Israel biased perspective, while Turkey was promoted by the United States as a "role model" in the region. The Israel-oriented policy has long been used by the United States to perpetuate the West-Orient duality, since the United States considers Israel to be representative of Western values in the region. Saudi Arabia, on the other hand, was viewed by the United States, along with Turkey, as an important actor for the sustainability of its Sunni-based policy, which aims to create dualities between Sunnis and Shiites.

However, by changing the dynamics in the Middle East, the appearance and development of the IS throughout the region came to challenge these dualities, through which actors such as Syria and Iran have been excluded. The rise of IS made US regional policies questionable. Despite its considerable losses since 2019 and former US president Donald Trump's announcement claiming the collapse of IS caliphate, IS continues to challenge the United States' Sunni-based policy which has been practised locally through support for Saudi Arabia and Turkey. Preserving the Sunni-Shiite duality through these states has always been important for the United States, aiding it in its efforts to pursue its interests in the region. However, IS is considered an ideological and security threat by Saudi Arabia, which has been one of the pillars of the United States' Sunni-based policy. The Saudi Arabian authorities fear that IS could be representative of an ideology based on Wahhabism, the philosophy of the 18th-century warrior-jurist Mohammed Ibn Abdul Wahhab, which constitutes a reference point for Salafists. On the other hand, IS fuels fears in the Saudi authorities, who are anxious of a possible overthrow of their monarchy by the organisation.¹² Due to these perceived threats, Saudi Arabia has, from the beginning, lent its support to the US-led anti-IS coalition force, deploying 30,000 troops to provide security along its border with Iraq in July 2014. Furthermore, Saudi Arabia, by hosting Iran's deputy foreign minister, revealed that it

¹² See James Dorsey, 'Islamic State: Ideological Challenge to Saudi Arabia', Huffington Post, http://www.huffingtonpost.com/james-dorsey/islamic-state-ideological_b_5757208.html (3 September 2014).

could cooperate even with its regional rival against IS.¹³ This point is very important, in that it shows that the dualities between regional states are being challenged as a result of these developments. On the other hand, the tension between Syrian Kurds and Turkey, based on the Turkish anti-Kurd position as an expansion of its unresolved Kurdish question, constitutes another rift in the struggle against IS.

Furthermore, it can be said that the basic determinants of US policy towards the Middle East have now become invalid. The initial aim of the United States to overthrow the Assad regime and thereby weaken Iran as a regional actor seems to be hard to achieve. Meanwhile, the actions of the United States related to the Syrian civil war are actually strengthening Iran's position in the Middle East. The US anti-IS coalition has led Iran to gain power while Iran's ally Assad and other Shia actors in the region have also benefitted from Western states' efforts.

The violence-based activism of IS continues to contribute to the reproduction of the traditional orientalist perception of Middle Eastern actors among those in the West that are engaged in regional politics. Totalitarian violence implemented by the IS has caused a re-emergence of the clichés that are often applied to Middle Eastern societies that depict them as barbaric and against a civilised world, and while IS is seen as a representative of barbarism, the barbaric acts, deeds and policies of other regional actors and their supporters are being ignored. In this context, the participation in the anti-IS coalition became sufficient to avoid being labelled "barbaric". As a consequence, the IS' violent videos and its strategy based on the dissemination of these brutal images has paved the way for a reproduction of such dualities as civilised/barbaric, friend/enemy and Western/Eastern in Western public opinion, a result of which is that the violence-dominated atmosphere and situation becomes legitimate and ordinary.

5. CONCLUSION

It is apparent that the violence perpetrated by IS in the region has paved the way for the reproduction and dominance of a violence-oriented framework in the Middle East. Although IS lost most of its territorial control following the anti-IS coalition-backed military assault and decided to revert a guerrilla warfare, its attack on Al-Sina prison in the city of al-Hasakah in Syria's northeast in January 2022 to free its militants shows that it has still an organizational strength to resume such an offensive.¹⁴ This attack also reveals the fact that the multi-partite military operations against IS have been ineffective in impeding the rise of radical Islamism in the region. Since every government that contributed to the US-led operations has its own agenda, a solid, intact and complete opposition to all radical Islamist organisations in the region remains elusive. While some are protected or supported by regional or external actors, others can be seen as a threat to the private agendas of countries. Accordingly, it can be said, that the policies of the external actors engaged in Middle Eastern politics are produced and implemented in line with the differences (whether ethnical or sectarian) and various interests of local actors, and that this constitutes one of the most important reasons for the instability and conflicts in the region. Moreover, the failure of governments to rule based on a political Islam approach in the region has resulted in Islamist organisations seeing violence as a form of political rule.

¹³ 'Islamic State: Where Key Countries Stand', BBC, <http://www.bbc.com/news/world-middle-east-29074514> (16 September 2014).

¹⁴ Taim Al-Hajj, "The Insurgency of ISIS in Syria", <https://carnegieendowment.org/sada/86643>, 15 March 2022.

REFERENCES

- Al-Hajj, T.** (2022). The Insurgency of ISIS in Syria, <https://carnegieendowment.org/sada/86643>, (Accessed: 15 March 2022).
- Altunok, G.** (2012). Critique of Violence: A Study of The Relation Between Politics and Violence in Some Modern Political Theories, A Ph.D. Dissertation, Ankara, İhsan Doğramacı Bilkent University.
- Arendt, H.** (1958). The Human Condition. Chicago, University of Chicago Press.
- Arendt, H.** (1970). On Violence, San Diego: A Harvest/HBJ Book.
- Arendt, H.** (1972). Crises of the Republic, Lying in Politics, Civil Disobedience on Violence, Thoughts on Politics, and Revolution, New York, Harcourt Brace Jovanovich.
- Arendt, H.** (1973). The Origins of Totalitarianism. New York: Harcourt, Brace & World.
- Arendt, H.** (1976). Eichmann in Jerusalem: A Report On the Banality of Evil, New York, Penguin Books.
- BBC.** (2014). Islamic State 'beheads US hostage Steven Sotloff, <http://www.bbc.com/news/world-middle-east-29038217>, (Accessed: 3 September 2014).
- BBC.** (2014). Islamic State: Where Key Countries Stand, <http://www.bbc.com/news/world-middle-east-29074514> (Accessed: 16 September 2014).
- BBC.** (2014). Timeline: How the Syria conflict has spread, <http://www.bbc.com/news/world-middle-east-28850956>, (Accessed: 21 August 2014).
- BBC.** (2016). What is Islamic State?, <http://www.bbc.com/news/world-middle-east-29052144>, (Accessed: 20 September 2016).
- Bunzel, C.** (2015). From Paper State to Caliphate: The Ideology of the Islamic State, The Brookings Project on U.S. Relations with the Islamic World Analysis Paper, 19.
- Byman, D.L.** (2015). Comparing Al Qaeda and ISIS: Different goals, different targets', Brookings Institution, April 2015, <https://www.brookings.edu/testimonies/comparing-al-qaeda-and-isis-different-goals-different-targets/>, (Accessed: 1 November 2016).
- Canovan, M.** (2002). Hannah Arendt: A Reinterpretation of her political thought, Cambridge: Cambridge University Press.
- Celso, A.N.** (2015). Zaraqawi's Legacy: Al Qaeda's ISIS "Renegade", Mediterranean Quarterly, 26: 2, 21-41. Diyanet İşleri Başkanlığı Raporu (2015) DAIŞ'in Temel Felsefesi ve Dini Referansları Raporu', Ankara,

<http://webdosya.diyaret.gov.tr/anasayfa/UserFiles/Document/TextDocs/b7ca135a-c08f-4ee5-892b-4c181663630a.pdf>, (Accessed: 1 January 2016).

Dorsey, J. (2014). Islamic State: Ideological Challenge to Saudi Arabia, Huffington Post, http://www.huffingtonpost.com/james-dorsey/islamic-state-ideological_b_5757208.html (Accessed: 3 September 2014).

Friis, S.M. (2015). Beyond Anything We Have Ever Seen: Beheading Videos and the Visibility of Violence in the War against ISIS, *International Affairs*, 91:4, 2015, 725-746.

Gerges, F. A. (2014). ISIS and the Third Wave of Jihadism, *Current History*, December 2014, 339-343.

Haniyeh, H.A. (2016). Daesh's Organisational Structure, Aljazeera, <http://studies.aljazeera.net/en/dossiers/decipheringdaeshoriginsinpactandfuture/2014/12/201412395930929444.html>, (Accessed: 13 July 2016).

Karakoç, J. (2013). US Policy towards Syria since the early 2000s, *Critique: Journal of Socialist Theory*, 41:2, 223-243.

Karakoç, J. (2014). The Failure of Indirect Orientalism: Islamic State', *Critique: Journal of Socialist Theory*, 42:4, 597-606.

Oxford Islamic Studies Online, <http://www.oxfordislamicstudies.com/article/opr/t125/e73>, (Accessed: 10 November 2016).

The Migration and Refugee Services of the United States Conference of Catholic Bishops (2015) 'Refuge&Hope in the Time of ISIS', <https://www.usccb.org/about/migration-policy/fact-finding-mission-reports/upload/Refuge-and-Hope-in-the-Time-of-ISIS.pdf> (Accessed: 20 November 2017).

The Guardian. (2014). Turkey opens border to 45,000 Kurds fleeing Isis militants in Syria, <https://www.theguardian.com/world/2014/sep/20/turkey-opens-borders-45000-kurds-fleeing-isis-syria>, (Accessed: 21 September 2014).

The Guardian. (2014). Outrage over Isis beheading of US journalist James Foley', <https://www.theguardian.com/world/live/2014/aug/20/iraq-crisis-outrage-over-isis-beheading-of-us-journalist-james-foley-live-updates>, (Accessed: 20 August 2014).

Thibos, C. (2014). Policy Brief:35 years of forced displacement in Iraq: Contextualising the ISIS threat, unpacking the movements, Migration Policy Centre and European University Institute.

Villa, D. (2006). Introduction: The Development of Arendt's Political Thought', in Dana Villa (ed.), *The Cambridge Companion to Hannah Arendt*, Cambridge University Press.

KİTAP İNCELEMESİ / BOOK REVIEW

**THE THREE ECOLOGIES,* FÉLIX GUATTARI, THE ATHLONE PRESS, 2000, 96 PP.,
TRANSLATED BY IAN PINDAR AND PAUL SUTTON, ISBN: 0-485-00408-9**

Yunus KARA¹

¹Altınbaş Üniversitesi İktisadi, İdari ve Sosyal Bilimler Fakültesi, Sosyal Hizmet Bölümü, İstanbul
yunus.kara@altinbas.edu.tr ORCID: 0000-0002-7812-5845

GELİŞ TARİHİ/RECEIVED DATE: 16.03.2022 KABUL TARİHİ/ACCEPTED DATE: 05.05.2022

Kara, Y. (2022). The Three Ecologies, Félix Guattari, The Athlone Press, 2000, 96 pp., Translated by Ian Pindar and Paul Sutton, ISBN: 0-485-00408-9. *Aurum Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(1), 107-110.

Félix Guattari'nin 1989 yılında yayımlanan "Üç Ekoloji" başlıklı kitabı, çevre sorunlarının sosyal, ekonomik, siyasal ve estetik sorunlardan ayrı düşünülmeceğini iddia eder. Guattari kitabın yayım tarihine denk gelen yıllarda Venedik lagününde yaşanan alg patlaması ile New York'ta emlak müteahhitlerinin çoğalmasıyla bozulan toplumsal kent ekolojileri arasında bağlantı kurar. Bu bağlantı, günümüzde Brezilya'da Bolsonaro yönetiminin sığır çiftlikleri kurup ucuz et ihracatı yapmak için Amazon ormanlarını kesip meralştırmasında; Akdeniz kıyılarında plastik atıklarla bütünleşip "hibritleşmiş" topraklarda; Avrupa'nın büyük zincir marketlerinde satılan sebzelerin yetiştiği Güney Avrupa seralarında insanlık dışı koşullarda ve yok pahasına çalıştırılan göçmen işçilerin yaşamlarında; farklı coğrafyalardaki iklim krizine bağlı sıcaklık artışları, kuraklıklar, seller ve çeşitli virüsler sonucunda oluşan pandemilerde de görülebilmektedir. Üç Ekoloji kitabı, mikro (aile, komşuluk, yardımseverlik vb.) ve makro ilişkilerle (devletler arası siyaset, milliyetler arası etnik çarpışmalar vb.) ekolojik sorunlar arasındaki bağlantıların keşfedilmesine ve kurulacak yeni dünya düzenine dair yol gösterici fikirler sunmaktadır.

Çevre sorunları, gelişen teknolojinin ve kapitalist sistemin doğayı acımasızca sömürmesi sonucunda ortaya çıkmıştır. Giderek sanayileşen ve teknolojikleşen kent ortamında yaşayan insanlar daha fazla yeşile ve doğaya yönelmeye başlamışlardır. Kendilerini kırılmış, boyun eğmiş, ezilmiş olarak hisseden insanlar, soyut ve yapay dünyadan uzaklaşmaya, ilerleme kavramına karşı çıkmaya ve "doğaya dönme"ye başlamıştır. Yakın tarihte özellikle endüstri alanında "yeşil dönüşüm"ün (karbon kaynaklı enerjilerden "yeşil" enerjiye geçiş) gerekliliği ve aciliyeti dile getirilmiş, bu kapsamda karbon emisyonlarının azaltılmasını öngören 2005 tarihli Kyoto Protokolü ve 2015 tarihli Paris İklim Anlaşması gündem olmuştur. Ancak bu çabalar, sermaye birikimini artırmaya devam etmiş, emisyon rakamlarını katlamıştır. Yeşil dönüşümle ilgili politikalar ve uygulamalar, salt karbon salımına odaklı dönüşüm anlayışını temel almış, ekolojinin etik ve politik bir düzlemde yeniden kurgulanmasını sağlayamamıştır. Ekolojiyi etik-politik bir

* Üç Ekoloji kitabınının 1990 tarihli Türkçe baskısının tükenmiş olması nedeniyle, bu yazı kitabın İngilizce çevirisi esas alınarak yazılmıştır.

düzlemde farklı kavramlarla ve bağlantılarla yeniden kurmaya çalışan Guattari, gezegenimizde yaşamın devamını tehdit eden ekolojik dengesizlik sorununu otuz yıl önce analiz ederek bireysel ve kolektif insan yaşam biçimlerinin bozulmasına dikkat çekmiş, insanlığın kendi başına radikal bir yeniden düşünmeyi gerçekleştirmedikçe geri dönülemez sonuçlarla karşılaşacağını ifade etmiştir.

Guattari, ekolojiyi, heterojen gerçekliklerden oluşan ve kesin sınırları olmayan (biyosferdeki ekosistemler kadar toplumsal ve kentsel ekosistemlerin de dahil edildiği) eklektik bir kavram olarak ifade ederek ilgili kavramın ideolojik bir fenomen haline geldiğini ve içinde çok farklı hassasiyetleri barındırdığını, tüm bu boyutlar arasında kavramsal bir bağ kurmaya çalıştığını anlatmış; çevresel, toplumsal ve zihinsel olmak üzere üç tür ekolojiyi bağlayan "ekosofi" düşüncesinin buradan doğduğunu belirtmiştir. Guattari, ekososofik sorunsalının, "insan varoluşunun, kendisinin yeni tarihsel bağlamlarda üretilmesi sorunu"¹ (s. 34) olduğunu ifade etmiştir. Ekosofi kavramının içerisinde yer alan sosyal ekoloji, farklı sınıflardaki insanların zihinsel enerjisinin belirli bir kişi, fikir veya nesne üzerinde yoğunlaşmasını, kitle iletişim araçlarından post-medyaya geçiş zorluğunu, aile kavramının yeniden düzenlenmesini ve insan ilişkilerini içermektedir. Zihinsel ekoloji; kişinin kendi ruhu ile uyum içinde olup olmamasını, anlam çıkarmasını, bağlantı kurmasını, alternatif deneyimler keşfetmesini ve kişinin kendisini toplumun geri kalanıyla bağlantılı olarak uygun bir şekilde ifade edebilmesini içermektedir. Zihinsel ekoloji, klinik seans fikirlerinden yararlanarak, bilinç öncesi, nesne ve gerçeklik hakkında değerlendirmeler sunmakta, radikal bir biçimde merkezi olmayan toplumsal mücadeleyi, kişinin kendi ruhuna dönüş yollarını, bağlantının ve anlamın koştığı noktaların kavranmasını, yenilikçi uygulamaların teşvikini, tekilliğe saygı etrafında odaklanan alternatif deneyimlerin genişlemesini, kendini toplumun geri kalanına göre uygun şekilde ifade edebilen özerkleştirici bir özneliğin sürekli üretimini, özneliği eşzamanlı olarak analiz edecek ve üretecek yapıları ifade etmektedir. Çevre ekolojisi ise doğanın insan müdahalesine maruz bırakılması, yeni canlı türlerinin ortaya çıkması gibi olguları içermektedir. Ayrıca çevre ekolojisi, ulusal dengelerin giderek daha fazla insan müdahalesine bağlı olacağını, karbonun düzenlenmesi gerekliliğini, makine ekolojisini, doğanın basit savunmasından çok daha fazlasının yapılmasını da ifade etmektedir. Guattari'ye göre sadece çevre ekolojisi ile değil, sosyal ekoloji ve zihinsel ekoloji ile bir ekosistem tahayyül edilmesi gerekmektedir. Çünkü çevre, içerisindeki tüm bileşenleri etkilemekte ve aynı zamanda onlardan etkilenmektedir. Her üç ekoloji biçimi de ruh sağlığı ile ilgili tanılarının/hastalıklarının ve stresle ilgili sorunların artması, savaş, iklim krizi, küresel ısınma ve doğal kaynakların tükenmesi, doğal dengenin bozulması ile yakından ilişkilidir.

Üç ekoloji, yalnızca müzakere ve yeniden yapılanma alanları olarak değil, aynı zamanda Guattari'nin deyişiyle değiştirilebilir mercekler veya stiller olarak da yer almaktadır. Guattari bu durumu şu şekilde ifade etmektedir: "Varoluşçu bir alanın ortaya çıktığı her durumda üç ekolojinin günlük hayattaki yerini ve sosyal yaşamın içindeki katmanlarını ve konumlarını buluruz. Bu katmanlar ve konumlar bir yoğunluklar mantığını temsil eden eko-mantıktır. Burada sisteme ya da yapıya karşı çıktığım süreç, varoluşun ve kendilik oluşumunun yersiz-yurtsuzlaştırma edimi içinde ele geçirilmeye çalışılmasıdır" (s. 45).²

¹ İlgili alıntı yazarın çevirisidir.

² İlgili alıntı yazarın çevirisidir.

Guattari, çevre sorunlarının sosyal, ekonomik, siyasi ve estetik sorunlardan ayrı tutulamayacağını, ekosistemin, çevre ekolojisi teriminin yerini alması gerektiğini ve sadece doğa kirlenmesinin değil, her türlü vicdani-bilinç kirlenmesinin önemli olduğunu vurgulamıştır. Örneğin, sanayi toplumlarıyla birlikte, doğa, içinde oturlan ve yaşanan bir yer olmaktan çok, üretilen, çalışılan bir “nesne” durumuna gelmiştir. Olumsuz ekolojik koşullar beraberinde fiziksel ve psikolojik rahatsızlıkları da hızlandırmakta ve değerlerden uzaklaşmaya, toplumsal çözülmeye yol açmaktadır. Guattari’ye göre, ekosofik bir toplum yaratmak, ekosisteme dair var olan antroposentrik düşünce sistemlerinin yeniden gözden geçirilmesini gerektirmektedir.

Guattari için arabulucu iletişimin rolü merkezî bir konumdadır ve özellikle televizyonun ekonomik ve sosyal olarak farklı sınıflardaki kişilere kamusal söylem üretmesi mümkün olmaktadır. Medya aracılığı ile sağlanan arabulucu bir iletişimin, merkezileşmeyi ve hiyerarşiyi ortadan kaldırarak üç ekolojinin daha sürdürülebilir ve adil olmasını sağlaması mümkündür.

Guattari, anlaşmazlık, ayrılık, yeniden düzenleme, parçalanma ve çokluk gibi kavramları öne sürmektedir. Kapitalizmin gücü ve erişimi o kadar geniş ve yoğun ki, sosyal, ekonomik ve kültürel yaşamın tüm yönlerine ve ayrıca “niyet” yoluyla bilinçsiz öznel katmanlara yayılarak “bize” sızmıştır. Guattari, ekoloji, sürdürülebilirliğin garanti edilemediği kapitalist güç oluşumlarını sorguluyor (s.52) düşüncesi ile kapitalizm ve ekoloji arasındaki çarpıklığı ifade etmektedir.

Guattari için fikir birliği uygun yanıt değildir; bunun yerine, bir anlaşmazlık ve tekilleşmenin geliştirilmesi gerekmektedir. Kitabın başlarında, durmaya, tekrarları kırmaya, başka bir şey yapmaya ya da bir yere gitmeye karar verdiği güne kadar daireler çizerek durmadan yürüyen bir bireyden bahsetmektedir. Bir kopuşu içeren bu özneleştirme ve tekilleştirme eylemi bir şekilde eko-mantiğa örnek teşkil etmektedir. Guattari, tekilleşmenin, bireylerin, organizasyonların ve mesleklerin daha birleşik ve giderek daha farklı hale gelmesi, farklılıkların artması ve yaratıcı bir şekilde özerk olması anlamına geldiğini belirtmektedir. Guattari, bu noktada şunları önermektedir: “Ebediyen ekonomik rekabetin baştan çıkarıcı verimliliğine tabi kalmak yerine, tekilleşme süreçlerinin kendi tutarlılıklarını yeniden keşfedebilmesi için değer evrenlerini yeniden sahiplenmeliyiz. Yeni toplumsal ve estetik uygulamalara, Ben’in ötekiyle, yabancıyla, tuhaf olanla ilişkisinde yeni pratiklere - yani güncel kaygılardan çok uzak görünen bütünlüklü bir programa ihtiyacımız var”³ (s. 68).

Sonuç olarak Guattari’nin argümanı, çevreye yönelik ekolojik savunuculuğun yanı sıra sosyal mücadelelere ve kişinin kendi ruhunu radikal bir biçimde değiştirmesine dayanmaktadır. Guattari, ekonomik rekabet çerçevesinde ekosistemin var olan verimliliğini kullanmaktan ziyade, evrenin değerlerinin yeniden tanımlanması, tekil olmayan yeni sosyal ve estetik uygulamaların keşfedilmesi gerektiğini ifade etmektedir. Bireylerin var oluşlarını yeniden sorgulaması, sürekli değişen bir toplum

³ İlgili alıntı yazarın çevirisidir.

ideali ve yeniden yaratılma sürecinde ekosistemin önemine dikkat çekilmesi gerektiğini belirtmiştir. Guattari'nin üç ekoloji düşüncesine göre ekolojik bunalıma gerçek yanıt dünya düzeyinde ve etkili bir sosyal, siyasi ve kültürel devrim oluşması şartıyla mümkün olabilir. Guattari'nin farklı alanların "yeniden keşfi" için insanlığın özgüvenini ve varoluşunu sorgulaması ve yeniden kurması, yenilenme ihtiyacını ele alması önemlidir. Guattari, kitap boyunca sanat ve şehir planlamasına atıfta bulunarak üç ekoloji doğrultusunda disiplinler arası bir potansiyelin ve yeni uygulama biçimlerinin gerekli olduğuna dikkat çekmiştir. Kitabın sonlarına doğru karşımıza çıkan "insanlık kendisini radikal bir şekilde yeniden gözden geçirmedikçe, insanlık tarihinin sonlanma riski var"⁴ (s. 68) ifadesiyle Guattari'nin, üç ekoloji çerçevesinde ifade etmek istediklerinin bir özetini sunduğunu söylemek mümkündür.

⁴İlgili alıntı yazarın çevirisidir.

YAZIM KURALLARI

(Aurum Sosyal Bilimler Dergisi Yazım Kuralları Yaz 2021 sayısı itibariyle revize edilmiştir.)

Kelime sınırı

- **Araştırma makaleleri:** AURUM SBD'nin formatına, amaç ve kapsamına uyan ve en fazla 8.000-10.000 kelimedenden (özet, notlar, referanslar ve kaynakça dahil) oluşan makaleler.
- **Kitap eleştirisi:** En fazla 1.000 kelime.
- **Derleme makale:** En fazla 2.000-2.500 kelime.

Makale formatı

Makalelerde Times New Roman karakteri ve 12 punto kullanılmalı, ana metin ve dipnotlar çift satır aralıklı olarak ve sola dayalı şekilde yazılmalıdır. AURUM SBD hem dipnotlar hem de referans listesi kullanmaktadır. Yazarın atıf stilinin düzenlenmesi editörlerin sorumluluğunda değildir. Bu rehberde belirtilen yönlendirmelere uyulmadığı takdirde, yazardan makalesini editör incelemesine sunulmadan önce yeniden biçimlendirmesi istenecektir. Bu tarz durumlar makalenin yazım tarihinde gecikmeye neden olabilir.

YAZIM VE REFERANS KILAVUZU

AURUM SBD'ye gönderilen makaleler APA yazım ve referans formatına uygun hazırlanmalıdır.

BAŞLIKLAR

Başlıklar hem Türkçe hem de İngilizce olarak verilmelidir.

[Başlık]

(Başlık ortaya hizalanmış ve kalın, kelimelerin sadece ilk harfleri büyük olacak şekilde yazılmalıdır.)

TEK YAZARLI ÇALIŞMALAR:

Yazar Adı ve SOYADI¹

(Yazar adı küçük, soyadı büyük harflerle ortaya hizalanarak yazılmalıdır.)

¹Üniversite, Fakülte, Bölüm ve Şehir

(Bilgiler ortaya hizalanarak ve her kelimenin ilk harfi büyük olacak şekilde yazılmalıdır)

E-posta

(Aktif bir e-posta adresi verilmelidir)

ÇOK YAZARLI ÇALIŞMALAR

Yazarın adı ve SOYADI¹, Yazarın adı ve SOYADI²

(Yazar adı küçük, soyadı büyük harflerle ortaya hizalanarak yazılmalıdır. Birden fazla yazar varsa, yazar adları virgülle ayrılmalı ve numaralandırılmalıdır)

¹Üniversite, Fakülte, Bölüm ve Şehir

(Bilgiler ortaya hizalanarak ve her kelimenin ilk harfi büyük olacak şekilde yazılmalıdır)

²Üniversite, Fakülte, Bölüm ve Şehir

(Ardışık numaralandırılmalı, bilgiler ortaya hizalanarak ve her kelimenin ilk harfi büyük olacak şekilde yazılmalıdır)

E-posta, E-posta

(Aktif e-postalar sırası ile yazılmalı ve araya virgül konulmalıdır.)

ÖZ (ABSTRACT)

Öz Başlığı (Kalın karakterlerle, kelimelerin baş harfleri büyük, diğer harfler küçük olacak şekilde yazılmalıdır.)

Öz, 200 kelimeyi geçmeyecek şekilde yazılmalı, çalışmada ele alınan ana kavramı ve çalışmanın genel amacını, araştırmanın ilgili alana yaptığı katkıları ve çalışmada kullanılan yöntemi kısaca aktarmalıdır. Makalenin özü şimdiki zamanda yazılmalı, üçüncü tekil şahıs ve edilgen fiiller kullanılmalıdır. Birinci tekil/çoğul şahıs kullanımı önerilmez.

Makalenin başında Türkçe ve İngilizce öz olmalıdır.

ANAHTAR KELİMELE

Anahtar kelimeler: [En çok 5 sözcükten oluşan anahtar kelimelerin ilk harfi büyük yazılmalı, virgülle ayrılmalıdır.]

BAŞLIKLAR

APA formatında 5 başlık düzeyi vardır. Düzey numaralarına bakılmaksızın, başlıklar 1. Düzey ile başlayarak sıralı bir biçimde verilmelidir. APA başlıklandırma düzeyleri aşağıdaki tabloda belirtilmiştir.

APA Başlık Düzeyi	
Başlıklar	Format
1. düzey	Ortaya hizalı, Kalın ve Kelimelerin İlk Harfleri Büyük Olacak Şekilde Yazılır. Metin yeni paragrafla başlar.
2. düzey	Sola Yaslanmış, Kalın ve Kelimelerin İlk Harfleri Büyük Olacak Şekilde Yazılır. Metin yeni paragrafla başlar.
3. düzey	Sola Yaslanmış, İtalik, Kalın ve İlk Kelime Büyük Olacak Şekilde Yazılır Metin yeni paragrafla başlar.
4. düzey	Girintili ve Kalın Yazılır. Başlığın sonuna nokta konur. Paragraf başlığın hizasından devam etmelidir.
5. düzey	Girintili, Kalın ve İtalik Yazılır. Başlığın sonuna nokta konur. Paragraf başlığın hizasından devam etmelidir.

METİN İÇİ ATIFLAR

Tek Yazarlı

Jones (2008)'a göre...

(Jones, 2008)

İki Yazarlı

Wegener ve Petty (1994)'ye göre...

(Wegener & Petty, 1994)

Üç veya Daha Fazla Yazarlı

(Kernis vd., 1993)

Kernis vd. (1993)'nin ifade ettiği üzere...

Vd. yazarken v'den sonra nokta kullanılmaz. Sadece "d"den sonra nokta konulur.

Benzer yazarların birden fazla eserine atıf yapılacaksa, "vd" kısaltması atıf yapılacak her kaynak için aynı şekilde kullanılmalıdır. Daha fazla yazar ismi belirtmek belirsizliğe neden olacaktır. Örneğin, aşağıdaki yazarların çalışmalarına atıf yapıldıysa,

Jones, Smith, Liu, Huang ve Kim (2020)

Jones, Smith, Ruiz, Wang ve Stanton (2020)

Anlam karmaşasından kaçınmak için adı geçen yazarlara metin içinde atıfta bulunulmalıdır:

(Jones, Smith, Liu, vd., 2020)

(Jones, Smith, Ruiz, vd., 2020)

Vd. kısaltması çoğul anlam içerdiğinden dolayı her zaman birden fazla ismin yerine kullanılmalıdır. Vd.'nin yalnızca bir yazarı işaret ettiği durumlarda, vd. kullanmak yerine yazarın adı yazılmalıdır.

Yazarı Bilinmeyen Eser

Yazar adının bilinmediği ya da belirtilmediği durumlarda, kaynağa cümle içinde atıf yapılmalı veya parantez ve tırnak içinde metindeki ilk ya da iki kelime kullanılmalıdır.

Kitap ve rapor isimleri italik yazılmalı; makale, kitap bölümü, ve web sayfalarının isimleri ise tırnak içinde verilmelidir. Başlıklardaki önemli kelimeler metinde de kullanılacaksa ilk harfleri büyük yazılmalıdır (Kaynakçada büyük yazılmasına gerek yoktur).

Araştırma makalesi biçimlendirmeyi öğrenen öğrencilerle ilgili benzer bir çalışma yapılmıştır («Using Citations,” 2001).

Yazar bir organizasyon veya kurum ise;

Amerikan Psikoloji Derneği'ne (2000) göre,...

İlk atıf: (Mothers Against Drunk Driving [MADD], 2000)

İkinci atıf: (MADD, 2000)

Aynı parantezde birden fazla esere atıfta bulunulduğunda;

(Berndt, 2002; Harlow, 1983)

(Smith, t.y, 1995, 2002, baskıda)

REFERANS LİSTESİ

KİTAPLAR

Tek Yazarlı

Yazarın soyadı ve eserin yayımlandığı tarih verilir. Yazarın ön adının baş harfi belirtilir.

Ahmed, S. (2012). On being included: Racism and diversity in institutional life. Duke University Press.

İki Yazarlı

Yazar isimleri arasına virgöl konularak her iki yazarın da soyadı ve ön adlarının baş harfi alfabetik sırayla verilir. “ve” yerine “&” işareti kullanılır.

Soto, C. J., & John, O. P. (2017). The next big five inventory (BFI-2): Developing and assessing a hierarchical model with 15 facets to enhance bandwidth, fidelity, and predictive power. *Journal of Personality and Social Psychology*, 113(1), 117-143. <http://dx.doi.org/10.1037/pspp0000096>

Üç ile yirmi yazar arası

Yazar isimleri arasına virgül konularak tüm yazarların soyadları ve ön adlarının baş harfi alfabetik sırayla verilir. “ve” yerine “&” işareti kullanılır.

Nguyen, T., Carnevale, J. J., Scholer, A. A., Miele, D. B., & Fujita, K. (2019). Metamotivational knowledge of the role of high-level and low-level construal in goal-relevant task performance. *Journal of Personality and Social Psychology*, 117(5), 879-899. <http://dx.doi.org/10.1037/pspa0000166>

Yirmi ve daha fazla yazarlı

Yazar isimleri arasına virgül konularak tüm yazarların soyadları ve ön adlarının baş harfi alfabetik sırayla verilir. İlk 19 yazarın adı listelendikten sonra üç nokta koyup son yazarın adı eklenir (Son yazarın adından önce ‘&’ işareti konulmaz). Atıfta yirmi isimden fazlası yer almamalıdır.

Pegion, K., Kirtman, B. P., Becker, E., Collins, D. C., LaJoie, E., Burgman, R., Bell, R., DelSole, R., Min, D., Zhu, Y., Li, W., Sinsky, E., Guan, H., Gottschalck, J., Metzger, E. J., Barton, N. P., Achuthavarier, D., Marshak, J., Koster, R., . . . Kim, H. (2019). The subseasonal experiment (SubX): A multimodel subseasonal prediction experiment. *Bulletin of the American Meteorological Society*, 100(10), 2043-2061. <https://doi.org/10.1175/BAMS-D-18-0270.1>

Grup yazarlar

Merriam-Webster. (2008). Braggadocio. In *Merriam-Webster's Advanced Learner's English Dictionary*. Merriam-Webster.

Eğer çalışma farklı kurumlardan yazarların elinden çıkmışsa, (örneğin çalışma ABD Dışişleri Bakanlığı'na bağlı ABD Tarih Ofisi tarafından basılmış ise), en alttaki resmi kuruma yazar olarak, bağlı olduğu kurum ise yayıncı olarak listelenmelidir).

Bureau of International Organization Affairs. (2018). U.S. contributions to international organizations, 2017 [Annual report]. U.S. Department of State. <https://www.state.gov/u-s-contributions-to-international-organizations/>

Yazar adının bilinmiyor veya belirtilmemişse;

Yazar adının bilinmediği ya da belirtilmediği durumlarda, önce çalışmanın adı, arkasından basım tarihi verilir.

Merriam-Webster's collegiate dictionary (11th ed.). (2003). Merriam-Webster.

Aynı yazarın iki veya daha fazla eserine atıf yapılıyorsa;

Yazarın adı her seferinde yazılır ve yayın yılına göre sıralanır (İlk sırada tarihi belli olmayan kaynaklar verilir).

Urcuioli, P. J. (t. y.).

Urcuioli, P. J. (2011).

Urcuioli, P. J. (2015).

Bir veya daha fazla yazarlı derleme kitap

Yazar, A. A. (Basım yılı). Eser adı: Alt başlık da büyük harfle yazılmalı (E. Editör, Ed.). Yayıncı. DOI (varsa)

Malory, T. (2017). Le Morte d'Arthur (P. J. C. Field, Ed.). D. S. Brewer. (Özgün eser basım tarihi 1469-70)

Çeviri

Yazar, A. A. (Basım yılı). Eser adı: Alt başlık da büyük harfle yazılmalı (Ç. Çevirmen, Çev.). Yayıncı. (Özgün eser basım tarihi) DOI (varsa)

Plato (1989). Symposium (A. Nehamas & P. Woodruff, Trans.). Hackett Publishing Company. (Özgün eser basım tarihi ca. 385-378 BCE)

İlk basım hariç, diğer basımlar

Yazar, A. A. (Basım yılı). Eser adı: Alt başlık da büyük harfle yazılmalı (# basım). Yayıncı. DOI (varsa)

Belcher, W. (2019). Writing your journal article in twelve weeks: A guide to academic publishing success (2. basım). University of Chicago Press.

Derleme kitapta makale veya bölüm;

Yazar, A. A., & Yazar, B. B. (Basım yılı). Bölüm adı. In E. E. Editör & F. F. Editör (Ed.), Eser adı: Alt başlık da büyük harfle yazılm (ss. Sayfa numaraları). Yayıncı. DOI (varsa)

SÜRELİ YAYINLARDAKİ MAKALELER

Basılı dergi makalesi

Scruton, R. (1996). The eclipse of listening. The New Criterion, 15(3), 5–13.

Not: APA 7. Sürümü yazarlara, basılı kaynak kullanıyorlarsa dahi, (eğer varsa) DOI numarasının belirtilmesini önermektedir. Yukarıda verilen örnekte DOI numarasının olmadığı varsayılmıştır.

Elektronik dergi makalesi

Yukarıda belirtildiği üzere, elektronik dergide yayınlanmış bir makaleye atıf yapılıyorsa, ilgili makaleye ait DOI numarası (eğer varsa) verilmelidir.

Baniya, S., & Weech, S. (2019). Data and experience design: Negotiating community-oriented digital research with service-learning. *Purdue Journal of Service-Learning and International Engagement*, 6(1), 11–16. <https://doi.org/10.5703/1288284316979>

Denny, H., Nordlof, J., & Salem, L. (2018). "Tell me exactly what it was that I was doing that was so bad": Understanding the needs and expectations of working-class students in writing centers. *Writing Center Journal*, 37(1), 67–98. <https://www.jstor.org/stable/26537363>

Mecmualardaki makaleler

Peterzell, J. (1990, April). Better late than never. *Time*, 135(17), 20–21.

Gazete makalesi

Schultz, S. (2005, December). Calls made to strengthen state energy policies. *The Country Today*, 1A, 2A.

Kitap eleştirisi

Baumeister, R. F. (1993). Exposing the self-knowledge myth [Review of the book *The self-knower: A hero under control*, by R. A. Wicklund & M. Eckert]. *Contemporary Psychology*, 38(5), 466–467.

DİĞER BASILI KAYNAKLAR**Grup yazarlı sözlük/ansiklopedi maddesi**

Kurum veya kuruluş adı. (Yıl). Madde başlığı. Referans çalışmanın/eserin adı (basım, sayfa numaraları. Yayıncının adı.

Merriam-Webster, Incorporated. (1997). Goat. In Merriam Webster's collegiate dictionary (10. basım, ss. 499-500). Merriam-Webster, Incorporated.

Tek yazarlı sözlük/ansiklopedi maddesi

Yazarın soyadı, F. M. (Yıl). Madde başlığı. F. M. Yazarın Soyadı (ed.), Referans çalışmanın/eserin adı (basım, sayfa numaraları). Yayıncı

Tatum, S. R. (2009). Spirituality and religion in hip hop literature and culture. In T. L. Stanley (ed.), *Encyclopedia of hip hop literature* (ss. 250-252). Greenwood.

İkincil kaynaklar

Asıl yararlanılan kaynağa atıfta bulunan ikincil kaynak için referans girişi yapılmalıdır:

Nail, T. (2017). What is an assemblage? *SubStance*, 46(1), 21-37. <http://sub.uwpress.org/lookup/doi/10.3368/ss.46.1.21>

Yayımlanmış Doktora veya Yüksek Lisans Tezi

Yazar Soyadı, F. M. (Yıl). Tez başlığı (Yayın No.) [Doktora Tezi/Yüksek Lisans Tezi, Kurum Adı]. Veritabanı veya Arşiv Adı.

Angeli, E. L. (2012). Networks of communication in emergency medical services (Yayın No. 3544643) [Doktora tezi, Purdue University]. ProQuest Dissertations Publishing.

Yayımlanmamış Doktora veya Yüksek Lisans Tezi

Yazar Soyadı, F. M. (Yıl). Tez başlığı [Yayımlanmamış doktora/yüksek lisans tezi]. Kurum Adı.

Samson, J. M. (2016). Human trafficking and globalization [Yayımlanmamış doktora tezi]. Virginia Polytechnic Institute and State University.

Resmi Mevzuat

Kanun Adı, Kanun No. (Yıl). URL

The Patient Protection and Affordable Care Act, Publ. L. No. 111-148, 124 Stat. 119 (2010). <https://www.govinfo.gov/content/pkg/PLAW-111publ148/pdf/PLAW-111publ148.pdf>

Resmi Raporlar (Devlet Kurumları, Diğer Örgütler)

Kurum/Örgüt Adı. (Yıl). Rapor adı. URL

Birleşik Devletler Hükümeti Sayıştayı. (2019). Performans ve hesap verebilirlik raporu: 2019 mali yılı. <https://www.gao.gov/assets/710/702715.pdf>

Resmi Raporlar (Devlet Kurumları veya Diğer Örgütlere Bağlı Tek Yazar)

Yazar Soyadı, F. M., & Soyadı, F. M. (Yıl). Rapor adı. Kurum Adı. URL

Palanker, D., Volk, J., Lucia, K., & Thomas, K. (2018). Mental health parity at risk: Deregulating the individual market and the impact on mental health coverage. National Alliance on Mental Illness. <https://www.nami.org/About->

NAMI/Publications-Reports/Public-Policy-Reports/Parity-at-Risk/ParityatRisk.pdf**Konferans Bildirileri**

APA elkitabının 7.basımı konferans bildirilerine atıfta bulunmayla ilgili yönlendirme sağlamamaktadır. Dolayısıyla, bildirilere yapılan atıflarda benzer bir formata sahip olan editlenmiş koleksiyon model alınmaktadır.

Soyad, F. M., & Soyad, F. M. (Editörler). (Yıl). Bildiri başlığı. Yayıncı. URL (varsa)

Huang, S., Pierce, R., & Stamey, J. (Editörler). (2006). Proceedings of the 24th annual ACM international conference on the design of communication. ACM Digital Library. <https://dl.acm.org/citation.cfm?id=1166324&picked=prox>

ELEKTRONİK KAYNAKLAR

Websayfası veya Çevrimiçi İçerik

Websayfasında tek bir yazarın adı geçiyorsa, yazarın ön adı verilmelidir:

Soyad, F. M. (Yıl, Ay, Tarih). Sayfanın adı. Site adı. URL

Price, D. (2018, March 23). Laziness does not exist. Medium. <https://humanparts.medium.com/laziness-does-not-exist-3af27e312d01>

Alıntılar ve Atıflar**a. Alıntılar**

Üç satırdan az veya yaklaşık 40 kelimedenden oluşan alıntılar için çift tırnak işareti kullanılır. Alıntı içindeki alıntılar ise tek tırnak içine alınır. Dipnot numarası tırnak işaretinden sonra gelir.

La Baronne Durand De Fontmagne, who lived in Istanbul during and after the Crimean War, writes that "Turks adore children and when they do not have their own, they willingly adopt an 'enfant l'âme."³³

Üç satırdan veya 40 kelimedenden uzun alıntılar tırnak işareti olmadan, bir blok halinde ana metinden daha içeride biçimlendirilir. Blok alıntılar içindeki alıntılar çift tırnak içine alınır. Dipnot numarası son cümlelerin sonundaki noktadan sonra gelir.

b. Dipnotlar

Dipnotlar yalnızca okuyucuya elzem bir bilgi aktarılması gerekiyorsa kullanılmalıdır. Edebiyat referansları için normalde ayrı bir dipnot gerekmez. Ancak, standart dışı referanslar (örn. basın toplantıları, siyasi söylemler, duruşmalar, röportajlar vs.) en iyi dipnot şeklinde verilebilir.

Görseller

a. Fotoğraflar: Dijital fotoğraflar dosyaları mümkün olan en büyük boyut ve çözünürlükte (en az 200 dpi) ve ayrı dosyalar halinde iletilmelidir. Yazarlar, gönderdikleri görsellerin izinlerini temin etmekte yükümlüdür.

b. Çizelgeler, Şemalar, Tablolar: Çizelgeler, şemalar ve tablolar ayrı ve düzenlenebilir belgeler (Word, excel ya da benzer formatlarda) olarak sağlanacaktır. Yazarlar veri setlerinin kullanım izinlerini temin etmekle yükümlüdürler ve kullandıkları verilerin doğruluğundan sorumludurlar.

c. Yerleştirme ve Başlıklar: Tüm görsellerin konulması gereken yer ana metinde belirtilmelidir. Görselin başlığı ve gerekli kaynak/izin bilgisi görselin altında bulunur.

TABLO 1 BURAYA

Table 1. Students Sent to Paris from Istanbul Industrial School (1870–1872)

Kaynak: Şişman, Tanzimat Döneminde Fransa'ya Gönderilen Osmanlı Öğrencileri (158–93 ,(1876–1839.

FOTOĞRAF 1 BURAYA

Fotoğraf 1. Maternity Ward (Viladethane) of Darülaceze.

Kaynak: Fotoğrafçı bilinmiyor, İstanbul Üniversitesi Kütüphane ve Dokümantasyon Daire Başkanlığı, Fotoğraf Albümler Dizini, 0023-39-779.

AUTHOR GUIDELINES

(Author Guidelines for AURUM Journal of Social Sciences have been revised as of Summer 2021 Issue.)

Word Limit

AURUM JSS accepts the following formats and limits:

- Research articles of 10,000-8 words (including abstract, notes and references) that adhere to our format, aims and scope.
- Book reviews of approximately 1,000 words.
- Review articles of 2,000-2,500 words.

Formatting the manuscript

Manuscripts should be submitted in Times New Roman size 12. The main text and footnotes should both be double-spaced and left-aligned. AURUM JSS uses both footnotes and a reference list. It is not the responsibility of the editors to convert your citation style. If you do not follow these guidelines you will be asked to reformat your paper prior to editing and this may cause publication delays.

STYLE GUIDELINES

AURUM JSS uses APA formatting and style.

TITLES

Titles should be provided both in Turkish and English.

[Title]

(The title should be centered, boldface, Title Case Heading)

WORKS BY SINGLE AUTHOR:

Author's Name and LAST NAME¹

(Author's name should be centered and author's last name should be written in uppercase)

¹Name of the University, Faculty, Department and City

(The information provided should be centered and each word should be capitalized)

Email

(Provide a valid email address)

WORKS BY MULTIPLE AUTHORS

Author's name LAST NAME¹, Author's name LAST NAME²

(The name of the author should be centered and the last name should be capitalized. if multiple authors, use commas between and number the names of the authors consecutively)

¹University, Faculty, Department and City

(The information provided should be centered and each word should be capitalized)

²University, Faculty, Department and City

(Use consecutive numbering. The information provided should be centered and each word should be capitalized)

• Email, Email

(Write the valid emails consecutively and use commas in between.)

ABSTRACT

Abstract (Abstract should be bold and capitalized.)

The texts should start with an abstract which is no longer than 200 words. The abstract should clearly summarise the main argument and the contribution of the article as well as the methodology utilised. The abstract should be written in the present tense and in the third person or passive voice; use of the first person is discouraged.

Abstracts should be provided both in English and Turkish.

KEYWORDS

Keywords: [provide up to 5 keywords separated with a comma. Capitalize each word.]

HEADINGS

There are 5 heading levels in APA. Regardless of the number of levels, always use the headings in order, beginning with level 1. The format of each level is illustrated below:

APA Headings	
Level	Format
1	Centered, Boldface, Title Case Heading Text starts a new paragraph.
2	Flush Left, Boldface, Title Case Heading Text starts a new paragraph.
3	<i>Flush Left, Boldface Italic, Title Case Heading</i> Text starts a new paragraph.
4	Indented, Boldface Title Case Heading Ending With a Period. Paragraph text continues on the same line as the same paragraph.
5	<i>Indented, Boldface Italic, Title Case Heading Ending With a Period.</i> Paragraph text continues on the same line as the same paragraph.

IN-TEXT CITATION

A Work by One Author

Jones (2008) suggests that

(Jones, 2008)

A Work by Two Authors

Research by Wegener and Petty (1994) supports...

(Wegener & Petty, 1994)

A Work by Three or More Authors

(Kernis et al., 1993)

Kernis et al. (1993) suggest...

In *et al.*, *et* should not be followed by a period. Only “*al*” should be followed by a period.

If you’re citing multiple works with similar groups of authors, and the shortened “*et al*” citation form of each source would be the same, you’ll need to avoid ambiguity by writing out more names. If you cited works with these authors:

Jones, Smith, Liu, Huang, and Kim (2020)

Jones, Smith, Ruiz, Wang, and Stanton (2020)

They would be cited in-text as follows to avoid ambiguity:

(Jones, Smith, Liu, et al., 2020)

(Jones, Smith, Ruiz, et al., 2020)

Since *et al.* is plural, it should always be a substitute for more than one name. In the case that *et al.* would stand in for just one author, write the author’s name instead.

Unknown Author

If the work does not have an author, cite the source by its title in the signal phrase or use the first word or two in the parentheses. Titles of books and reports are italicized; titles of articles, chapters, and web pages are in quotation marks. APA style calls for capitalizing important words in titles when they are written in the text (but not when they are written in reference lists).

A similar study was done of students learning to format research papers (“Using Citations,” 2001).

Organization as an Author

According to the American Psychological Association (2000),...

First citation: (Mothers Against Drunk Driving [MADD], 2000)

Second citation: (MADD, 2000)

Two or More Works in the Same Parentheses

(Berndt, 2002; Harlow, 1983)

(Smith, n.d., 1995, 2002, in press)

REFERENCE LIST

BOOKS

Single Author

Last name first, followed by author initials.

Ahmed, S. (2012). *On being included: Racism and diversity in institutional life*. Duke University Press.

Two Authors

List by their last names and initials. Separate author names with a comma. Use the ampersand instead of "and."

Soto, C. J., & John, O. P. (2017). The next big five inventory (BFI-2): Developing and assessing a hierarchical model with 15 facets to enhance bandwidth, fidelity, and predictive power. *Journal of Personality and Social Psychology*, 113(1), 117-143. <http://dx.doi.org/10.1037/pspp0000096>

Three to Twenty Authors

List by last names and initials; commas separate author names, while the last author name is preceded again by ampersand.

Nguyen, T., Carnevale, J. J., Scholer, A. A., Miele, D. B., & Fujita, K. (2019). Metamotivational knowledge of the role of high-level and low-level construal in goal-relevant task performance. *Journal of Personality and Social Psychology*, 117(5), 879-899. <http://dx.doi.org/10.1037/pspa0000166>

More Than Twenty Authors

List by last names and initials; commas separate author names. After the first 19 authors' names, use an ellipsis in place of the remaining author names. Then, end with the final author's name (do not place an ampersand before it). There should be no more than twenty names in the citation in total.

Pegion, K., Kirtman, B. P., Becker, E., Collins, D. C., LaJoie, E., Burgman, R., Bell, R., DelSole, R., Min, D., Zhu, Y., Li, W., Sinsky, E., Guan, H., Gottschalck, J., Metzger, E. J., Barton, N. P., Achuthavarier, D., Marshak, J., Koster, R., . . . Kim, H. (2019). The subseasonal experiment (SubX): A multimodel subseasonal prediction experiment. *Bulletin of the American Meteorological Society*, 100(10), 2043-2061. <https://doi.org/10.1175/BAMS-D-18-0270.1>

Group Author

Merriam-Webster. (2008). Braggadocio. In Merriam-Webster's Advanced Learner's English Dictionary. Merriam-Webster.

When a work has multiple layers of group authorship (e.g. The Office of the Historian, which is a part of the Department of State, publishes something), list the most specific agency as the author and the parent agency as the publisher.

Bureau of International Organization Affairs. (2018). U.S. contributions to international organizations, 2017 [Annual report]. U.S. Department of State. <https://www.state.gov/u-s-contributions-to-international-organizations/>

Unknown Author

When the work does not have an author move the title of the work to the beginning of the references and follow with the date of publication.

Merriam-Webster's collegiate dictionary (11th ed.). (2003). Merriam-Webster.

Two or More Works by the Same Author

Use the author's name for all entries and list the entries by the year (earliest comes first). List references with no dates before references with dates.

Urcuioli, P. J. (n.d.).

Urcuioli, P. J. (2011).

Urcuioli, P. J. (2015).

Edited Book with an Author or Authors

Author, A. A. (Year of publication). Title of work: Capital letter also for subtitle (E. Editor, Ed.). Publisher. DOI (if available)

Malory, T. (2017). Le morte darthur (P. J. C. Field, Ed.). D. S. Brewer. (Original work published 1469-70)

A Translation

Author, A. A. (Year of publication). Title of work: Capital letter also for subtitle (T. Translator, Trans.). Publisher. (Original work published YEAR) DOI (if available)

Plato (1989). Symposium (A. Nehamas & P. Woodruff, Trans.). Hackett Publishing Company. (Original work published ca. 385-378 BCE)

Edition Other Than the First

Author, A. A. (Year of publication). Title of work: Capital letter also for subtitle (# edition). Publisher. DOI (if available)

Belcher, W. (2019). Writing your journal article in twelve weeks: A guide to academic publishing success (2nd ed.). University of Chicago Press.

Article or Chapter in an Edited Book

Author, A. A., & Author, B. B. (Year of publication). Title of chapter. In E. E. Editor & F. F. Editor (Eds.), Title of work: Capital letter also for subtitle (pp. pages of chapter). Publisher. DOI (if available)

ARTICLES IN PERIODICALS

Article in Print Journal

Scruton, R. (1996). The eclipse of listening. *The New Criterion*, 15(3), 5–13.

Note: APA 7 advises writers to include a DOI (if available), even when using the print source. The example above assumes no DOI is available.

Article in Electronic Journal

As noted above, when citing an article in an electronic journal, include a DOI if one is associated with the article.

Baniya, S., & Weech, S. (2019). Data and experience design: Negotiating community-oriented digital research with service-learning. *Purdue Journal of Service-Learning and International Engagement*, 6(1), 11–16. <https://doi.org/10.5703/1288284316979>

Denny, H., Nordlof, J., & Salem, L. (2018). "Tell me exactly what it was that I was doing that was so bad": Understanding the needs and expectations of working-class students in writing centers. *Writing Center Journal*, 37(1), 67–98. <https://www.jstor.org/stable/26537363>

Article in a Magazine

Peterzell, J. (1990, April). Better late than never. *Time*, 135(17), 20–21.

Article in a Newspaper

Schultz, S. (2005, December). Calls made to strengthen state energy policies. *The Country Today*, 1A, 2A.

Review

Baumeister, R. F. (1993). Exposing the self-knowledge myth [Review of the book *The self-knower: A hero under control*, by R. A. Wicklund & M. Eckert]. *Contemporary Psychology*, 38(5), 466–467.

OTHER PRINT SOURCES

Entry in a Dictionary, Thesaurus, or Encyclopedia with a Group Author

Institution or organization name. (Year). Title of entry. In Title of reference work (edition, page numbers). Publisher name.

Merriam-Webster, Incorporated. (1997). Goat. In *Merriam Webster's collegiate dictionary* (10th ed., pp. 499-500). Merriam-Webster, Incorporated.

Entry in a Dictionary, Thesaurus, or Encyclopedia with an Individual Author

Lastname, F. M. (Year). Title of entry. In F. M. Lastname (ed.), Title of reference work (edition, page numbers). Publisher.

Tatum, S. R. (2009). Spirituality and religion in hip hop literature and culture. In T. L. Stanley (ed.), Encyclopedia of hip hop literature (pp. 250-252). Greenwood.

Work Discussed in a Secondary Source

Provide the source in which the original work was referenced:

Nail, T. (2017). What is an assemblage? *SubStance*, 46(1), 21-37. <http://sub.uwpress.org/lookup/doi/10.3368/ss.46.1.21>

Dissertation or Master's Thesis, Published

Lastname, F. M. (Year). Title of dissertation/thesis (Publication No.) [Doctoral dissertation/Master's thesis, Name of Institution Awarding the Degree]. Database or Archive Name.

Angeli, E. L. (2012). Networks of communication in emergency medical services(Publication No. 3544643) [Doctoral dissertation, Purdue University]. ProQuest Dissertations Publishing.

Dissertation or Master's Thesis, Unpublished

Lastname, F. M. (Year). Title of dissertation/thesis [Unpublished doctoral dissertation/master's thesis]. Name of Institution Awarding the Degree.

Samson, J. M. (2016). Human trafficking and globalization [Unpublished doctoral dissertation]. Virginia Polytechnic Institute and State University.

Federal or State Statute

Name of Act, Public Law No. (Year). URL

The Patient Protection and Affordable Care Act, Publ. L. No. 111-148, 124 Stat. 119 (2010). <https://www.govinfo.gov/content/pkg/PLAW-111publ148/pdf/PLAW-111publ148.pdf>

Report by a Government Agency or Other Organization

Organization Name. (Year). Title of report. URL

United States Government Accountability Office. (2019). Performance and accountability report: Fiscal year 2019. <https://www.gao.gov/assets/710/702715.pdf>

Report by Individual Authors at Government Agency or Other Organization

Lastname, F. M., & Lastname, F. M. (Year). Title of report. Organization Name. URL

Palanker, D., Volk, J., Lucia, K., & Thomas, K. (2018). Mental health parity at risk: Deregulating the individual market and the impact on mental health coverage. National Alliance on Mental Illness. <https://www.nami.org/About-NA-MI/Publications-Reports/Public-Policy-Reports/Parity-at-Risk/ParityatRisk.pdf>

Conference Proceedings

The 7th edition of the APA manual does not provide guidance on citing conference proceedings. Therefore, this citation models that of an edited collection, which is similar in format.

Lastname, F. M., & Lastname, F. M. (Eds.). (Year). Title of Proceedings. Publisher. URL (if applicable)

Huang, S., Pierce, R., & Stamey, J. (Eds.). (2006). Proceedings of the 24th annual ACM international conference on the design of communication. ACM Digital Library. <https://dl.acm.org/citation.cfm?id=1166324&picked=prox>

ELECTRONIC SOURCES

Webpage or Piece of Online Content

If the page names an individual author, cite their name first:

Lastname, F. M. (Year, Month Date). Title of page. Site name. URL

Price, D. (2018, March 23). Laziness does not exist. Medium. <https://humanparts.medium.com/laziness-does-not-exist-3af27e312d01>

Quotations and Citations

a. Formatting Quotations

For quoted material of less than three lines or ~40 words, AURUM JSS uses double quotes. Quotes within quotes are enclosed in single quotation marks. The footnote number comes after the closed quotation marks.

La Baronne Durand De Fontmagne, who lived in Istanbul during and after the Crimean War, writes that “Turks adore children and when they do not have their own, they willingly adopt an ‘enfant l’âme.”³³

For quoted material of more than three lines or ~40 words, format it as a block quote inset by a tab space without any quotation marks. Quotes within block quotes are enclosed in double quotation marks. The footnote number comes after the period in the final sentence.

b. Footnotes

Footnotes should be used only where substantive information is conveyed to the reader. Literature references should normally not necessitate separate notes (see the section on References). However, non-standard references (e.g. to press conferences, political statements, hearings, interviews, etc.) are best provided as notes.

Figures

a. Images: Digital files of images should be of the maximum size and resolution possible, with a minimum resolution of 200 dpi, and are to be provided as separate files. Authors are responsible for acquiring their own image permissions.

b. Graphs, Charts, Tables: Graphs, charts and tables are to be provided in a separate, editable document (either word processor or spreadsheet). Authors are responsible for acquiring permission to use datasets and for the accuracy of the data they use.

c. Placement and captions: The preferred location of all figures should be indicated in the main text. A full caption and any source citation / permission should be provided beneath the location of each figure.

TABLE 1 ABOUT HERE

Table 1. Students Sent to Paris from Istanbul Industrial School (1870–1872)

Source: Table is prepared based on the data provided by Şişman, Tanzimat Döneminde Fransa'ya Gönderilen Osmanlı Öğrencileri (158–93, 1876–1839).

FIG 1 ABOUT HERE

Figure 1. Maternity Ward (Viladethane) of Darülaceze.

Source: Unknown photographer, İstanbul Üniversitesi Kütüphane ve Dokümantasyon Daire Başkanlığı, Fotoğraf Albümler Dizini, 779-39-0023.